



Generalitat de Catalunya
**Departament
de Salut**



Investigación evaluativa del material

**“Que Rule...
manual para manos
cercanas al cannabis”**

SPORA

**Ricard Faura Cantarell
Aleix Causa Bofill**

Abril de 2005

ÍNDICE

0. PRÓLOGO...	4
1. INTRODUCCIÓN	
1.1. Paradigmas.....	8
1.2. Breve repaso histórico de los paradigmas dominantes.....	11
en materia de drogas	
1.3. La prevención.....	23
2. METODOLOGÍA	
2.1. Técnicas.....	33
2.2. Procedimiento.....	34
2.3. Categorías de la muestra.....	36
3. DESCRIPCIÓN	
3.1. Fuentes de información sobre el cannabis.....	38
3.2. Acción educativa institucional.....	43
3.3. “Que Rule... manual para manos cercanas al cannabis”.....	52
3.4. Discurso del “Que Rule”.....	54
3.5. Contenidos.....	62
3.6. Diseño.....	71
3.7. Destinatarios.....	73
3.8. Modas de apropiación.....	81
3.9. Incidencia del “Que Rule” sobre el consumo de cannabis.....	84
3.10. Propuestas de distribución.....	89
4. CONCLUSIONES	
4.1. Dinámicas de conocimiento del cannabis.....	96
4.2. Que Rule.....	100
5. PROPUESTAS DE ACTUACIÓN.....	112
6. ANEXO.....	115
7. BIBLIOGRAFÍA.....	118

Querríamos agradecer la colaboración y la paciencia a todas aquellas personas sin las cuales no hubiese sido posible la realización de este informe.

Especialmente, agradecemos a todas y todos los profesionales, jóvenes y adolescentes el hecho de que nos hayan permitido aproximarnos a sus voces y contagiarnos con sus criterios.

Asimismo, querríamos agradecer muy especialmente la colaboración de:

Sergio Barroso
Esther Bartlett
Marta Calle
Pilar Cos
Isabel Gómez
Laia Ibarz
Carme Llobera
Sònia López
Linus Moreno
Joan Pi
Oriol Roman
Carmen Romera
Carles Sedó
Mauricio Sepúlveda
Jordi Vidal

0. PRÓLOGO

En los últimos años, el consumo de cannabis ha aumentado significativamente en la población juvenil y, en paralelo, la preocupación social por el incremento de consumidores habituales, por la disminución en la edad de inicio y por la ausencia de percepción de riesgo. Todo ello muy pronto se tradujo en la necesidad de crear herramientas educativas y actividades de soporte específicas de prevención contra el cannabis, en todos los contextos donde puede desarrollarse.

Éste es el punto de partida de la elaboración de *Que Rule, material para manos cercanas al cannabis*. A mediados de 2002, Ester Barlett y Carles Sedó presentaron al Órgano Técnico de Drogodependencias (OTD) un proyecto para realizar conjuntamente un material preventivo contra el cannabis para jóvenes. La propuesta planteaba un material de reducción de riesgos –donde apareciesen las posturas de consumo prudente y de mantenimiento y defensa de la abstinencia-, que fuese realista y próximo a la población diana, que tratase situaciones cotidianas en un lenguaje llano y que se pudiese dirigir a diferentes espacios con presencia de jóvenes (puntos de información juvenil, casales, universidades, etc.).

Realizar un material preventivo sobre cannabis no es sencillo. Nos encontramos ante una sustancia aparentemente en proceso de “normalización” social, dada la extensión y visualización de su uso, su cultivo y su simbología, a pesar de formar parte de las listas internacionales de sustancias prohibidas. Este hecho genera un amplio debate social, político y científico sobre sus usos, virtudes y riesgos, donde a menudo las posiciones devienen antagónicas. Evidentemente, este hecho puede complicar el trabajo en un equipo plural cuando hay que elaborar un discurso acerca del cannabis.

El consenso se logró a partir de la fijación de los objetivos. Se quería decir a la gente joven que el cannabis no es una droga inocua, que puede provocar

problemas y, por lo tanto, que los consumidores tienen que ir con cuidado; se quería informar de sus riesgos, pero sin entrar en alarmismos que, lejos de aumentar la percepción de riesgo, desacreditan al interlocutor; se quería un material que, sin apartarse de la rigurosidad, fuese útil y creíble para ellos, que los ayudase a reflexionar y a tomar las mejores decisiones. Por consiguiente, había que hablar desde los jóvenes, desde sus contextos, rehuendo los tecnicismos y diciendo las cosas en un lenguaje coloquial; se quería hablar de tú a tú con ellos, con los consumidores y con los que no lo son, porque sabíamos que, fumasen o no, conocían el cannabis y se movían en contextos donde lo había y tenían fácil acceso a él.

Con estos objetivos y después de meses de trabajo del equipo técnico y de muchos jóvenes, a finales del 2003, salía a la luz *Que Rule, material para manos cercanas al cannabis*. La primera edición (20.000 ejemplares) puso en evidencia la necesidad de tener recursos para tratar el cannabis y se agotó en poco más de dos meses. El retorno por parte de la mayoría de los profesionales fue bastante alentador, se veía como un material con el cual podían acercarse a los jóvenes para hablar sobre cannabis y comentaban positivamente que en muchos aspectos era diferente a los materiales que habitualmente les llegaban sobre drogas.

Pero, por otra parte, también hubo un grupo de profesionales que mostró su desacuerdo con el hecho que un material típicamente de reducción de riesgos se distribuyese a toda la población joven, a partir de 15 años, tanto a los consumidores como a los que no lo son. La información sobre riesgos/daños de las drogas es aceptada ampliamente por la comunidad científica si va dirigida a consumidores de sustancias estupefacientes; la duda la encontramos en si una información de dicho tipo podría influir negativamente a los no consumidores. Nuestra hipótesis de trabajo había sido que esta información podía ser de utilidad para todos los jóvenes, ya que el cannabis está suficientemente extendido, tanto para cualquier joven que lo consumiera como para el que conociera o tuviese muy cerca a consumidores de esta sustancia.

Entonces se vio la necesidad de poner en marcha este estudio. Ante el interrogante que se nos planteaba y la falta de conclusiones en este sentido, encargamos un estudio de evaluación de *Que Rule, material para manos cercanas al cannabis* al grupo Spora, con la intención que aportasen datos significativos en esta discusión. Y así lo han hecho, pero también han hecho mucho más, ya que no sólo nos aporta luz sobre la idoneidad o no de un material en una población diana concreta, sino que es todo un estudio antropológico sobre los jóvenes, su relación con el cannabis y las políticas de prevención. Por lo tanto, estamos ante un ensayo de lectura muy recomendada para cualquier profesional de la educación, de la salud o de juventud.

Sus resultados no pueden considerarse en ningún caso como concluyentes, ni tampoco es su intención, simplemente aportan nuevos datos a toda la bibliografía que se está generando sobre el cannabis y sobre el trabajo preventivo. Evidentemente, se debe continuar haciendo prevención y dedicar recursos a la evaluación, para ir aumentando nuestros conocimientos en este campo. Pero los resultados tampoco son gratuitos, el estudio aporta algunos indicios muy relevantes sobre cómo trabajar con los jóvenes el consumo de cannabis, que tendrían que ser tenidos en cuenta en el futuro, como mínimo hasta que nuevas investigaciones aporten más evidencias al respecto.

Para acabar, quiero agradecer su dedicación a todas las personas (profesionales y jóvenes) que han participado tanto en la elaboración de *Que Rule, material para manos cercanas al cannabis*, como en el proceso evaluativo y, de una forma muy especial, a los autores de esta investigación evaluativa, a quienes quiero reconocer su entrega al proyecto, sin la cual difícilmente se hubiese podido llevar a cabo de una forma tan completa como la que ahora mismo tenemos el placer de presentaros.

1. INTRODUCCIÓN

Con el “*Que Rule*” nos encontramos con unos materiales de reducción de riesgos que hace dos años que se distribuyen gratuitamente por el territorio catalán y por algunas ciudades del Estado español. Estos materiales han seguido una política de distribución que se ha basado principalmente en cubrir las demandas surgidas que se han ido produciendo. Así, podemos decir que siempre ha habido algún profesional de la prevención mediando en su distribución a los jóvenes destinatarios.

Después de dicho tiempo de funcionamiento se ha creído conveniente realizar un estudio evaluativo para contar con un *feedback* externo de lo que está sucediendo con los materiales. A pesar de ello, la demanda de este estudio también incluye la realización de una exploración que permita situar el “*Que Rule*” dentro de un contexto más amplio donde no haya mediación profesional.

Así, esta evaluación nos lleva a presentar los siguientes objetivos:

- Explorar los efectos que tiene el “*Que Rule*” cuando se produce un acceso mediado en la población de jóvenes.
- Explorar los efectos que tiene el “*Que Rule*” cuando se administra sin acompañamiento profesional en la población de jóvenes.
- Describir las formas de apropiación del “*Que Rule*” por parte de la población juvenil.

Lo que se pretende con este informe es introducirnos en el sentido que el “*Que Rule*” toma para los jóvenes que entran en contacto. A partir de esta exploración de dar sentido y significación podremos situar los efectos en materia de prevención de estos materiales. No se tratará de saber los porcentajes de capacidad preventiva que puede tener el material. Más bien, se tratará de mostrar específicamente cuáles son los efectos, compartidos colectivamente, que los materiales generan en diferentes contextos y poblaciones.

Si bien inicialmente no constituía uno de los objetivos de la investigación, este estudio puede favorecer una mejora de la calidad de los materiales producidos en materia de drogas. Concretamente, en la exploración del sentido que toman los materiales para los jóvenes, también accederemos a conocer los puntos específicos de los materiales que son apreciados por parte de estos, hecho que podrá ser de gran ayuda a la hora de diseñar otros materiales futuros.

Los objetivos de la investigación, su objeto y las dimensiones que se quieren alcanzar, nos determinaron en la adopción de una metodología cualitativa. Asimismo, los fundamentos teóricos y técnicos de ésta la hacen no sólo pertinente para llevar a cabo la investigación evaluativa determinada en los objetivos, sino que la convierten en una herramienta privilegiada para aprender cuál es el imaginario psicosocial que rodea a estos materiales.

Para poder situar los materiales en un marco preventivo hemos creído conveniente realizar una exposición teórica de las diferentes formas de abordar

y dar forma a las relaciones y usos de las drogas. Esta exposición teórica nos llevará directamente a tratar el concepto de prevención y su amplitud semántica. A la hora de leer el informe, este concepto cobra una vital importancia como elemento teórico de referencia para la significación de los materiales por parte de los jóvenes.

Para concluir, queremos hacer constar que este estudio ha sido diseñado y pensado para poder dar herramientas conceptuales y empíricas que permitan fundamentar la toma de decisiones en materia de políticas preventivas. Esta intención toma más fuerza, en el supuesto que nos ocupa, en referencia a la elaboración de materiales preventivos en materia de drogas.

1.1. Paradigmas

Nuestra intención es utilizar el concepto de paradigma para poder explicar las diversas posiciones políticas, científicas y personales que han trabajado y que están trabajando en el ámbito de las drogas.

Lo que nos encontramos, tanto si nos remitimos a la bibliografía especializada¹ como si atendemos a otras búsquedas, es una constatación del hecho que hay una gran diversidad de enfoques teóricos y prácticos a la hora de orientar estos trabajos con las drogas y sus efectos (Causa, A.; Faura, R.; Domènech, M. 2004). El sentido que tomarán algunos conceptos, por ejemplo la prevención, dependerá en gran medida del colectivo de profesionales con quien tratamos, de su red de colaboradores y de sus propias bases epistemológicas².

Y es que la gran diversidad de posturas hacia las drogas puede llegar, en muchas ocasiones, a conllevar fuertes discrepancias a la hora de ejecutar acciones conjuntas en este ámbito. Según Leukefeld y Bukoski (1995)³, actualmente ni siquiera están definidas claramente las bases teóricas de la mayor parte de los programas debido a las discrepancias en el propio concepto de prevención entre investigadores, administradores y profesionales. A pesar de que éste es un hecho evidente para todos y todos aquellos que trabajan en el ámbito de las drogas, es preciso remarcar que nos encontramos ante una multiplicidad de formas de ver el mundo y de lecturas en relación con las drogas.

Así pues, para poder ordenar estas discrepancias y situar el material “*Que Rule*” dentro de este elenco pasaremos a explicar el concepto de paradigma y sus aplicaciones para nuestra investigación.

¹ Ver apartado La prevención, p. 15

² *Episteme* como conocimiento de aquello que es verdadero.

³ Citado en: Salvador, T. y Martínez, Y.M^a (2000)

El concepto de paradigma

El concepto de *paradigma*⁴ nace de la mano de Thomas Kuhn, desde las disciplinas de Filosofía e Historia de la Ciencia. El origen del concepto nos explica el desarrollo de la ciencia como una acción colectiva llevada a cabo por la comunidad científica partiendo de unas creencias, unos métodos, unos conceptos y unos valores, todos compartidos en mayor o menor medida. Este conjunto es lo que el autor denomina *paradigma*.

Sin embargo, también hay que considerar el paradigma como las realizaciones científicas reconocidas universalmente que, durante determinados periodos de tiempo, proporcionan modelos de problemas y soluciones a una comunidad científica.

"Un paradigma gobierna, desde un principio, no un asunto sino más bien un grupo de practicantes." (Kuhn, 1997)

Es preciso decir que los paradigmas perduran, pero no son eternos. Durante los periodos de tiempo en que las reglas de un paradigma gobiernan la actividad científica de resolver problemas –ya sean de naturaleza experimental o bien teórica–, hablaremos de *ciencia normal*. En los periodos en que encontramos dos o más paradigmas rivales compitiendo para ser quienes gobiernen la actividad científica de una comunidad hablaremos de *revolución científica*. Estas revoluciones abren un conjunto de controversias donde los mismos términos utilizados por las comunidades científicas cambian de significado. En estos periodos desaparecerían aquellas semejanzas que caracterizarían las relaciones de la comunidad. Las percepciones de los científicos se diversifican, y puede suceder que un mismo fenómeno sea visto de maneras diferentes, e incluso que sean incompatibles entre sí.

"Tanto las revoluciones como la ciencia normal son actividades basadas en la comunidad." (Kuhn, 1997)

A diferencia de la ciencia, donde normalmente las controversias entre paradigmas tienen un ganador, en el ámbito de las relaciones con las drogas podemos encontrar diversos paradigmas coexistiendo en idéntico periodo de tiempo dentro de las comunidades implicadas. O sea, podemos encontrar diversos paradigmas cohabitantes dentro de la misma institución, por ejemplo la Administración Pública, vinculados entre sí en y a través de las relaciones de poder que la conforman. En el caso que nos ocupa, podemos decir que los paradigmas son transversales a los diferentes agentes sociales o comunidades implicadas en el mundo de las drogas: educadores, médicos, usuarios, administradores, investigadores, psicólogos, etc. Así, dentro de un mismo paradigma nos podemos encontrar usuarios y médicos que comparten las mismas significaciones sobre el mundo de las drogas.

⁴ La conceptualización de este término aparece por primera vez publicada en el libro *The Structure of Scientific Revolutions* (Kuhn, 1962).

Sin embargo, no es de extrañar que el mismo significado de prevención tome diferentes expresiones según en el paradigma en que nos situamos. En estos casos, de igual forma que en la comunidad científica, las experiencias y las teorías no sirven como jueces de la controversia (o del conflicto por la definición de prevención) ya que las diferentes partes pueden tener concepciones bastante heterogéneas del mundo.

Como el mismo Kuhn nos dice, hay que poner énfasis en las prácticas que realizan los miembros implicados en un tema (la prevención en el ámbito de las drogas) a la hora de explicar el cambio de paradigmas. Son estas prácticas diarias de las comunidades las que nos darán el sentido y el significado de las relaciones que establecen con el mundo. Por tanto, el cambio de estas prácticas será lo que propiciará los cambios en los acuerdos de grupo que gobernaban una comunidad, permitiendo así la aparición de un nuevo paradigma.

Por ejemplo, la gran mortalidad y morbilidad asociada al virus VIH que sufrieron los consumidores de heroína durante los años 80 motivó la aparición de una fuerte problematización respecto al intercambio de jeringuillas que se producía durante el consumo de esta sustancia. En la práctica, muchas y muchos profesionales comenzaron a priorizar la lucha por las condiciones de vida del consumidor –que se concretaba en una prevención primaria contra el SIDA– por delante de la lucha contra la adicción. De esta manera, se comenzó a extender la convicción de que había que repartir jeringuillas entre las personas consumidoras y enfatizar la importancia de que éstas no fueran compartidas para evitar males aún más graves que la adicción *por se*.

El hecho de repartir jeringuillas supuso pues una práctica que contravenía las políticas de prevención en marcha hasta el momento, ya que facilitaba a las personas consumidoras de heroína una vía de consumo que intentaba evitar los importantes riesgos asociados a las prácticas de consumo anteriores. Es esta práctica de repartir jeringuillas la que propició que se pudiera hablar de la aparición de un nuevo paradigma, la reducción de riesgos.

En este punto, es muy importante que hagamos una matización de aquello que entenderemos como prácticas. Al utilizar este término también nos estamos refiriendo a las prácticas discursivas y al lenguaje. Las formas de enunciar, las consignas o los significados de las palabras también se articulan de forma concreta en los paradigmas y, por tanto, también influirán a la hora de definir y estabilizar una percepción sobre las drogas y la prevención.

"Lenguajes diferentes imponen al mundo estructuras diferentes." (Kuhn, T. 1989:131).

Las tradiciones que se desprenden de un paradigma no sólo son incompatibles sino que a menudo son inconmensurables con las de sus predecesores o cohabitantes. No podemos encontrar ningún lenguaje común y neutro al cual puedan ser traducidas dos teorías inconmensurables para después poder compararlas punto por punto. Por ejemplo, los profesionales que comparten un

modelo teórico y práctico de intervención pueden entender los modelos rivales o antecesores, y sin embargo, no tienen por qué compartir la misma visión del mundo.

En ningún caso deja de haber comunicación, lo que sucede es que las diferentes posiciones de los profesionales pueden resultar inconmensurables debido a profundas diferencias epistémicas. Esta incommensurabilidad tendrá sus ejes en la concepción de conocimiento y verdad que sustenta las formas de ver el mundo y las identidades de quienes lo miran.

1.2. Breve repaso histórico de los paradigmas dominantes en materia de drogas

El presente capítulo incluye una secuencia que pretende ordenar cronológica y conceptualmente algunas prácticas que han hecho posible hablar de paradigmas en materia de drogas. Asimismo, constatamos que los diversos autores no siempre denominan los paradigmas con el mismo apelativo ni establecen los mismos límites conceptuales. Pero pensemos, que es precisamente este ejercicio de iconoclasia hacia los límites lo que permite generar nuevas visiones, tal vez más próximas y acomodadas al activo dinamismo de las diferentes realidades socioculturales.

De esta modo, podemos encontrar diferentes paradigmas que, de forma dinámica, nacen, crecen, cohabitan, se complementan, se fusionan, se quieren, se odian, se reproducen, se fortalecen, se debilitan, y también mueren... aquí mostramos algunos y os animamos a aproximarnos en este sentido.

Es preciso aquí hacer una aclaración, y es que para introducirnos en la comprensión de los paradigmas que han dominado la relación del cannabis con nuestras sociedades tendremos que enmarcar todo ello dentro del ámbito genérico de aquello que denominamos *drogas*. Esto, como veremos más adelante, es debido al hecho de que los criterios para establecer qué es a lo que llamamos *droga* la han situado directamente dentro de esta categoría. Es preciso pues situar los paradigmas dominantes en materia de drogas para poder comprender globalmente las políticas de intervención social que se han desarrollado y que se están desarrollando específicamente para esta sustancia.

Los paradigmas en materia de drogas

El consumo de drogas ha estado siempre presente en nuestras sociedades y culturas desde tiempos inmemoriales. Su consumo lo encontramos relacionado con diversas prácticas que han ido desde la dimensión catártica y extática, a la dimensión iniciática o la ceremonial, pasando por la dimensión mitológica, por la dimensión recreativa o bien por la dimensión terapéutica así como por la preventiva de enfermedades o epidemias.

Antes del advenimiento del cristianismo como modelo dominante en Europa, el consumo de drogas o su prescripción a terceras personas era una práctica común que se veía sometida a escasas restricciones de tipo moral o político. Su regulación se producía en un marco social regulado por las costumbres y venía mediatizada por los diferentes espacios de recreo o ritualización religiosa.

Podemos decir que durante las sociedades paganas de la antigüedad dominó aquello que vendremos a llamar **PARADIGMA CLÁSICO** en materia de drogas, el cual hacía una profunda distinción entre aquello que pertenecía al ámbito del derecho y aquello que conformaba el dominio de la moral.

Así, por ejemplo, Escohotado (1998) relata la ancestral costumbre romana que vedaba el vino a las mujeres así como a los hombres menores de treinta años. La regulación de esta costumbre consuetudinaria era legislada por la *Lex Cornelia*⁵, la cual se negó a conferir ningún tipo de sanción jurídica a esta costumbre entregando su cumplimiento al criterio de cada hogar. Asimismo, en cuanto a los fármacos, se insistía en que estos son “indiferentes” para el derecho siempre y cuando no se utilicen “para matar alguien”⁶.

“Ello se explica por una clara distinción entre moral y derecho, que se trazaba en interés de ambos. Si el derecho intentase hacer valer una moral renunciaría a su campo propio, se haría sectario y fomentaría en definitiva el menosprecio hacia la ley. Si la moral pretendiese dar apoyo a sus preceptos con castigos penales se condenaría a fomentar la hipocresía y el saqueo de todo aquello que merece denominarse virtud. Consecuentemente, cualquier intromisión de un aspecto en el otro parecía a los sabios antiguos el summum de las monstruosidades: una forma infalible para corromper tanto las leyes como la eticitat.” (Escohotado, 1998:222)

Tal como nos explica este autor, de esta regla sólo disintió Platón, y es por ello que será conocido por los prosélitos cristianos como “San Platón” durante los siglos siguientes.

El cristianismo es pues el primer agente político que comienza a perseguir con cierta sistematización el uso y el consumo de determinadas sustancias en Europa y el arco mediterráneo, viéndolas como un peligroso competidor en el ámbito religioso y en la experiencia mística, por una parte, y en el ámbito político, por otra, ya que suponía una potencial fuente de disensión en cuanto al control del cuerpo, de los pensamientos y de los estados de conciencia.

“Con la entronización del cristianismo [...] ingresan dentro de lo perseguido un séquito de personajes –herboristas, farmacólogos, ensalmadores, catárticos, chamanes, pontífices de otros cultos, mistagogos, teósofos, brujas urbanas y

⁵ El criterio romano sobre drogas es una reproducción idéntica del griego y se materializa en la *Lex Cornelia*, único precepto genérico sobre sustancias modificadoras del ánimo, que estuvo vigente desde tiempos republicanos hasta la caída del Imperio.

⁶ “Droga es una palabra indiferente, donde se integra tanto aquello que sirve para matar como aquello que sirve para curar y los filtros de amor, pero esta ley sólo reprueba aquello utilizado para matar a alguien” (Digesto, 1975, vol. III, p. 699. Citado en: Escohotado, 1998: 172)

rurales, etc.– que no figuraban en los elencos romanos clásicos, y mucho menos en los griegos.” (Escohotado, 1998:240)

Se instaura pues un nuevo modelo de relación con las drogas que pasa por la censura de toda sustancia potencialmente tóxica o alteradora de los estados corporales o de conciencia. Llamaremos a este modelo paradigma DE CENSURA en materia de drogas, ya que no hace ninguna distinción entre derecho y moral ni entre drogas buenas y malas sino que lo demoniza todo y legisla para perseguir cualquier uso o prescripción de todas aquellas sustancias que se inscribían dentro de la antigua definición griega de *pharmakon*⁷.

No es preciso decir que esta primera ola de censura sistemática hacia el conocimiento y el uso de los *pharmakon* no tan sólo combate los cultos orgiásticos y extáticos de las religiones paganas –los cuales acostumbraban a apoyarse en drogas de tipo visionario– sino también la propia medicina hipócrato-galénica, en aras de remedios mejores como exvotos, aceites santos y agua bendecida; el antiguo conocimiento farmacológico será perseguido y destruido. El uso moral, sacramental y recreativo así como el uso médico de cualquier droga diferente del vino⁸ constituirá apostasía, menosprecio de la verdadera fe (Escohotado, 1994). Esta involución en cuanto a los conocimientos médicos se prolongará durante toda la Edad Media y no se podrá comenzar a resurgir hasta ya entrada la irrupción del Renacimiento. La salud pasará pues en este oscuro periodo a ocupar una posición marginal respecto al loado sufrimiento, tan necesario para la redención de los pecados del cuerpo.

Como es bien sabido, el Renacimiento supone en cierta manera una voluntad de retorno a los modelos dominantes antes del milenio medieval, de manera que se produce una intentona de recuperación de los paradigmas de la antigüedad. Así pues, durante el advenimiento de las luces se recupera y consolida un modelo que –renaciendo con el Renacimiento– Méndez (2001:90) denomina también para este periodo como paradigma CLÁSICO, en una nueva separación entre el derecho y la moral, consolidándose en el discurso culto de las elites intelectuales a lo largo de la evolución de la Europa moderna. Este paradigma es pues el que ha imperado durante más tiempo en el espacio sociocultural europeo, ya que no sólo fue dominante en las sociedades europeas paganas, en la época clásica, sino que resurgirá de nuevo después del periodo de dominación cristiana y gótica.

Así pues, ya de lleno en la modernidad europea, y en cuanto al consumo recreativo de sustancias psicoactivas, se fue consolidando este modelo de tratamiento de las drogas, el cual encontró su expresión más perfecta durante el siglo XIX.

⁷ El concepto *pharmakon* indicaba ya en la Grecia clásica toda sustancia susceptible de ser utilizada como remedio o bien como veneno.

⁸ No deja de ser interesante el hecho de que, a lo largo de la era pagana, el vino y las bebidas alcohólicas son las únicas drogas que sugieren una degradación ética y una indigna huida ante la realidad. En ningún caso lo son otras drogas antiguas de uso común como el opio, la marihuana, el hachís, el beleño, el estramonio, los hongos visionarios ni otras sustancias, todas ellas de fácil adquisición en los grandes mercados de víveres dispersos por los territorios del Imperio Romano.

“Su postulado más básico es que el control del consumo de sustancias psicoactivas es antes todo un asunto de carácter personal y que es la prudencia de los individuos, y no la legislación, la que es responsable de regular un uso racional y aceptable de las mismas.” (Méndez, 2001:90)

Méndez nos explica que ya Thomasius, cuando diferencia en sus fundamentos del *Derecho Natural y de Gentes* (1705)⁹ entre lo que pertenece al derecho (*iustum*), lo que pertenece a la moral (*honestum*) y lo que pertenece a la costumbre social (*decorum*) considera que la moderación en la comida y en la bebida corresponde a la segunda. En la misma dirección, Emmanuel Kant sitúa el deber de abstenerse del uso inmoderado de opio y de aguardiente dentro del ámbito de lo ético en *La metafísica de las costumbres* (1797)¹⁰. Asimismo, recogiendo la tradición de la separación entre derecho y moral, John Stuart Mill condenaba en *La libertad* (1855)¹¹ la prohibición china de consumo de opio y la prohibición de consumo de alcohol en diversos estados de EEUU como ejemplo perfecto de intromisión gubernamental ilegítima en la esfera de la libertad personal.

La modernidad se impregna pues del paradigma clásico en materia de drogas, el cual es recuperado, como tantas otras cosas, de los tiempos anteriores a la oscuridad medieval. Así, las nuevas elites europeas, los nuevos legisladores, parece ser que se inspiran en el paradigma clásico de las sociedades paganas grecoromanas.

Este modelo clásico recuperado con el Renacimiento pronto se verá confrontado a las presiones inherentes al desarrollo de la Revolución Industrial. Así, con la irrupción de la industrialización y la emergencia de una nueva clase dominante burguesa, aparece en Europa con mucha fuerza una nueva forma de moralidad –que algunos llaman *victoriana*– la cual pretende disciplinar los cuerpos y consolidar así un nuevo *estatus quo* que ya no intenta regirse mediante el poder soberano sobre la gestión de la muerte sino a través del poder disciplinario sobre la gestión de la vida. No se tratará pues de sancionar a través de la muerte sino de disciplinar la vida misma.

“Las disciplinas del cuerpo y las regulaciones de población constituyen los dos polos alrededor de los que se desarrolló la organización del poder sobre la vida. [...] La vieja potencia de la muerte, en la cual se simbolizaba el poder soberano, se encuentra ahora cuidadosamente recubierta por la administración de los cuerpos y la gestión calculadora de la vida.” (Foucault, M., [1976] 1995:168-169)

El derecho sobre la muerte es sustituido por el poder sobre la vida, sistematizándose una *biopolítica de la población* que supondrá el paso del poder soberano al poder disciplinario.

Asimismo, en este nuevo contexto industrial y disciplinario dominado ya por una efervescencia liberal, el consumo de drogas comenzó un nuevo proceso de

⁹ Citado en: Méndez 2001.

¹⁰ **Ibid.**

¹¹ **Ibid.**

masificación al igual que lo hacía cualquier otro producto susceptible de ser comercializado a pequeña o gran escala.

Las nuevas elites burguesas de las sociedades industriales, ya liberadas del control secular de Roma pero igualmente necesitadas de un plano trascendente que estabilizase el nuevo marco de relaciones sociales, pasarán a legislar sobre los cuerpos tomando como base una renovada moralidad cristiana inspirada por la Reforma protestante (Nietzsche, 1887). La moral entra de lleno en el derecho –¡por fin!– y comienza a legislar sobre la vida de aquellas personas que se ven seducidas por las fuerzas del mal a consumir sustancias alteradoras del estado puro de conciencia.

Paralelamente, la mercantilización masiva de estas sustancias comportó la aparición de nuevos modelos de consumo también masivos y sin pautas claras, sobre todo en espacios económicamente poco aventajados, que comenzaron a evidenciar que algunos individuos perdían el control o bien sufrían intoxicaciones agudas. En nuestro contexto sociocultural europeo, este nuevo perfil de consumidor se empezó a asociar a una falta de autocontrol atribuida a la debilidad del carácter. Es sobre esta base que se construyó lo que Joan Colom (2001:49) denomina PARADIGMA MORAL, que desde entonces ha servido activamente como uno de los marcos interpretativos dominantes en cuanto al consumo de drogas. De este paradigma se deriva ya una fuerte estigmatización del consumidor, que se convertirá en un ser inmoral que pasará a ser merecedor de un fuerte menosprecio general.

Con el paradigma moral como nueva forma de relación en materia de drogas se evolucionó hacia la convivencia de una doble actitud social, de acuerdo con uno de los instrumentos de legitimación del poder propios de la alta burguesía decimonónica: la caridad cristiana. Así, a la estigmatización inicial se sumó una actitud salvadora e incluso redentora. Nos encontramos pues con una sociedad moralista que marginaba a los individuos que consumían drogas y que paralelamente generaba incipientes recursos para intentar salvarlos de las consecuencias del ostracismo social al que eran sometidos. Aparecieron pues instituciones benéficas de tipo religioso a las cuales, a lo largo de los siglos XIX y XX, se les añadieron diversos servicios municipales de beneficencia.

Michel Foucault, en *Vigilar y Castigar*, cita algunos reglamentos de las parroquias parisinas, y de las instituciones de caridad que intervenían en éstas:

“El territorio por cubrir se divide en cantones y cuarteles, que se reparten los miembros de la compañía. Estos tienen que visitarlos regularmente; “trabajarán para impedir los lugares de perdición; tabaquerías, juegos de naipes, escándalos públicos, blasfemias, impiedades y otros desórdenes que pudiesen llegar a su conocimiento”. “Tendrán que hacer visitas individuales a los pobres, y los puntos de información se precisan en los reglamentos; estabilidad en el alojamiento, conocimiento de las oraciones, frecuentación de los sacramentos, conocimiento de un oficio y moralidad, si no han caído en la pobreza por su culpa.” (Foucault, M. 1978a:87)

A pesar de que ciertamente se comenzaron a hacer importantes esfuerzos para superar la estigmatización que sufrían las personas que consumían, y sobre todo, para darles alguna ayuda, los problemas asociados al consumo de drogas continuaban siendo contemplados bajo una óptica esencialmente moral. Formulada así la cuestión, se entendía que para superar la debilidad de la persona ante la sustancia el único camino era obligar al individuo a sojuzgar-se bajo la fuerza de la virtud, y eso sólo se podía hacer a través de la coacción/conversión (Colom, 2001).

Así, llegados ya al siglo XX, la situación inicial de *laissez faire* había dado un giro radical (Méndez, 2001). Las sociedades europeas se encontraban en un proceso de industrialización feroz y acelerada que hacía tambalear los viejos modelos de relación del individuo con el entorno social y había que controlar los posibles efectos perversos derivados de estos profundos y vertiginosos cambios, los cuales estaban alterando los equilibrios vigentes hasta entonces. Con todo eso, se estaba dibujando una nueva situación en la cual el control social surgido de la legalidad sustituía a la clásica idea que propugnaba que el control del propio cuerpo concernía a la esfera personal. En este preciso momento, los postulados morales se dispusieron a disciplinar definitivamente los cuerpos haciéndose valer de la ley, y así es como la intemperancia pasó a considerarse una conducta inmoral, peligrosa e intolerable que tenía que ser perseguida por el sistema policial y sancionada por el sistema legal (íbid, 2001).

En todo este proceso es bien sabido el crucial papel que comenzaron a ejercer los EEUU, sobre todo a principios del siglo XX. La intervención legal sobre el consumo de sustancias psicoactivas tenía su inspiración en ideas moralizantes contrarias a la embriaguez y que identificaban los estupefacientes como productos que esclavizaban al individuo, desposeyéndolo de la libertad y conduciéndolo al crimen. De esta manera, la creciente hegemonía norteamericana sobre el mundo permitió a los EEUU ir extendiendo el **PARADIGMA INTERVENCIONISTA** (íbid, 2001). Podríamos decir que el punto de inflexión en todo este proceso se produce con el Convenio Internacional de la Haya de 1912 sobre restricción en el uso y tráfico de opio, morfina, cocaína y sus sales¹², de inspiración norteamericana, el cual fue incluido como sección 295 del Tratado de Versalles. En esta conferencia, la delegación de EEUU insistió en no adoptar “recomendaciones”, sino “resoluciones”, y en que el convenio resultante fuese sometido a ratificación por parte de los respectivos cuerpos legislativos de cada Estado (Escohotado, 1998:628). Era el inicio de todo una serie de tratados internacionales que finalmente acabaron imponiendo al resto de países el fin del paradigma clásico en materia de sustancias psicoactivas.

A medida que el siglo avanzaba, el discurso moralizador inicial que caracterizó la intervención se fue dotando de un discurso médico paralelo. Este segundo discurso, propio del llamado **PARADIGMA BIOMÉDICO** (Méndez, 2001) –el cual

¹² El Convenio limitaba a “usos médicos y legítimos” el opio, la morfina y la cocaína, y “cualquier nuevo derivado del opio o la cocaína que pudiese dar lugar a abusos análogos y tener por resultado los mismos efectos nocivos”. Al no definirse en ninguna parte cuáles eran estos usos “legítimos” se autorizaba implícitamente a las potencias firmantes para que pudiesen exportar estas sustancias allí donde no estuviesen prohibidas por la legislación nacional (Escohotado, 1998:630).

dominó la profesión médica durante los años centrales del siglo— enfatizaba la curación del cuerpo por delante de la atención y el cuidado a la persona y confirmaba con rotundidad la tesis de la falta de autonomía de los consumidores, avalando científicamente la idea de que las sustancias perseguidas anulaban la libertad de los consumidores y construían la figura interclasista del usuario. De esta manera, el discurso científico biomédico se sumó al discurso moralizador anterior sin confundirse del todo con él y cooperó eficazmente en la difusión mundial de una relación legal con las sustancias psicoactivas basada en la prohibición taxativa de casi cualquier uso de éstas. La profesión médica, en un agudo *manotazo* corporativo, se apropiaba así de la potestad exclusiva para prescribir el uso universal de drogas y narcóticos, que bajo su sello pasarían a recibir la denominación de 'fármacos'.

Es preciso resaltar que una de las diferencias fundamentales que separa el paradigma clásico del paradigma intervencionista parece ser de naturaleza ética.

“En el modelo clásico la ley consideraba a los individuos como adultos responsables a quien nada había que decir sobre el uso de drogas mientras no dañasen a terceras personas. Se optaba entonces por la libertad y por el control moral. En el modelo intervencionista las drogas se consideraban tan peligrosas que la actuación gubernamental sólo podía aspirar a erradicar totalmente su uso. Se optaba entonces por la prohibición y el control legal. La diferencia entre los modelos aparece entonces como una cuestión típica de paternalismo frente a libertad.” (Méndez, 2001:93)

Se erige pues con fuerza el paternalismo jurídico en su sentido más amplio, el cual consiste en el establecimiento de una regulación jurídica dirigida a proteger a las personas de ellas mismas.

Es ante este nuevo panorama, el cual hace confluir aspectos moralistas con perspectivas científicas, que ya podemos hablar de un nuevo paradigma que se desarrolla con fuerza y solidez y que impregnará gran parte del discurso y de las políticas sobre drogas hasta la actualidad, se trata del **paradigma médico-asistencial**, o simplemente, **PARADIGMA ASISTENCIAL** (Colom, 2001:50).

A partir de aquí, se derivan un cúmulo de asociaciones que comienzan a legitimar una nueva visión degradada y marginal de la persona consumidora. Así pues, con la erradicación de cualquier responsabilidad del usuario sobre su propio consumo, éste se ve definitivamente abocado a convertirse en lo que de él se espera. La persona consumidora de drogas es pues víctima de una profecía que se autocumple, esto es, el consumidor cae víctima de *“una definición falsa de la situación que genera una conducta nueva de manera que hace verdadera la concepción originariamente falsa”* (Merton, R.K., 1949). Y es que, en palabras de William Hazlitt¹³, *“cuando con un sistema de terror y acusaciones se lleva a la imaginación constantemente hacia el límite del vicio, la gente se derrumba a causa tan solo del miedo a caer”*.

¹³ Citado en Davenport-**Hines** (2003)

Llegados a este punto, y para rematar, entra en juego una nueva sustancia que determinará profundamente el juego de vinculaciones entre drogodependencia y marginación y lo disparará todo un poco más allá: la heroína. Con la irrupción masiva de esta sustancia en el mercado occidental, y en un momento en que la propia gestión del consumo ya no pertenece a la persona consumidora, se desarrolla y fortalece de forma potente la asociación heroína-dependencia-marginación-delinuencia, generando de forma inherente una fuerte alarma social. De repente, estos elementos se confunden y se hacen difíciles de distinguir, dando paso a una situación que refuerza una política legislativa prohibicionista y criminalizadora del tráfico y consumo de drogas y que desemboca en la Convención Única de 1961 y culmina con el Convenio de 1971¹⁴ firmado en Viena. Aún así, las regulaciones pactadas internacionalmente contienen importantes excepciones que deja exentas de sanción moral, médica y legal algunas drogas más tradicionales como son el alcohol, el tabaco y el café, las cuales no serán consideradas como *sustancias psicotrópicas*¹⁵.

A partir de aquí, el consumo de drogas se ve intrínsecamente vinculado a una dependencia física y psíquica que lleva al usuario hacia una marginación social que le relaciona directamente con la figura del delincuente. El paradigma asistencial determina que el objetivo del tratamiento del dependiente de las drogas sea primordialmente y casi exclusivamente conseguir la abstinencia en el consumo (Colom, 2001), paso previo y absolutamente necesario para su reinserción social.

Asimismo, toda persona que consuma alguna de las sustancias incluidas en la “Lista I”¹⁶ del Convenio de 1971 pasa a ser vista como una persona enferma, sin voluntad propia y, por tanto, sin ningún derecho sobre la gestión de su vida y de su cuerpo.

“El adicto es visto como una persona que ha perdido sus capacidades volitivas, de tomar decisiones o de asumir cualquier responsabilidad, con lo cual tiene que ponerse en las manos y “obedecer” al profesional si quiere solucionar su problema.” (Colom, 2001:51)

Asimismo, el consumo de drogas es asociado a la dependencia, con lo cual desaparece la figura de la 'persona consumidora de drogas' que viene a ser sustituida por la figura del 'drogodependiente'. En los casos en que esta asociación se hace difícil de concretar, la teoría de la escalada (*stepping stone theory*) se ocupará del resto. Así, por ejemplo, si no se detecta adicción en una

¹⁴ La historia nos muestra que la restricción de una droga no sólo provoca un aumento en el consumo de las otras, sino en el de drogas tan análogas a ella como sea posible. De esta modo, cuando para los ciudadanos occidentales comenzó a no ser tan sencillo obtener en las farmacias los sucedáneos del opio y sus derivados como la heroína, así como los sucedáneos de la cocaína, comenzó a producirse un marcado incremento del interés por los originales en cuestión (Escohotado, 1998:934).

¹⁵ El criterio para que una sustancia sea considerada como *psicotrópica* vendrá determinado única y exclusivamente por su inclusión en las Listas I, II, III e IV elaboradas entre la Convención de 1961 y el Convenio de 1971.

¹⁶ De las cuatro listas, la Lista I comprende las drogas utilizadas en aquel momento por los representantes de la contracultura, de manera que el THC –principio activo del cannabis– se incluirá en la misma categoría que otros como el LSD, la psilocibina o la mescalina.

persona que realice un consumo moderado de cannabis, no significará que esta persona no sea víctima de la misma pérdida de volición que se asigna a la dependencia a una droga. Al ser el cannabis una sustancia prohibida por las convenciones internacionales al mismo nivel que cualquier otra droga, sus consumidores se verán vinculados a todas las otras sustancias prohibidas y, consecuentemente, a la supuesta pérdida de responsabilidad sobre el propio cuerpo.

Además, cabe destacar que los conocimientos y habilidades de los usuarios o exusuarios de cualquier droga incluida en las listas de sustancias prohibidas no se toman en ninguna consideración. Los equipos de tratamiento se convierten en amos y señores de la persona consumidora, la cual no puede ejercer ningún papel a la hora de diseñar los planes preventivos o bien las estructuras terapéuticas.

Así pues, llegados a la década de los 80 aparecen gran cantidad de recursos y políticas dirigidas a la normalización de tratamientos de desintoxicación¹⁷. Desde la perspectiva asistencial, la prevención se basa en dar información, a menudo, a través de intervenciones breves, puntuales y masivas. Asimismo, estas intervenciones acostumbra a estar centradas en las sustancias *per se*, en las drogas, sin tener en cuenta aspectos más globales de educación para la salud, de aspectos actitudinales y de competencias de los individuos (Colom, 2001:52).

El paradigma asistencial no se verá seriamente cuestionado hasta principios de los 90, momento en que ya se ha desarrollado con fuerza un nuevo modelo en cuanto a la consideración del consumo y la dependencia a las drogas: se trata del PARADIGMA DE SALUD PÚBLICA. Éste se basa en el desarrollo de políticas destinadas a la *promoción de la salud* y en un modelo de intervención conocido como *reducción de daños* o bien como REDUCCIÓN DE RIESGOS. Hay diversos motivos que explican el advenimiento de este paradigma, el cual comienza a forjarse en los años 80 y a consolidarse en los 90. Mencionamos algunos:

A) LA IRRUPCIÓN DEL VIH

La mayor responsabilidad en el cambio de paradigma recae tal vez en la aparición de una nueva epidemia provocada por un virus desconocido hasta los años 80 –el VIH– y que a priori afecta a todos los estratos socioculturales a pesar de que a la sazón parecía mostrar una mayor y más agresiva incidencia en algunos colectivos concretos, como eran las personas consumidoras de heroína o los hombres homosexuales. El impacto del sida supuso tal vez el incentivo más potente para buscar un nuevo paradigma capaz de proporcionar fórmulas para evitar la muerte masiva de los consumidores de este opiáceo así como la fuerte morbilidad asociada a su consumo.

¹⁷ El 1985 se crea en el Estado español el Plan Nacional Sobre Drogas mientras que en Catalunya, en el mismo año, se aprueba una ley de drogodependencias que generará el Plan Catalán de Drogodependencias, publicado en 1987.

De alguna manera el estrecho vínculo que la propagación del nuevo virus establecía con las formas concretas de consumo de heroína empezó una interesante paradoja, ya que parece ser que la urgente necesidad de poner en marcha políticas de prevención primaria para evitar nuevos contagios del VIH impulsó un fuerte cuestionamiento del mismo modelo de prevención en el ámbito de las drogas, dando paso a la nueva perspectiva de reducción de riesgos.

B) *EL PROHIBICIONISMO*

Un vez fue problematizada la muerte masiva por el contagio de enfermedades víricas, no fue difícil establecer estrechas vinculaciones con algunos motivos estructurales que llevaban a tantas personas a consumir de maneras tan autodestructivas.

El prohibicionismo reapareció como una de las principales fuentes de algunos efectos perversos que alcanzan diferentes ámbitos todos ellos interrelacionados. Así, la excepcional falta de regulación de la calidad de las drogas comporta sobredosis accidentales o involuntarias así como una gran extensión de problemas de salud derivados de la adulteración del producto que llega al mercado. Esta falta de regulación del mercado de las drogas, el cual goza de una fuerte y creciente demanda, también impulsa y fortalece un mercado negro en perpetuo crecimiento y sostiene poderosas mafias criminales así como prácticas de corrupción y prevaricación a niveles desconocidos anteriormente. Más aún, la criminalización del consumidor genera una fuente potencial de mano de obra que fácilmente es absorbible por los entramados jerárquicos del negocio del tráfico ilegal de drogas. Asimismo, y sin ir tan lejos, un análisis a nivel psicosocial nos podría llevar a concluir que la ausencia de criterios de autorregulación y de elementos de responsabilización por parte de los individuos implica de forma inherente una acusada falta de moderación en el consumo.

La condición de ilegalidad del consumo de determinadas drogas se encuentra estrechamente vinculada a una parte importante de las supuestas razones que tendrían que provocar la motivación al cambio de paradigma en materia de drogas.

“Las profundas contradicciones inherentes al prohibicionismo plantean un debate complejo que dista mucho de estar resuelto. La reducción de riesgos nos ha ayudado a desnudar estas contradicciones de los prejuicios morales reduccionistas que los disfrazaban, y nos encontramos ahora en mejores condiciones para avanzar en la investigación de su urgente solución.” (del Río, M. 2001:38)

C) *LA IRRUPCIÓN DE LA COMUNIDAD EN LA PROMOCIÓN DE LA SALUD*

El desarrollo de las perspectivas comunitarias comienza a desarrollar una comprensión de las problemáticas de salud que es inseparable del contexto comunitario en el que se inserta cada individuo y que da paso a nuevas

conceptualizaciones del termino 'salud'. Así, el año 1981, la Organización Mundial para la Salud (OMS), introdujo en su 34ª Asamblea el concepto de **promoción de la salud**, definida como *“el proceso de capacitación de la población para que incremente su control sobre su salud y, de esta manera, la mejore”* (del Río, 2001).

Este concepto de promoción de la salud se integra dentro de una definición más amplia de salud que la misma OMS describe de la siguiente manera: *“Salud es aquel estado que reúne las condiciones mínimas en cada miembro de la colectividad que le permita trabajar productivamente y participar de forma activa en la vida social de la comunidad en la que vive”* (ibid).

Miquel del Río (2001) resalta el hecho de que, en su declaración de Alma-Ata, la Organización Mundial de la Salud afirma que *“las personas tienen el derecho y la obligación de participar individual y colectivamente en la planificación e implementación de sus cuidados médicos”*. Se entiende que el individuo *“tiene que incrementar su control sobre su salud y, de esta manera, mejorarla”*. Para alcanzar este hito, el individuo o grupo social *“tienen que ser capaces de identificar y realizar sus aspiraciones, satisfacer sus necesidades y modificar o afrontar las condiciones del entorno”*.

Para encontrar las primeras conceptualizaciones desarrolladas alrededor del paradigma de salud pública es preciso remitirse a las prácticas pioneras llevadas a cabo en dos tierras del continente europeo que ya se han caracterizado desde hace muchas décadas por su carácter innovador en lo que concierne a los elementos comunitarios y participativos de sus actuaciones:

- Condado de Merseyside (Reino Unido). Cuna de la primeriza “Salud Pública” ya en la primera mitad del siglo XIX, es aquí donde, en los años 80, se desarrolló lo que vendría a llamarse “Nueva Salud Pública” y que Miquel del Río (2001:36) define como *“un planteamiento global que integra cambios ambientales, medidas preventivas individuales e intervenciones terapéuticas, otorgando gran importancia a los aspectos sociales relacionados con estilos de vida poco saludables y que evita caer en la trampa de culpar a la víctima de su propia mala salud.”* Este primer discurso estaba, aun así, fuertemente impregnado del concepto “epidémico” de la toxicomanía, el cual entendía que la prioridad básica debía ser evitar el contagio de la enfermedad (VIH) a nuevos individuos.
- Amsterdam & Rotterdam (Países Bajos). En estas ciudades, ya en los años 70, se comenzó a desarrollar una noción de 'normalización' que se desplazaba radicalmente de la esfera de la intoxicación por drogas ilegales a la esfera de las consecuencias sociales de las drogas y su consumo.

Como indica Miquel del Río (2001:36), el importante cambio conceptual que se ha introducido a través de estas nuevas intervenciones reside en la adopción de principios propios de la investigación de la calidad en los servicios. La

relación que se establece entre el colectivo de profesionales y las personas consumidoras sufre una transformación radical. Así, si bajo el paradigma asistencial *“los equipos de tratamiento mantienen una actitud de espera de la demanda y realizan la atención desde el despacho”* (Colom, 2001:51), en el paradigma de salud pública *“hemos pasado de las 'exigencias' a la oferta de servicios; hemos aprendido a acercarnos a los usuarios, a escucharlos y a interesarnos por aquéllos que no recorren a los servicios ofrecidos.”* (del Río, 2001:37).

Así pues, parece ser que el paradigma asistencial genera su marco conceptual y sus políticas de intervención desde despachos y servicios más o menos aislados o conectados a las realidades comunitarias y psicosociales vinculadas al consumo, y sus prácticas de comunicación establecen un modelo radial.

El paradigma de salud pública siente la necesidad de salir a la calle para fusionarlo con el despacho, y busca su inspiración conceptual en la propia comunidad y en las definiciones y problematizaciones que emanan de las personas consumidoras por ellas mismas. El proceso de comunicación adopta un modelo en red.

La prevención se enmarca aquí dentro de la Educación para la Salud e intenta fomentar las competencias personales y sociales (autoestima, capacidad crítica, tolerancia a la frustración, autonomía...). Las intervenciones deben implicar a los iguales, a las madres y padres o al profesorado, y deben tener una continuidad temporal y ajustarse a cada población diana y a cada contexto específico.

El nuevo paradigma se basa en crear las herramientas necesarias para poder traspasar de nuevo la asunción de responsabilidades a cada persona, de manera que sea ella misma quién, desde el renovado reconocimiento de su libertad de decisión, opte por la mejor manera de vivir de una forma saludable en un mundo con drogas, tanto si consume como si no lo hace.

“Libertad y responsabilidades son dos aspectos de un mismo fenómeno, y toda extensión de la primera comporta un crecimiento de las segundas.” (Szasz, 1977)¹⁸

¹⁸ Citado en: del Río, M. (2001)

1.3. La prevención

Políticas preventivas

Como ya hemos visto, a lo largo de la historia ha habido diversas formas institucionalizadas de gestionar el uso de las drogas por parte de los núcleos de poder dominantes en cada época. Los diversos paradigmas mencionados nos han proporcionado una aproximación a los valores y a los conocimientos que fundamentaban estas políticas (institucionales, comunitarias y personales) sobre los usos y abusos en materia de drogas.

Asimismo, tanto en estos días¹⁹ como en épocas anteriores²⁰ podemos hablar de un mercado económico que gira alrededor de las drogas. La gestión de la oferta y la demanda ha sido y es uno de los principales pilares de las políticas institucionales. Estamos hablando de políticas de control orientadas a establecer y a estabilizar un tipo concreto de relaciones con las diferentes drogas. A día de hoy, sin entrar en los múltiples criterios que fundamentan esta gestión, nos encontramos ante dos líneas de control gubernamentales ante las drogas y sus problemas asociados. Por un lado, nos encontramos ante programas y estrategias dirigidas a la reducción de la oferta. Nos estaríamos refiriendo a aquellos programas desarrollados por los gobiernos con el objetivo de disminuir el grado de disponibilidad social de las drogas (por ejemplo, el aumento de los precios en el tabaco o el alcohol, que dificulta la accesibilidad a los consumidores). Por otro lado, encontraríamos aquellos programas y estrategias destinados a la reducción de la demanda. Nos estaríamos refiriendo a:

“Los esfuerzos en el ámbito de la reducción de la demanda se traducen en programas de prevención y tratamiento. Con los programas de prevención se intenta disminuir el número de personas que consumen drogas, o cuando menos, retardar el mayor tiempo posible el inicio de consumo o la escalada en el uso de drogas. Son programas que van destinados en mayor proporción a los jóvenes y adolescentes y, por tanto, sus campos de actuación acostumbran a estar centrados en el ámbito escolar, familiar y en el entorno social de grupos de iguales.” (Baulenas, G: 2000:242)

Por tanto, es en la gestión de la demanda donde situaríamos las políticas de prevención.

“Los programas de reducción de la demanda tendrán que abarcar todos los aspectos de la prevención, desde la tarea de desalentar al consumo inicial hasta la de reducir las consecuencias sanitarias y sociales nocivas del uso indebido de drogas.”²¹

¹⁹ Ver Napoleoni, L. (2004)

²⁰ Ver Escotado, A. (1998)

²¹ En la Declaración de Principios del Vigésimo Periodo Extraordinario de Sesiones de las Naciones Unidas (8-10 junio 1998, ver Anexo de este documento).

La prevención hace referencia a aquella acción en el momento presente destinada a influenciar en unos acontecimientos que aún no están presentes. Así pues, estaríamos de acuerdo con el hecho de que nos estamos refiriendo a una acción anticipatoria.

“La prevención puede definirse en sentido amplio como la acción y el efecto de las intervenciones diseñadas para cambiar los determinantes individuales, sociales y ambientales del abuso de drogas legales e ilegales, incluyendo tanto la evitación del inicio al uso de drogas como la progresión a un uso más frecuente o regular entre poblaciones en situación de riesgo.” (EMCDDA: 2000)

22

Como la misma definición nos muestra, la prevención aplicada al mundo de las drogas se inicia desde diferentes puntos: acciones que son previas al consumo y acciones que son contingentes al consumo. Este hecho no es de extrañar si contemplamos que nos encontramos ante una gran variedad de situaciones que van desde la abstinencia hasta los malos usos de las drogas. Entre estos dos extremos hay una gran variedad de prácticas individuales y colectivas que devienen en múltiples formas concretas de apropiación de las sustancias, todas ellas situadas en contextos muy heterogéneos entre sí. Es por este motivo que las estrategias de prevención tienen por objetivo trabajar sobre las personas, las sustancias y los contextos. Siguiendo las pautas de las distinciones de estrategias realizada por Trojman Sherri (1986) podríamos hablar de:

- Estrategias orientadas a las personas: son aquellas que tienen como objetivo el trabajo sobre el conocimiento y las actitudes de los individuos sobre las drogas. No obstante, también son aquellas estrategias que tienen como objetivo realizar un trabajo sobre las competencias de las personas. Nos referimos al trabajo de las habilidades personales (la autoestima, las capacidades cognitivas, la afectividad, etc.) que permiten afrontar las situaciones del día a día.
- Estrategias orientadas al contexto: estas estrategias tienen como objetivo la transformación del entorno donde viven las personas. Esta mejora del entorno está orientada a mejorar la satisfacción de las personas que viven en él, al mismo tiempo que pretende disminuir el estrés que provocan ciertas actividades que se realizan.
- Estrategias de control: son aquellas estrategias que influyen tanto a las personas como a las sustancias y a los diferentes contextos. Hablamos de medidas legislativas, económicas o punitivas orientadas a controlar la comercialización y la calidad para disminuir la demanda.

Es preciso decir que, la acción preventiva en sí, tendrá que tener en cuenta las características idiosincrásicas del contexto donde se realiza, del colectivo a quien se dirige y sus rituales, y de la sustancia que se consume o se puede consumir. Es esta idiosincrasia que acabamos de comentar la que nos ofrece una primera explicación de las dificultades que encontramos a la hora de encontrar un consenso teórico y práctico en lo que a la prevención se refiere.

²² Adaptado de: UNDCP, 2000; y CSAP, 1993. Ver en: European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction. <http://www.emcdda.eu.int/index.cfm>

Toda acción preventiva toma su sentido y significado dentro de un espacio (el contexto) y un tiempo (el momento de la intervención). Por ejemplo, es este punto donde algunas políticas institucionales (de carácter homogéneo debido a la estandarización que implica su funcionamiento burocrático) chocarían frontalmente con la heterogeneidad de los contextos y de los momentos en que se interviene.

Un intento para paliar este problema es la distinción de la prevención en tres niveles de intervención. Con una fuerte influencia del ámbito médico-asistencial, la prevención se dividirá en:

Prevención primaria. Es la intervención que actúa antes de que se produzca el consumo. Su principal objetivo es impedir o retrasar los usos de las drogas. Este nivel de prevención tiene un carácter “de universalidad” pues está destinado a una gran mayoría de la población. A priori, un gran número de personas son susceptibles de ser potencialmente consumidoras. Sus actuaciones toman, mayoritariamente, un modelo inespecífico de prevención de los usos de drogas para evitar los posibles efectos sobre aquellos grupos de edad o contextos que se encuentran muy alejados de las vivencias de consumo de drogas. El gran número de destinatarios y su inespecificidad hará que los agentes de prevención adecuados para este nivel sean los mediadores sociales como la familia, los profesores, los monitores, etc. La idea es que la misma socialización incorpore elementos preventivos. Según la Organización Mundial de la Salud, la prevención primaria consistiría en:

“Estrategias que pretenden prevenir el advenimiento del uso de sustancias psicoactivas o retrasar la edad en que se inicia su consumo” (OMS, 1997:138)²³

Prevención secundaria. Este nivel de prevención interviene cuando ya ha habido una toma de contacto con las drogas. Su objetivo recae en intentar disminuir progresivamente el consumo hasta que desaparezca y/o en evitar la instauración de usos problemáticos. Este nivel de prevención combina los modelos inespecíficos y los modelos específicos (por ejemplo, según la sustancia). Por un lado, es inespecífico para poder abarcar un gran número de población y por el otro es específico porque ya comienza a requerir conocimientos técnicos concretos. Así, los agentes de prevención en este nivel comenzarán a incluir especialistas y profesionales. Según la Organización Mundial de la Salud, la prevención secundaria:

“Se refiere a intervenciones que pretenden prevenir un uso problemático de sustancias psicoactivas entre aquellas personas que ya las utilizan, limitar el grado de duración del daño individual o social causado y asistir a los usuarios que puedan desear poner fin a este uso” (OMS, 1997:139)²⁴

Prevención terciaria. Este nivel de prevención actúa una vez los usos con las drogas ya se consideran problemáticos. Este nivel hace referencia tanto a los

²³ Citado en: Hawks, D. Scott, K. y McBride, N. (2002).

²⁴ *Íbid.*

efectos del consumo a corto plazo como a aquéllos que se producen a largo plazo. O sea, actúa sobre los efectos ya visibles (daños) y sobre aquellos posibles (déficits y handicaps) asociados al consumo. Por tanto, ya estaríamos hablando de tratamientos exclusivamente específicos: comunidades terapéuticas, reducción de riesgos, tratamiento ambulatorio, terapias, etc. En la misma línea, los agentes de prevención serán únicamente especialistas en el grado de conocimiento y las capacidades adecuadas para realizar las técnicas y tareas necesarias en este sentido.

“Las intervenciones que propone la conversación para prevenir los riesgos y daños que provienen de la experiencia de la prevención terciaria son de tipo específico.” (Rementería, 2001:38)

Estos tres niveles de prevención conjugan un menor o mayor grado de especificidad de sus intervenciones. La tendencia general es que la especificidad de la intervención sea creciente a medida que subimos de nivel de prevención. Ahora bien, también es factible que encontremos casos donde una intervención concreta, en el caso de la prevención primaria o secundaria, pueda alcanzar grados elevados de especificidad, sobre todo cuando los grupos o población diana, por su edad o situación, se encuentren en relaciones muy próximas a las drogas.

“Así, en términos generales, con la población vulnerable o en riesgo sería necesario diseñar y ejecutar una campaña de prevención primaria; con la población vulnerable ya afectada una campaña de prevención secundaria, consistente en atención primaria en salud, consejería familiar y ayuda social; mientras que, con la población drogodependiente gravemente afectada, es necesario una acción de prevención terciaria consistente en tratamientos de desintoxicación, tratamiento de secuelas, sustitución de sustancia, internamiento, y otros.” (Rementería, 2001:22)

A pesar de esta distinción de la prevención en tres niveles nos seguimos encontrando algunos problemas:

Por un lado, se hace bastante difícil de establecer cuáles son los límites de cada nivel –donde se acaba un nivel y donde comienza el siguiente– en relación a los problemas vinculados a las drogas. Esta distinción sigue teniendo un punto mecanicista ya que categoriza la prevención sobre la base de unos criterios apriorísticos que no tienen por qué encontrarse tan diferenciados en las realidades a intervenir.

Por otro lado, la suma de los diferentes saberes que intervienen en la prevención y los *feedbacks* que recibamos de estas realidades intervenidas generan un volumen de nuevos conocimientos específicos que aún hace más difícil la categorización de la prevención en niveles.

“La fragmentación del conocimiento que existe actualmente en el campo de la prevención de drogodependencias genera graves obstáculos a sus potenciales usuarios: políticos, planificadores y técnicos sociosanitarios, entre otros.” (Salvador, T. y Martínez, Y.M^a. 2000:258)

Querer ordenar todo este volumen de conocimientos y técnicas dentro de los tres niveles de prevención también comporta otra problemática asociada: las luchas de poder entre las diferentes formas de saber/intervención. Cada línea de saber (disciplinas y profesiones) mira la realidad a intervenir desde una perspectiva concreta, y por tanto, aquello que se problematiza desde un campo disciplinario y profesional no tiene por qué ser lo mismo que desde otro. A eso debemos sumar el hecho de que cada disciplina ocupa una posición diferente en el *status quo* del diseño y la estructura de las redes asistenciales. Así, nos encontramos que algunas formas de saber no pueden incluirse en los espacios donde está en juego la misma definición de prevención.

En nuestro país hay una fuerte predominancia de una visión médico-asistencial en cuanto a las relaciones con drogas. Así, por ejemplo, la gran mayoría de los órganos directivos de los Centros de Atención y Seguimiento de Catalunya están acaparados por médicos. Ésta predominancia médico-asistencial – completamente avalada por sus múltiples éxitos en materia de salud– dejaría al margen, paradójicamente, otras formas de saber que complementan la visión sobre el mundo de las drogas. En muchas ocasiones las intervenciones irían básicamente destinadas a la gestión del cuerpo y sus conductas en relación con la salud perdiendo de vista elementos tan básicos como las características de la situación familiar, los recorridos laborales o la comunidad a la que se pertenece así como sus ritos y normativas internas. La intervención, en este sentido, puede ser entendida como una *vacuna preventiva* (Salvador, T. & Martínez, Y.M^a., 2000).

Las políticas de riesgos

Orientadas a recaer en el uso comunitario, encontramos un conjunto de políticas y modelos preventivos que intervienen directamente sobre un conjunto de elementos concretos. A diferencia de una acción preventiva dividida y estructurada en niveles a priori, aquí la acción preventiva se organiza según una aproximación probabilística a unos criterios de bienestar. Estos criterios quedan establecidos mediante un conjunto de factores, en forma de ítems, que constituyen lo que aporta bienestar o es saludable.²⁵

“La mayoría de teorías vigentes reconocen que son numerosos los factores que influyen en la iniciación y el mantenimiento del consumo de drogas. Estos factores pueden proceder del ámbito individual (incluido el genético), del interpersonal, del familiar y del escolar, así como de los condicionamientos sociales y económicos del entorno.” (Salvador, T. & Martínez, Y.M^a. 2000:256).

Estos factores nos hablan tanto de situaciones o de características personales como de conductas y actitudes que juegan un papel en el consumo y los usos de drogas. Cuando hablamos de usos de drogas es preciso que contemplemos los factores desde tres ejes que se interrelacionan entre sí:

²⁵ OMS define salud como “un estado de completo bienestar físico, mental y social y no meramente la ausencia de enfermedad”.

- La *sustancia*, como elemento material
- La *persona* y su recorrido vital
- El *contexto social*, como el marco donde se producen las interacciones con las sustancias.

En estos tres ejes es donde definiremos los factores de riesgo y los factores de protección según su influencia (correlación) en el estándar de salud. A la hora de diseñar la intervención preventiva los factores se definen, normalmente, según un conjunto de estimaciones estadísticas que muestran como significativo su papel en el consumo y los usos de drogas. Los *factores de riesgo* serán aquellos elementos que tanto a corto como a largo plazo pueden llevar al consumo o al consumo problemático. Los *factores de protección* serán aquellos elementos que tanto a corto como a largo plazo pueden evitar o reducir el consumo y sus problemas asociados.

“Hay muchos factores que pueden aumentar el riesgo de una persona para el abuso de drogas. Los factores de riesgo pueden aumentar las posibilidades de que una persona abuse de las drogas mientras que los factores de protección pueden disminuir este riesgo. Es importante notar, sin embargo, que la mayoría de las personas que tienen un riesgo para el abuso de las drogas no empiezan a usarlas ni se hacen adictos. Además, lo que constituye un factor de riesgo para una persona, puede no serlo para otra.” (Robertson, E., David, S. & Rao, S. 2004:6)

Los factores de riesgo harán referencia a la interacción entre los tres ejes que hemos planteado. Estos factores, por tanto, no tienen un carácter universal sino que se encuentran situados en un contexto y en un momento concreto. Eso no quiere decir que en contextos diferentes no podamos encontrar un mismo factor relevante en ambos. Los factores de riesgo no pueden entenderse de forma aislada, sino que nacen fruto de las múltiples relaciones que se establecen entre los diferentes elementos que pueblan los tres ejes. Debido a eso, los factores se deben entender como algo dinámico, que puede cambiar con el paso del tiempo.

Los factores de riesgo en ningún momento pueden ser entendidos como elementos etiológicos de consumo o malos usos de drogas. O sea, son elementos explicativos (posibles herramientas de predicción) de las eventuales condiciones que derivan en un consumo y un uso de las drogas. En ningún caso pueden ser entendidos como elementos que determinan por sí mismos el futuro consumo de drogas. En un plano estadístico, hablaríamos de correlaciones positivas con el inicio del consumo o con los malos usos de las drogas.

En cambio, los factores de protección hacen referencia a elementos que correlacionan negativamente con el inicio del consumo o de los malos usos. Estos factores se relacionan con el estudio previo de los factores de riesgo, o sea, son aquellos factores que, por ejemplo, ya existen dentro del colectivo a intervenir y que deben ser trabajados para potenciar la reducción de los factores de riesgo. Concretamente, estamos hablando de estrategias que van

dirigidas a trabajar las relaciones de uno mismo con sí mismo, de uno mismo con su red social, con el entorno sociocultural o con las mismas sustancias.

“Una meta importante de la prevención es cambiar el balance entre los factores de riesgo y los de protección de manera que los factores de protección excedan a los de riesgo.” (Robertson, E., David, S. & Rao, S. 2004:7)

Los factores de protección, como los factores de riesgo, no son entidades universales ni deterministas. Más bien, y como podemos ver, son elementos reactivos y contrapuestos a los factores de riesgo. Por tanto, lo que podemos destacar es la posibilidad que estos factores abren a la hora de disminuir la aparición de las problemáticas asociadas a las drogas.

En esta línea también encontramos los **programas²⁶ de reducción de riesgos**. Dentro de estos programas se incluirían todos aquellos programas y servicios médicos y sociales encaminados a reducir y minimizar los efectos negativos del consumo de drogas. Su objetivo no es la abstinencia²⁷. Estos programas no sólo centran sus energías en una mejora de la salud, entendida en términos médicos, sino que también trabajan otros aspectos, a saber, la evolución personal, la participación en el contexto social, la marginación, las dinámicas laborales, el estigma, etc. Estos aspectos toman la misma importancia que el bienestar médico en relación con los efectos problemáticos que se pueden derivar del consumo.

“Entendemos que reducir riesgos es una filosofía de la acción educativa y sanitaria sin valoración moral previa sobre una conducta determinada. Es una política asistencial que organiza y engloba la práctica del conjunto de acciones sanitarias, sociales y comunitarias, en relación con los efectos perjudiciales del consumo de drogas.” (Baulenas, G. Borrás, T & Magrì, N. 1998:7)

Según el país donde nos situamos estos programas también pueden adoptar el término *reducción de daños (Harm reduction)*. Así, desde la IHRA²⁸ se define este término como:

“Las políticas y programas que principalmente intentan reducir las consecuencias sanitarias, sociales y económicas adversas producidas por las sustancias alteradoras del humor en los usuarios individuales de drogas, sus familias y sus comunidades.” (IHRA, 2005)

En algunas ocasiones estos dos términos –reducción de riesgos y reducción de daños– han sido utilizados indistintamente. A pesar de ello, sí que podríamos hablar de diferencias si entramos en sus implicaciones semánticas:

²⁶ Utilizamos el término *programa* ya que entendemos que las políticas pueden **abarc**ar diversos programas y, a día de hoy, la reducción de riesgos sólo se practica en intervenciones muy específicas y concretas en cuanto a drogas ilegales. Este no es el caso en las drogas legales (ver campañas de alcohol).

²⁷ “Una reducción del consumo de drogas no reduce necesariamente el daño y a menudo incluso lo puede exacerbar de forma inadvertida. Éste ha sido el caso especialmente cuando los esfuerzos para reducir el consumo se han perseguido entusiastamente” (IHRA, 2005).

²⁸ International **Harm Reduction** Association

Daño: Pérdida o detrimento causado a una persona o a una cosa en sus intereses, su salud, su valor, su estado.

Riesgo: Contingencia a la que está expuesto alguien o alguna cosa; posibilidad de un peligro incierto.

Si atendemos a las acciones que se adoptan desde los servicios asistenciales o desde la actividad de los profesionales observaremos que estamos hablando de contingencias (posibilidad de acaecer o no acaecer), de recursos y de acciones destinadas a evitar la aparición de ciertos daños concretos y probables. El objetivo es que no se produzcan estos daños reduciendo algunas de las contingencias asociadas a los usos de las drogas. O sea, hablamos de actividades destinadas a introducir cambios conductuales y/o relacionales hacia las problemáticas inmanentes a los usos de las drogas. Así pues, hablaríamos de daños en tanto en cuanto pudiésemos asegurar, a priori, la aparición de contingencias concretas.

Sin embargo, estos cambios deben ser incorporados por otros, y por tanto, no siempre se mantendrán estables, de manera que no se puede asegurar que se cumplan las conductas aprendidas en el contexto de consumo. Los mismos recursos, los agentes profesionales o bien la información que se da, son elementos contingentes en la toma de decisiones. En ningún caso eso asegura, por ejemplo, una conducta concreta ante las drogas. Resumiendo, se trata de dar herramientas orientadas a que la toma de decisiones de las personas evite determinadas contingencias asociadas a los usos de las drogas.

Esta definición de riesgo nos lleva a comentar lo que estamos llamando *toma de decisiones*. Como nos comenta Ulrich Beck (2002), “*Riesgo es el enfoque moderno de la previsión y control de las consecuencias futuras de la acción humana.*” Por tanto, cuando hablamos de riesgos también hablaremos de toma de decisiones. La definición de riesgo no nos lleva a un conocimiento específico y cerrado, nos lleva, inevitablemente, a actuar hacia una elección.

“La ontología del riesgo como tal no garantiza el acceso privilegiado a ninguna forma específica de conocimiento. Obliga a todos a combinar dos pretensiones de racionalidad diferentes y frecuentemente divergentes, a actuar y a reaccionar frente a certezas contradictorias”. (Schwarz y Thompson, 1990)²⁹

El riesgo sugiere una incertidumbre calculable que permite la toma de decisiones. Es por ello que hablamos de gestión de riesgos, porque la voluntad juega un papel. Ésta es la gran diferencia del riesgo respecto al peligro. El peligro, por el contrario, implica una incertidumbre incalculable, una incertidumbre que es independiente de las decisiones que uno mismo toma.

“Hablamos de riesgo si los posibles daños futuros son atribuibles a la propia decisión. Si uno no sube a un avión no puede estrellarse. En el caso de los peligros, por su parte, el daño tiene una causa externa. Así ocurre si, para seguir con el ejemplo dado, a uno le matan los restos de un avión que se cae... (...) Así, hoy la distinción entre riesgo y peligro traspasa el orden social. Aquello

²⁹ A: Beck, U. (2002)

que para una persona es riesgo para otra es peligro. El fumador puede que corra riesgo de contraer cáncer, pero para terceros eso es un peligro.”
(Luhmann, 1991:81)³⁰

Es este el motivo por el que la reducción de riesgos trabajaría desde la misma posición que las personas que consumen drogas, para poder atender a aquello que se define como riesgo y como peligro desde la misma posición de consumo y no sólo desde la posición ajena del profesional. Así pues, entenderíamos por reducción de riesgos aquel trabajo profesional que da herramientas para la propia toma de decisiones, concretamente, desde una posición de consumo. Se pretende que la misma posición de consumo se convierta en un riesgo y no en un peligro.

Hay un tercer elemento que aún no hemos comentado que se triangula con el riesgo y la toma de decisiones. Hablamos de la *responsabilidad*. Toda decisión y todo riesgo implica una persona responsable y un proceso de responsabilización. La reducción de riesgos, desde el momento en que da herramientas para la toma de decisiones, trabaja en la dirección de dar autonomía a los consumidores y, por tanto, de responsabilizarlos de la asunción de ciertos riesgos. Entenderíamos responsabilidad en dos sentidos simultáneos: como una calidad de decisión y como una calidad jurídica.

En definitiva, desde la reducción de riesgos aquello que se problematiza es la gestión del riesgo (la relación entre riesgo, decisión y, ahora también, responsabilidad) asociada a los usos de drogas. Desde la reducción de riesgos los usos de drogas no tienen por qué ser, a priori, un peligro.

³⁰ *Íbid.*

2. METODOLOGÍA

Atendiendo a los objetivos de la investigación hemos considerado pertinente la utilización de un enfoque metodológico eminentemente cualitativo para evaluar el material “*Que Rule*” estableciendo un cuadro de significación de los principales elementos implicados en la percepción y concepción del mismo.

En numerosas ocasiones se ha puesto de manifiesto la idoneidad de utilizar métodos cualitativos de investigación en estudios de carácter exploratorio, en temas sobre los cuales no existe excesiva información³¹. La metodología cualitativa resulta primordial cuando se quieren analizar determinadas situaciones, identificar las dimensiones más significativas implicadas en las mismas y generar orientaciones para profundizar en aspectos más concretos³².

A la vez, cuando se trata de estudiar la percepción, las imágenes y las representaciones asociadas a determinadas situaciones o vivencias, y a los recursos que las personas movilizan para dar sentido a su realidad, es necesario optar por enfoques que se desarrollen en contacto directo con aquellos fenómenos y procesos objeto de la investigación. O sea, enfoques que impliquen el mínimo grado de mediación o preformación de la información y de las formas de dar cuenta de las mismas personas implicadas en el estudio, y que, además, permitan examinar las diferentes cuestiones tratadas de forma contextualizada.

Aunque los registros estándares y cuantitativos que se obtienen con cuestionarios y encuestas, permiten un tratamiento extensivo de la información y facilitan la comparación de la misma, creemos que los objetivos de esta evaluación hacen necesaria una aproximación que permita un tratamiento intensivo de la información y que posibilite una profundización comprensiva en aquellas dimensiones que afectan y permiten explicar los elementos y factores centrales implicados en la significación del “*Que Rule*”. Creemos que la riqueza de los significados no puede ser expresada de forma atomista, como un conjunto de variables discretas, sin un riesgo elevado de perder información relevante. De esta manera, para adentrarnos en los elementos que constituyen el sentido que toma el “*Que Rule*” y para ver qué tipo de efectos producen, trasladaremos nuestra atención a los significados y a las formas de dar sentido que surgen a partir de los relatos de los jóvenes entrevistados.

La metodología cualitativa establece que debe mantenerse el carácter esencialmente significativo de la acción humana, o sea, parte de la base que en muchas dimensiones las acciones humanas no son reductibles a parametrización o cuantificación. De acuerdo con esta premisa, estos enfoques se caracterizan por dar prioridad al análisis y a la interpretación del significado

³¹ Para una profundización sobre este punto de vista, ver Berg, B.L. (1998); Buttny, R. (1993); García Ferrando, M.; Ibáñez, J.; Alvira, F.(1986); Mishler, E.G. (1995); Ruiz Olabuénaga, J. (1996); Ruiz Olabuénaga, J.; Ispizua, M.A. (1989).

³² Ver, al respecto, Brunet, Y.; Pastor, Y.; Belzutegui, A. (2002).

que las personas hacen de sus acciones y de las acciones de los otros. Así, la metodología cualitativa enfatiza el carácter significativo del comportamiento humano, dando especial importancia al lenguaje como vehículo de significaciones y a la interpretación y la comprensión como estrategias fundamentales de aproximación a los fenómenos sociales.

2.1. Técnicas

De nuevo, de acuerdo con los objetivos de la presente evaluación, necesitábamos una herramienta que permitiese obtener información intensiva, de carácter holístico y contextualizado. Así, la técnica utilizada para la obtención de información ha sido la entrevista. Y la entrevista, en este caso, ha sido tanto una herramienta de exploración que nos ha ayudado a identificar variables, factores y relaciones, como una herramienta de recogida de información.

En concreto, se ha utilizado la modalidad de entrevista semiestructurada, en cuanto al grado de estructuración, y en profundidad, en cuanto al grado de directividad. En una entrevista semiestructurada se establecen de antemano todos los temas que se abordarán, pero el orden de presentación y la manera de ir introduciéndolos se dejan al criterio del entrevistador. Esta modalidad se caracteriza por la ausencia de la estandarización formal que es propia del cuestionario y de la entrevista estructurada, lo cual permite a la persona entrevistada responder de forma exhaustiva, con sus propios términos y dentro de su cuadro de referencia y significación.

Así, en este tipo de entrevista lo único que se encuentra absolutamente prefijado son las consignas de inicio de la entrevista y el guión de las temáticas a ser abordadas, con el fin de proporcionar un carácter homogéneo a la información recogida. Se elabora un guión de todos los temas sobre los cuales obtener información, pero el orden y la manera de introducirlos se deciden en el curso de la entrevista para respetar al máximo las preferencias de orden y de expresión del entrevistado o la entrevistada.

De acuerdo con ello, la gran mayoría de entrevistas que hemos realizado son de tipo etnográfico. Concretamente, nos referimos a que las entrevistas han sido realizadas en el mismo contexto cotidiano de los jóvenes. Un contexto que ha contemplado tanto los espacios donde el material ya estaba presente como los espacios donde (aún) no estaba. De esta modo, a pesar de que se realicen entrevistas focalizadas en los tópicos derivados de los objetivos de la investigación, se da prioridad a la forma en que la persona entrevistada, *in situ*, expresa con sus propias palabras sus experiencias y las percepciones del “Que Rule”.

Se trata, en definitiva, de entrevistas diseñadas para permitir hacer emerger los procesos de construcción de significado en que los jóvenes entrevistados y/o los profesionales en el campo de la prevención se encuentran insertados para dar sentido al material “Que Rule”.

Pero es justo decir que en una ocasión también hemos utilizado los grupos focales como herramienta para la obtención de información. A grandes rasgos, podemos decir que comparte muchas de las características que hemos mencionado para la entrevista semiestructurada. Como en ésta, se utiliza un guión temático que permita que las personas se expresen libremente y a partir de sus propias palabras y expresiones. Como en la entrevista, se trata de una herramienta que permite profundizar en los significados de las personas, pero con la salvedad de que, en este caso, la elaboración de significados se da partir de la discusión entre un grupo reducido de personas (entre 6 y 10). Es precisamente esta interacción entre los miembros del grupo lo que constituye el hecho distintivo del grupo focal y que le proporciona su interés y potencia. La discusión, efectivamente, no tiene como objetivo la búsqueda del consenso entre los miembros del grupo; más bien, lo que posibilita es recoger un amplio abanico de opiniones y puntos de vista que pueden ser tratados extensamente. La situación de grupalidad produce un desplazamiento del control de la interacción que va del investigador hacia los participantes, lo cual favorece un mayor énfasis en la producción de sentido propia de las personas entrevistadas.

2.2. Procedimiento

De acuerdo con los objetivos de la investigación se realizó:

- Una entrevista a una de las personas que diseñaron y crearon el material.
- Tres grupos focales, distribuidos de la siguiente manera:
 - o Un grupo de 10 jóvenes entre 15 y 18 años.
 - o Un grupo de 7 jóvenes entre 19 y 22 años.
 - o Un grupo de 9 profesionales del ámbito de la prevención en materia de drogas.
- Treinta y una entrevistas etnográficas. Todas las entrevistas realizadas fueron transcritas literalmente en su totalidad para la realización de la descripción y del análisis.

La entrevista individual a una de las personas que diseñaron y crearon el “*Que Rule*” tenía como objetivo introducirnos en la historia de los materiales: como nace la idea, quiénes son sus creadores, cuáles son sus objetivos, cuáles son los criterios de construcción, qué condicionantes se encuentran, qué método utilizan, etc. Posteriormente, se realizan dos grupos focales con jóvenes para poder introducirnos en su universo simbólico y para realizar una primera aproximación al sentido que le daban a los materiales. Seguidamente, se realiza un tercer grupo focal con profesionales de la prevención para atender a su experiencia con los materiales y a sus valoraciones sobre estos. Asimismo, queríamos introducirnos en su estilo de trabajo educativo para poder situar los materiales.

Para poder proporcionar una lectura sistematizada de las imágenes, significados y representaciones asociadas al material “Que Rule” por parte de los jóvenes entrevistados, hemos optado para proporcionar lo que en la investigación de tipo etnográfico se llama una *descripción densa*³³.

La tarea de la descripción densa es extraer estructuras de significación que a menudo parecen irregulares, no explícitas o inconexas y que el investigador/a debe poder conectar. En nuestro caso, se trata de buscar estructuras de significación recurrentes en las formas concretas con que los jóvenes y los profesionales dan sentido al cannabis, a sus usos, a la gestión del conocimiento y de la información sobre esta sustancia y, principal y específicamente, al “Que Rule” y al papel que se dan a sí mismos en las relaciones de apropiación que establecen con estos materiales.

A pesar de buscar estructuras de significación, el procedimiento es “microscópico”, en el sentido de que se hace un recorrido minucioso por el contexto de las explicaciones de los entrevistados, poniendo de manifiesto los pequeños relieves y detalles que sobresalen al prestar atención a la red de relaciones y significados que las entrevistas revelan si se dirige una mirada intensiva sobre ellas.

La descripción densa ofrece una descripción tal que es en ella misma interpretación y explicación. Así, en este tipo de descripción, el relato que el investigador construye posee simultáneamente un nivel descriptivo y un nivel argumental y explicativo, en tanto que la información se convierte en significación, en sentido, al ser analizada sobre la base de una visión relacional de valores y significados sociales que condensan.

De esta manera el procedimiento utilizado nos permite:

- Ofrecer la reconstrucción subjetiva que los jóvenes hacen de los materiales y de las campañas preventivas.
- Describir la interpretación que hacen de los materiales por medio de la continua atribución de significados a sus experiencias con el grupo de iguales y de amigos, con el cannabis, con los padres, con los agentes educadores, con los estudios, con el entorno...
- Atender al establecimiento de relaciones de causalidad entre los diferentes elementos de los materiales y las atribuciones de los jóvenes y/o profesionales.
- Establecer el papel de la mediación profesional en el conjunto de atribuciones de los jóvenes.

Pero, es preciso señalar que el proceso de descripción densa no pasa sólo por comprender la variedad de percepciones y significados atribuidos a los materiales por cada una de las personas entrevistadas. Además, exige captar, con el mayor detalle posible, como estos significados y estas vivencias

³³ Para una profundización en el concepto de *descripción densa*, ver 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.

construyen un espacio público, o sea, compartido, de significados, valores y formas de dar sentido. De hecho, reflejar este espacio de significaciones compartidas es el principal objetivo de la descripción densa.

La descripción densa implica por tanto la localización y la contextualización de la información en las situaciones relatadas por las personas entrevistadas. La descripción densa muestra la relación de las vivencias con las relaciones y las situaciones: no se trata, por tanto, de decir cosas sobre las personas concretas, sino de describir las situaciones, acontecimientos y factores que mediatizan la forma en que la persona vive personalmente los materiales.

Es por ello que cuando se analizan e interpretan los datos, la descripción densa implica la triangulación de la información obtenida en cada entrevista, contrastándola y localizándola en las otras que se han realizado.

Esta triangulación responde, por una parte, a un objetivo de validación, puesto que confirma que determinadas formas de interpretar la realidad, de dar sentido a aquello que rodea a la persona son recurrentes, compartidas, forman pautas. Al contrastar las diferentes entrevistas se va viendo que estamos ante un significado compartido, de un espacio común, y no de un hecho aislado o de una apreciación particular de una situación.

Por otra parte, la triangulación permite acceder a este universo de significados compartidos sin renunciar a la diversidad y a las tensiones presentes en las diferentes formas de dar sentido a la realidad. En definitiva, a partir de la objetivación de las descripciones podemos construir una lectura sistematizada de los factores y los indicadores que explican los materiales “*Que Rule*”, siendo fieles a las formas en que las personas implicadas lo experimentan.

En el análisis se procede de forma cíclica y circular antes que lineal y, por tanto, conviene señalar que la exposición de resultados no se realizará en el mismo orden seguido para la obtención y el análisis de la información recogida, sino que se presentará según su coherencia en contenidos y objetivos.

2.3. Categorías de la muestra

El total de la muestra, teniendo en cuenta las entrevistas y los grupos focales, ha sido de 48 jóvenes. Estos, en un inicio, estaban seleccionados sobre la base de un conjunto de categorías que habíamos definido previamente como óptimas siguiendo las indicaciones y las aportaciones de las lecturas especializadas. A pesar de eso, después de realizar los grupos focales, o sea, de proceder a la localización de los primeros jóvenes y de la realización de los grupos focales, llegamos a la definición de las categorías iniciales que utilizaríamos para la constitución de las entrevistas etnográficas. Esta categorización incorpora algunas de las aportaciones que los mismos jóvenes hacen durante la realización de los grupos focales. Básicamente, la razón para tener en cuenta e incorporar estas aportaciones siguen un criterio que pretende vincular la estructuración de la investigación evaluativa con la realidad idiosincrásica de los jóvenes.

Consumo:	Género:
Consumidores habituales: 10	Chicos: 16
Consumidores esporádicos: 7	Chicas: 15
No consumidores: 14	
Edad:	Población:
Grupo I: de 15 -17 años: 15	Poblaciones grandes (+ de 150 mil hab.): 12
Grupo II: de 18 -22 años: 16	Poblaciones medias (de 10 a 150 mil hab.): 7
	Poblaciones pequeñas (- de 10 mil hab.): 12

Todos los participantes de los grupos focales y de las entrevistas tienen o han tenido garantizada su condición de anonimato durante todo el proceso evaluativo. Por este motivo, todas las entrevistas están numeradas desde E1 hasta E31. Asimismo, en el supuesto de que se trate de un grupo focal nos referiremos a él como EF. En este sentido, es preciso decir que los nombres que aparecen explicitados en los fragmentos de entrevistas seleccionados han sido cambiados respecto a los originales.

3. DESCRIPCIÓN DE LOS DATOS OBTENIDOS

A continuación ofreceremos una primera aproximación al vaciado que hemos hecho de las entrevistas realizadas. Tal como hemos explicado en el apartado metodológico, pese a que hablamos de descripción, lo que hacemos es una reelaboración de los relatos recogidos que implica interpretación y explicación. Para realizar esta tarea hemos desglosado el material “Que Rule” en diferentes categorías que nos permiten la evaluación de la estructura del material así como de sus efectos. Estas categorías han sido sugeridas por la lectura que hemos hecho de los tres grupos focales y de la entrevista a uno de sus creadores. Así, el producto final de este apartado es una constelación de citas literales organizadas temáticamente para dar una mirada al sentido general que los jóvenes entrevistados atribuyen a los diferentes elementos de los materiales.

3.1. Fuentes de información sobre el cannabis

Antes de adentrarnos en el “Que Rule”, sería necesario recordar que estos materiales, al igual que todo aquello que gira alrededor del conocimiento sobre el cannabis, aparecen sobre una población que ya dispone de informaciones previas, de *background*, sobre esta sustancia.

Encontramos pues que los jóvenes entrevistados disponen ya todos ellos de información y conocimientos relativos a todo aquello que rodea al cannabis. Estos conocimientos pueden ser más o menos profundos o extensos, pero todos ellos parecen estructurarse principalmente alrededor de dos ejes: un eje institucional y un eje no formal.

En lo que concierne al eje institucional de circulación de información, éste se canaliza a su tiempo por medio de dos vías: por una parte, una vía no mediada directamente por profesionales³⁴ de la prevención que se materializa principalmente en campañas informativas sobre drogas; por otra parte, las instituciones y centros educativos como plataforma desde la que se realiza un trabajo de información preventiva mediada, ahora sí, por profesionales.

Respecto al eje no formal de circulación de información podemos decir que ésta surge a partir de tres fuentes: el grupo de amigos y amigas, las experiencias personales relacionadas con el consumo y fuentes bibliográficas especializadas.

Pero entrando ya en los discursos que manejan los jóvenes entrevistados, observamos que aparece una diferencia inicial entre aquellos que *a priori* se definen como no fumadores y aquellos que lo hacen como fumadores. Así pues, al ser preguntados sobre sus fuentes de información, los jóvenes que se

³⁴ En el informe, el término *profesional* y el término *profesional de la educación* hacen referencia a la misma figura.

definen como no fumadores acostumbra a hacer referencia casi en primera instancia a las fuentes institucionales.

“No sé, en mi cole...” (E17, 47)

“Pues eso, por las charlas en la escuela y cosas de éstas.” (E19, 56)

Es preciso resaltar el hecho de que esta información institucional pone en el mismo saco todas las drogas utilizadas con finalidades recreativas. Aparentemente, parece ser que desde las instituciones educativas no se suministra información específica del cannabis, sino que se la incluye como una droga más.

“En mi cole, a veces cada curso tenemos algún taller, y a veces habla de drogas o no sé, cosas de éstas, y cuando se habla de drogas se habla de porros y tal.” (E17, 47-49)

“Hombre, a veces en la escuela vienen a hacer charlas y cosas de éstas. Charlamos sobre las drogas y pues...” (E19, 51-52)

El titubeo inicial a la hora de colocar las instituciones educativas en primer término puede explicarse por esta falta de información específica para el cannabis, de manera que las fuentes institucionales formales nunca aparecen solas sino que se acompañan de fuentes no formales de información, básicamente los amigos o conocidos.

“Buá, de la escuela y de mi amiga, que está hecha una fumeta, o sea que por ella.” (E21, 57-58)

“Ni puta idea, boca-oreja, ¿no?” (E25, 106)

“No sé, charlas en el instituto y mucho por el boca-oreja.” (E31, 43)

Y es que, como ya hemos señalado anteriormente, fumen o no fumen cannabis, todos los jóvenes entrevistados afirman conocer y relacionarse de forma directa o bien indirecta con otros jóvenes que sí consumen esta sustancia.

Asimismo, parece ser que en muchos casos el primer contacto con el cannabis se produce a través de grupos de chicas y chicos mayores, los cuales se ocupan de hacer entender a los más pequeños qué es eso del cannabis. Se trata pues de unas prácticas de transmisión cultural de unos conocimientos prácticos que no tienen por qué implicar, sin embargo, una entrada en el consumo. Esta incorporación de los conocimientos sobre el cannabis puede producirse por medio de un aprendizaje vicario, oral o bien práctico.

“De los mayores, ¿no? De la gente mayor.” (E20, 55)

“Eso sí, de la gente mayor siempre.” (E7, 49)

“Sí bueno, los mayores siempre te explican, o es eso no sé qué, lo tienes que liar así, yo te puedo pasar al principio. Entonces, tú comienzas, siempre son los más mayores de la pandilla, dijésemos. Después lo explican a los pequeños y después es una cadena que ya va...” (E7, 53-55)

“Pues lo que decía antes, de que con gente que vas y ah, pues me voy a hacer uno porrito y tal, y no sé, ya está, ¿no?” (E20, 71-72)

Es preciso decir también que la presunta línea que separa fumadores y no fumadores se difunde también al encontrarse gran parte de los jóvenes no fumadores en un contexto de consumo normalizado de cannabis. Así, a medida que aumenta la edad del joven nos encontramos con más personas que se definen como no fumadoras de cannabis a pesar de que consuman muy esporádicamente o bien lo hayan hecho con anterioridad.

De esta modo, a medida que el joven establece una relación de consumo con el cannabis, el elemento institucional se ve progresivamente desplazado por otros elementos de cariz más informal.

“Yo lo que sé es por... lo que te han dicho en la escuela, pues lo típico, quiero decir los efectos nocivos del, del hachís. Por propia experiencia, eso también es importante porque... la sensación de hacerte un porro pues sólo la puedes tener tú, ¿no? quiero decir nadie te lo... pero sí, por... no sé, por conversaciones con los amigos y tal que ellos han... se han leído una revista no sé qué, que les han explicado, no sé cuantos.” (E18, 93-98)

“Yo soy... de la experiencia también, de ver gente, de cosas que me han explicado...” (E10, 72)

Así pues, en el momento en que la persona establece una relación de consumo con el cannabis, las fuentes de información institucional aparecen cada vez en un lugar más secundario o, simplemente, no aparecen. Los jóvenes entrevistados que consumen cannabis así como aquellos que afirman haberlo hecho en mayor o menor medida anteriormente pasan a situar los canales no formales de información como la principal –o bien la única– vía de información sobre todo aquello relacionado con el cannabis.

En estos casos nos encontramos principalmente con un par de fuentes de conocimiento con respecto a esta sustancia. Por un lado, la propia experiencia.

“Yo creo que... bueno, al principio no lo sabes, ¿sabes? al principio cuando te ofrecen tú no sabes lo que, lo que te dan pero... una vez que ya lo has fumado ya vas viendo, ¿sabes? poco a poco... y en la tele, cosas que van saliendo.” (E24, 51-53)

“Yo creo que despacio, te lo vas encontrando, ¿no? Un día te pasan un porro, no sabes ni qué es. Bueno, no sé, te vas enterando despacio a medida que vas fumando, a medida que vas...” (E15, 57-59)

Y por otro lado, las redes no formales más próximas, o sea, los amigos y conocidos.

“Hombre, yo te puedo hablar como... lo que me ha pasado a mí. Con los amigos. Totalmente. O sea, conocer a uno, hosti sí porque ahora tal, mira te enseño esto y es una... yo qué sé, y es una cosa diferente totalmente y pues lo vas aprendiendo, mira y esto es tal y aquí hay tal y esto es tal y vas aprendiendo. Supongo que es ir aprendiendo, yo es que creo que es así, ir preguntando, conociendo gente y tal.” (E23, 76-80)

“Pues con mis amigos. Es todo a base de amigos. O sea yo tengo este amigo que ha hecho o que tiene su hermano mayor que hace. Y su hermano lo supo de otro que antes también lo hizo así. Quién comenzó no lo sé pero todo fue así.” (E4, 59-61)

“Alguna vez también hay algunos folletos de estos informativos pero yo creo que básicamente es boca-oreja.” (E15, 59-60)

En todo caso, parece ser que el boca-oreja, o sea, los amigos y las redes de conocidos, son la principal fuente de información al alcance de los jóvenes entrevistados para conocer qué es el cannabis y cuáles son los efectos de su consumo y las consecuencias de su uso.

En muchos casos, los jóvenes entrevistados que se definen como fumadores consideran que la información y los conocimientos experienciales compartidos con el grupo de amigos y conocidos es suficientemente extensa. Esta información es de tipo oral y en ocasiones se puede complementar con informaciones que alguien lee en revistas o artículos especializados y que son compartidas con el grupo.

“Yo qué sé, tú estás allí en el local charlando y sale siempre, hay veces que sale el tema, de dicho tipo de hierba es muy buena, ésta no lo sé. La de aquél este año le ha salido bien, entonces, el otro yo qué sé, no la ha secado bien y yo qué sé. Aquello en alguna revista también se compran, aquello, la hierba. Pero, tampoco no te fijas en todo, no te lo lees todo. Más que nada es charlar.” (E29, 77-81)

Más que nada charlar con amigos y conocidos. Parece ser que la red por la que circula gran parte de la información sobre el cannabis se constituye en la calle.

“Viene en general... viene de la calle. Lo que se sabe se... las cosas que aprendes en la calle porque... de los porros en general no dan mucha información.” (E22, 58-60)

Si recopilamos, vemos que las fuentes de información con las que cuentan los jóvenes entrevistados para conocer todo aquello relacionado con el cannabis son principalmente de dos tipos: institucionales y no formales. Pero parece que a los ojos de muchos de los jóvenes entrevistados las dos fuentes presentan importantes deficiencias. Así, la sensación de falta de información fiable puede afectar tanto a los canales institucionales...

“Se da mucha información sobre las drogas, en general, y que son malas, pero no te dicen eso, qué tienes que hacer si, en el caso que seas fumador qué tienes que hacer, como relación, como si no... pero bueno, en general, no... lo que sabemos, lo sabemos de calle.” (E22, 60-63)

...como a los canales no formales.

“Con los colegas no... no se habla tampoco. Sobre información de los porros no, eh...suben mucho y ya está.” (E24, 61-62)

En estos casos, nos encontramos con un cóctel vacío de conocimientos que una parte de los jóvenes entrevistados rechazan: tanto la información institucional, que entienden como parcial y fuertemente sesgada hacia un discurso contrario al consumo, como la información no formal de la calle, que entienden como equívoca y poco fiable.

“Yo creo que básicamente, ya no la información que te dan en la escuela, acostumbra a ser más bien, no fuméis, es malo, las drogas no se qué. Y la información yo creo que básicamente es de boca-oreja, leyendas urbanas, bastante mala básicamente, yo creo.” E15, 47-49)

En estos casos, muchos de los jóvenes entrevistados optan para buscar información fuera de estos ámbitos, y parece ser que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación son las principales encargadas de suplir esta necesidad de información más profunda y menos sesgada.

“Luego si... yo por ejemplo, entraba en Internet y todo y me... ¿sabes? Y me iba para enterarme de lo bueno y de lo malo también. Porque lo malo también hay que saberlo.” (E12, 47-49)

“Internet.” (E29, 119)

“Por Internet.” (E25, 111)

A pesar de que no son las únicas.

“Y si quieres puedes buscar por Internet si se sabe mucho aquello que no se sabe nada de nada. Por Internet o libros, vas a un *herbal shop* y tienes de todo. No es preciso ir demasiado lejos.” (E4, 61-63)

3.2. Acción educativa institucional

Para comprender la dimensión informativa del “*Que Rule*” en un contexto de distribución sin mediación profesional es preciso situar estos materiales en un contexto más amplio e incorporarlo globalmente como una campaña educativa más de prevención en el ámbito de las drogas. El “*Que Rule*” llega a los jóvenes como un material institucional, pero dada la falta de información institucional específica para esta sustancia es preciso integrar su recepción dentro de un contexto de campañas preventivas del uso genérico de las drogas.

De este modo, iremos de lo más general a lo más específico, empezando por acercarnos al sentido que los jóvenes entrevistados dan a las campañas de drogas para intentar llegar después al ámbito exclusivo de la información preventiva específica para el cannabis.

Campañas preventivas en el uso de drogas

Cuando se pregunta a los jóvenes entrevistados si han visto alguna campaña de drogas es muy recurrente que aparezca en la respuesta una imagen aparecida recientemente en forma de anuncios televisivos.

“O sea, aquella del gusano.” (E29, 126)

“Como el anuncio ese de la cocaína que sale uno gusano” (E12, 150-151)

“Abre los ojos y te meto uno gusano por la nariz” (E25, 125)

He aquí lo que viene a la mente de muchos de los jóvenes entrevistados. Imágenes muy impactantes que fruncen las cejas y los labios de quienes les ven. Ésta es tal vez una de las particularidades que más llama la atención de las campañas sobre drogas.

“ya te digo, van mucho a eso, a impactar por la vista.” (E18, 117)

Cuando prestamos atención a la valoración que se hace de estas campañas encontramos una división importante según el perfil de los jóvenes entrevistados en relación con el eje de consumo. Así, en cuanto a la valoración de los jóvenes entrevistados no fumadores encontramos que una parte de ellos piensan que estas campañas son realmente positivas y necesarias.

“Pues en parte está bien, ¿sabes? Porque la gente piensa, nada, que no pasa nada, tal cual, pero que sí que pasa. Tal vez en nuestros días no pasa nada pero al cabo de diez, veinte años, tal vez sí que pasa.” (E17, 98-100)

“No sé, que está bien, para informar y todo eso sí. Porque si no hubiera eso no sé, yo sí lo miro y eso, y está bien.” (E14, 206-207)

“Bien, me parecen bien. (...) Porque dicen lo que le puede pasar a la gente que fuman porros y se drogan y todo ello y qué les puede pasar con todo ello.” (E30, 83-88)

Incluso, nos encontramos propuestas para hacer las campañas aún más duras:

“Que tendrían que ser un poco más fuertes, como por ejemplo las de los accidentes, para que provoque un impacto y que la gente se frene porque conozco a mucha gente que toma drogas y tela, están hechos polvo.” (E13, 79-81)

Sin embargo, encontramos un giro en la valoración de estas campañas por parte de un buen número de los jóvenes entrevistados no fumadores. Así, a pesar de que piensan que sí que es preciso una toma de conciencia del carácter potencialmente nocivo del consumo de drogas entienden que estas campañas no son muy eficaces sobre la población que ya consume.

“Que están bien pero me parece que no sirven de demasiado. La gente ve eso y... la gente ya sabe lo que pasa cuando... cuando se lo toma. Ya lo han sabido antes. La gente ya debe de saber qué te pasa cuando tú te tomas una droga y por mucho que veas las campañas estas por la tele, no creo que sirvan de demasiado.” (E19, 100-103)

“Hombre, están bien. Yo creo que si no lo has probado nunca, ya dices hostia, te hace respeto. A mí me hacen mucho respeto las drogas, los porros no, las drogas aquello, la coca y todo ello sí. Pero claro, la gente que ya se mete dice: ¡que me vas a decir a mí!” (E1, 95-97)

Así pues, parece ser que una parte importante de los jóvenes no fumadores entrevistados entienden que el mensaje de estas campañas disuasivas del consumo de drogas no tienen utilidad una vez ya se ha establecido una relación de consumo. Más allá, parece ser que algunos de estos jóvenes creen que estas campañas lo que hacen es ejercer un doble efecto según si hay o no hay consumo. Así, por un lado generan un efecto de bienestar y autocomplacencia sobre las personas no consumidoras,

“¿Qué me parecen? Pues que están muy bien, yo creo que sí. Ahora bien, si ellos fuman, yo contento porque no fumo.” (E31, 105-106)

y un efecto de malestar sobre los jóvenes consumidores,

“Hombre, a veces, no sé, yo lo veo bien y eso, pero a veces cuando ponen algo así como más... ¿sabes? Más fuerte pues, entonces a mí me da, no sé, como uno poquillo... me siento como rara ¿sabes? Porque a veces no sé... Como el anuncio ese de la cocaína que sale uno gusano y eso a mí me da como asco. Te hace como sentir mal. A mí por lo

menos me hace sentir mal. A mí no me hace sentir nada bien eso.” (E12, 148-152)

Así pues, parece ser que algunos de los jóvenes no fumadores entrevistados se autoidentifican como la principal población beneficiaria de dicho tipo de campañas.

“Yo creo que benefician más a los que no fuman que a los que fuman. Los que no fuman están contentos de no fumar y se alegran de que no fumes. En cambio los que fuman ya pasan y...” (E31, 110-112)

“Sí, sí. Lo ves por la tele y por todos lados, estás muy contento de no fumar y te dicen que eres una persona muy buena y muy bien, ¿sabes? en cambio los otros se apartan de la sociedad.” (E31, 117-119)

“Los otros” –los que fuman– pasan a constituir desde esta perspectiva una especie de categoría social externa dejada de lado en los mensajes institucionales en materia de drogas. A partir de aquí, y entrando ya en la valoración de los jóvenes fumadores entrevistados, observamos que ésta se presenta como especialmente crítica con las campañas en materia de drogas puestas en marcha hasta el momento. Cabe destacar que esta valoración en clave crítica es compartida asimismo por una parte muy importante de los jóvenes entrevistados que se definen como no fumadores.

A su parecer, son precisamente este tipo de campañas las que se apartan de una realidad social con una importante presencia y consumo de cannabis. Son campañas que tienen como destinatarios aquellos jóvenes que hasta el momento no hayan establecido una relación de consumo con las drogas –y por extensión, con el cannabis– o bien a otros colectivos también ajenos a este consumo, como son los padres o los profesores, y que toman distancia de la realidad vivida por las manos próximas al cannabis.

“Bueno, que la mayoría son antidrogas y que, y que no, no, no están dirigidas a personas como yo, supongo. Porque no me interesan ni me informan de las cosas. No lo sé.” (E16, 114-115)

“Hombre, hay algunas que están bien. Las típicas que te enseñan lo que te puede pasar. Hombre éstas sí que ejercen resultado sobre alguien. Hombre a mí, realmente me van... pero no lo sé. Éstas no lo sé, y las típicas que te dicen... y las que van dirigidas a los padres son una gilipollada. Porque los hijos las ven y de nada sirve. O sea que... y no sé.” (E8, 123-127)

“Yo creo que este tipos de información acostumbra a estar muy, muy no sé, quiero decir que intentan acercarlo pero siempre se quedan en estos lugares. Que realmente intentan, bueno, no sé, no sé qué de jóvenes. Sí pero es tan oficial y tan burocrático que nadie se acerca. Que hace falta un acercamiento real de dicho tipo de cosas a la gente.” (E15, 281-284)

Las campañas institucionales sobre drogas son, para una gran parte de los jóvenes entrevistados, mensajes ineficaces que, en líneas generales, no son valorados muy positivamente en cuanto a su utilidad preventiva. Esta ineficacia se atribuye básicamente a la transmisión de una información parcial y sesgada que tan sólo pone de relieve el carácter nocivo de cualquier tipo de consumo de drogas –ilegales, se sobreentiende–.

“Carcas, mucho porque más que campañas es que, normalmente las campañas son para informar y tal, aquí van a influir, es malo y eso y aquello. Y eso lo encuentro bien, vale, el Estado y todo, y que sus jóvenes y tal, que es lo que preocupa, que no se tomen nada. Pero más que eso tendrían que informar, sin ánimo de influenciar porque, a ver, total, total harán lo que querrán.” (E2, 106-110)

“Que son muy pesimistas, siempre te dicen morirás, harás aquello. Ves, y te compras un coche y te dicen que va de 0 a 100 en cinco segundos y no te lo dicen que te morirás. Es una gansada como una catedral eso.” (E4, 167-169)

“Sólo te dicen lo malo y no te dicen... Siempre hay algo bueno, supongo, por ello, no sé, te conciencian que es muy malo y que si lo haces pues acabas fatal y no sirve para nada.” (E1, 107-110)

Este sesgo en la información dispensada en los mensajes institucionales es ocasionalmente identificado como una falta de información.

“O sea, más que nada no te informan, o sea en los porros hay cosas buenas y malas. Sólo te informarían de lo malo. Y te dirían pues que afecta tanto... por esto tan... Pero no te dirán, un día te fumas un porro, estás tranquilo, las ventajas no te las explican. Y lo malo, que te puede pillar la bofia y tal, pero lo bueno no, no te lo explicarán. Al ser una droga, quiero decir.” (E2, 114-118)

“A ver, siempre es bueno que te prevengan contra las drogas, pero, no sé, podrían dar más información detallada de los efectos y todo eso, porque si te dicen que son malas pero no te dicen si tomas tal te puede pasar eso... o sea que no tomes porque te puede pasar eso. O sea, que no te dan información.” (E22, 122-125)

El discurso institucional parece entenderse pues como un dictado moral de qué es aquello que no se debe hacer, ya que en ningún momento habla de qué es aquello que se debe o que no se debe hacer en el caso de que ya exista el consumo. Y, está claro, también hay quién piensa que todo ello supone un esfuerzo económico en vano.

“Y lo encuentro una pérdida de dinero que se podría usar para otras cosas, tal vez, no sé como, no sé de qué manera o, pero seguro que habría otra manera de decir mira, todo eso que sabes lo que hay, pero

este dinero con estas propagandas que no salen pues lo gastamos con estas otras cosas y nos saldrá mejor.” (E4, 159-163)

Abramos aquí un paréntesis para resaltar el hecho de que, en este punto, parece ser que los mensajes institucionales no **mediados** profesionalmente, o sea, las campañas informativas en materia de drogas, comparten con el **discurso de los agentes profesionales** una percepción de lejanía respecto a los jóvenes entrevistados.

“Sí, algunas charlas habíamos hecho pero... es diferente, es más formal, aquello te hablan... sabes? más a lo lejos, y te dicen es malo, es malo.” (E1, 107-108)

“Hombre a veces lo de las charlas y tal me aburren. Porque todo cuanto explican ya lo sabes. Porque siempre hay uno que va al instituto y te lo cuenta todo. Y como estás siempre rodeado de gente que fuma o cualquier cosa, pues ya sabes de que va.” (E10, 174-176)

“Hay muchas... sólo he ido a una conferencia que **nos** dijese los porros es eso, hazlo o no lo hagas, pero eso es lo que hay. En cambio, hay muchas conferencias que te vienen de la Generalitat o de cualquier lugar o así y te dicen, no lo hagas, no lo hagas, es muy malo, quiero decir, las típicas campañas son así.” (E3, 97-101)

Ante esta percepción de falta de información en el contenido del discurso institucional, algunos de los jóvenes entrevistados hacen explícita una demanda de información que les permita de obtener herramientas para decidir y que vaya más allá de los aspectos morales y normativos que indican qué es lo permitido y qué es lo prohibido.

“Pues que tendrían que dar más información. ¡La peña no se entera! Pero es que sino, boca-oreja son cuatro cosas lo que sabes, no sabes más.” (E25, 128-129)

“Yo creo que... la mayoría nos caen como un poco lejanas. Todas éstas que, los anuncios que hacen en la tele, que lo único que dicen 'drogas no', bueno, no sé. 'Drogas no' se basa mucho en lo que es ilegal o así y en cambio con anuncios de alcohol o ahora en Navidades, que si cava por aquí o no sé qué. No sé, yo creo que son un poco hipócritas, yo creo que lo que faltaría es, como eso, información para que cada cual decida. Yo creo que las 'drogas no'... tampoco es 'drogas no', es saberte controlar.” (E15, 117-122)

Otro aspecto que destaca respecto a los mensajes institucionales y especialmente en cuanto a las campañas sobre drogas es el componente imperativo o directivo del discurso utilizado.

“Que... te dicen que todas las drogas son igual de malas, que te machacan igual y te ponen unas imágenes súper impactantes, que tampoco es eso, y no... o sea, no te dicen por qué no tienes que drogarte, ¿sabes? te dicen que no te drogues y punto. Ni qué es lo malo que tiene, ni qué es lo bueno que tiene, ni nada. Y abre los ojos y te meto uno gusano por la nariz pero... no te dicen nada más.” (E25, 102-124)

De esta modo, vemos que el componente directivo ejerce sobre los jóvenes, y especialmente sobre los adolescentes, un efecto de mayor alejamiento del mensaje institucional sobre drogas.

“¿Sabes? te lo explican desde el lado que no lo tienes que hacer. Con lo cual tú les pillas una... de, no. No les escuchas.” (E8, 68-69)

Aquí encontramos pues un elemento –el componente imperativo del discurso institucional– que parece ejercer un efecto de resistencia y de contravención de las normas por parte de los jóvenes y, muy especialmente, de necesidad de autoafirmación por parte de los adolescentes entrevistados.

“Sí, sólo te van prohibiendo, y la gente, porque somos así todos, si te prohíben una cosa aún lo jodemos más. Y eso va así, y parece que no lo vean.” (E29, 140-141)

“Yo creo que es... como cuando eres pequeño, ¿sabes? que te dicen no hagas esto y lo haces porque es el morbo de hacer lo que... te dicen que no lo hagas y ya está, y tú lo vas a hacer porque... y si lo hago qué pasa, y si no... es que si no tienes más cosas en qué apoyarte... ¡no lo hagas! ¡ah! pues igual no lo hago ahora, pero porque no me da la gana, ¿eh?” (E25, 134-138)

Por otro lado, el fuerte alarmismo de los mensajes institucionales respecto a los efectos exclusivamente nocivos y con toques de irreversibilidad sobre la salud física y psicológica del individuo no parece ser compartido ni corroborado por los jóvenes entrevistados que afirman consumir cannabis o incluso otras sustancias.

“Hombre, muchas ((buff)) son bastantes no diría falsas pero alarman mucho. Yo encuentro que también es normal, depende de la Administración, también es lo que deben hacer.” (E7, 113-115)

“Que son una gansada. Porque lo que dicen de las drogas toda la juventud ya lo sabe. Los que no lo saben quizás sean los padres y los padres lo que no saben aún lo exageran más, o sea lo hacen más exagerado de lo que es.” (E4, 157-159)

En cierto modo, parece ser que esta disonancia entre los efectos que produce el consumo de cannabis sobre el individuo según la versión institucional y

según la experiencia adquirida por los jóvenes entrevistados puede generar una fuerte percepción de falsedad en el discurso institucional.

Así pues, para los jóvenes entrevistados que se definen como fumadores de cannabis, los porros no son tan peligrosos como las campañas quieren hacer creer. Así, ante la fuerte problematización institucional, el consumo de esta sustancia parece constituirse como una fuente de transgresión muy atractiva para una parte de la población joven, y muy especialmente, adolescente.

“Que es eso, que lo ponían muy exagerado todo, ¿sabes? del rollo que si te fumas un porro vas a ser lo peor. Es que a ver, es que ahora, no sé como explicártelo, sabes? pero es que claro, lo que el... el ambiente que se veía entre la gente guay en el colegio es del rollo qué heavy ¿no? esto de los porros. A ver, sí, pero que no es tanto como lo pintan, ¿sabes? que no es tanta cosa.” (E23, 142-146)

Y exagerar toda la problemática no ayuda a identificar los auténticos problemas derivados del consumo de ésta o de las otras sustancias.

“Hombre, hay algunas cosas que, hombre, yo... por ejemplo una persona que no sabe, que no sabe del tema tal vez pues tal, pero yo alguna vez pues yo qué sé, lo veo y... no es así, o sea, lo ponen muy exagerado, ¿sabes? mucho... pues te tomas una ralla y ya te estás volviendo loco ¿sabes? y que tampoco no es eso, pero es el hecho de que si lo haces, y lo haces mucho y te enganchas, que es lo peligroso, que realmente es lo que le pasa a la mayoría de la gente, pues es eso lo peligroso.” (E23, 125-131)

Hasta aquí hemos visto la valoración que los jóvenes entrevistados hacen del discurso institucional clásico en materia de drogas. Si nos dirigimos a los profesionales de la prevención entrevistados que trabajan la temática de las drogas con los jóvenes desde una perspectiva de reducción de riesgos nos encontramos con que muchos de ellos tienen también una visión muy crítica del alarmismo generado por estas campañas y, en general, por el discurso institucional tradicional en materia de drogas.

“Alarmismo o parcialidad, ¿no? porque nos encontramos que las autoridades sanitarias y educativas dicen todos los efectos negativos, los camellos todos los efectos positivos, y como consumir para no hacerse daño no lo dice nadie, ¿no? o lo dice muy poca gente. Entonces claro, se encuentran con un mensaje parcial y, y con mucha eh, falta de información de lo que pueden esperar positivo, o sobrevalorado, ¿no? lo positivo, y, y entonces también las formas de consumo, ¿no? de no hacerse tanto daño o para reducir el daño. O que... claro, para mí la prevención sería decirlo todo, preparar a la persona de una forma crítica para que pueda seleccionar, ¿no?” (EF3, 312-319)

“Sí, yo con esto estoy de acuerdo, ¿eh? que con mensajes que sean alarmantes y después hay un consumo, si realmente me lo paso muy

bien y no me pasa todo lo que me estaban diciendo que me pasaría, da que pensar que el que me lo estaba diciendo decía mentiras, quiero decir, perdemos toda la credibilidad.” (EF3, 307-310)

El alarmismo y la parcialidad en el mensaje institucional sobre drogas es visto por muchos de los profesionales de la prevención entrevistados como un discurso que genera, precisamente el efecto contrario al deseado. Así pues,

“este mensaje puede ser útil hasta un momento dado, porque incluye el miedo y el miedo te dice, hostia! palmo! pero una vez que lo pruebas, o lo ves en tus compañeros, o tú mismo que ves que no se corresponde, puedes pasar del miedo a la insolencia, ¿no? y decir... bueno claro, (...) baja la percepción de riesgo, la tenía aquí pero veo que no, pues ahora percepción de riesgo cero.” (EF3, 352-357)

“Bueno, pero es que tal vez eso también es, quiero decir, el bajar la percepción de riesgo quizás sea fruto también de eso, o sea, de dar mensajes alarmistas por todo y en el mismo grado, que después los chavales cuando ven que en el momento que, que en el momento o a corto plazo o tal no se corresponden con lo que oyen con los mensajes alarmistas, pues eso, quiero decir en cierta manera puede haber hecho el efecto de bajar la percepción de riesgo. Es complejo, ¿no? pero quiero decir, la banalización ésta en cierta manera puede venir también dada por este alarmismo a diestro y siniestro.” (EF3, 298-305)

Los profesionales entrevistados entenderían que este alarmismo inicial puede generar entre los jóvenes próximos a contextos de consumo una inversión de la percepción de riesgo y una consecuente banalización de los efectos nocivos asociados al consumo de drogas.

Campañas informativas específicas de cannabis

En este último apartado nos hemos referido al sentido que los jóvenes entrevistados otorgan a las campañas y al discurso institucional que abordan la temática de las drogas. En este punto, cabe destacar el hecho de que los mensajes institucionales que los jóvenes entrevistados nos comentan casi no diferencian entre las diferentes sustancias que integran la categoría 'drogas', lo cual sí sucede en las entrevistas. Así, la distinción socialmente evidente entre las diferentes sustancias agrupadas bajo la categoría 'drogas' no se refleja en campañas específicas para cada una de estas sustancias.

Esta distinción y especificidad de cada sustancia es especialmente aguda cuando nos referimos al cannabis. Así, cabe destacar el hecho de que muchos de los jóvenes entrevistados, tanto consumidores como no consumidores de cannabis, consideran esta sustancia como mucho menos nociva que las otras.

“A mí me hacen mucho respeto las drogas, los porros no, las drogas aquello, la coca y todo eso sí.” (E1, 95-97)

“Porque al final acabaremos todos majaras si seguimos así, ¿no? ya no por los porros sino por otras drogas, que son peores.” (E20, 107-108)

Esta especificidad propia del cannabis derivada de su percepción como sustancia menos nociva y diferenciada del resto así como la inexistencia de campañas informativas que sitúen su ámbito de acción para cada sustancia específica es un hecho que no pasa desapercibido a muchos de los jóvenes entrevistados.

“Entonces, por ejemplo las publicitarias, tema relacionado con coca y todo eso, aquellas hacen bien porque hay que machacar estos temas, eso sí que realmente estropea a las personas. Fumarte uno porrete tampoco lo encuentro tan...” (E3, 101-103)

“Pues a ver, yo qué sé, pues un drogadicto... el único bueno es el que fuma porros. Pincharse y eso, eso está mal, bueno, fumar porros también está mal pero eso es peor. Lo que pone ahí que no han encontrado casos de muerte de sobredosis de porros, y por sobredosis de otra droga sí. Pues con esas drogas, vale.” (E9, 143-146)

Y es que parece ser que las campañas informativas específicas de cannabis brillan por su ausencia. Es preciso decir que la inmensa mayoría de los jóvenes entrevistados afirman no haber visto nunca ningún tipo de información institucional específica para el cannabis.

“No, de porros no. Uno panfleto de todas las drogas, que mi madre fue a un pediatra y no sé qué a buscarle uno de estos de todas las drogas, no sé qué, que están todas las consecuencias...” (E25, 142-144)

“Alguno, pero más científico que éste. Aquello, tipos de drogas tal, cannabis, como se fuma, lo positivo, lo negativo y aquello. Pero con otras drogas. Exclusivamente eso y así.” (E2, 126-128)

“De cannabis en general... de porros en general... no. Más que nada las drogas en general.” (E4, 177-178)

Nos encontramos así con un paisaje informativo en el que el cannabis simplemente no existe como elemento diferenciado. Ante ello, aquellos jóvenes que quieren más información específica del cannabis y de las particularidades y los riesgos asociados a sus formas de consumo tienen que dirigirse a fuentes de información no institucionales, principalmente revistas especializadas o bien Internet.

“En general tal vez en algún taller de la escuela pero, así que me hayan dado no. Tenéis un el... el Cáñamo, me trajeron uno el otro día que ponía “más información...”, o “menos drogas, más información” o algo

así. Y hablaba pues, de las drogas, del cannabis, de las pastillas, de la cocaína...” (E17, 104-107)

3.3. “Que Rule... manual para manos próximas al cannabis”

Una vez enmarcado el ámbito sobre el que incide el “Que Rule”, en este apartado nos disponemos a entrar ya de lleno en la discusión sobre los materiales. Así, comenzamos por explorar cuál es la percepción que los jóvenes entrevistados tienen de estos materiales atendiendo a los objetivos que les atribuyen.

Objetivos

Los diferentes jóvenes entrevistados entienden mayoritariamente que el “Que Rule” se propone, en primer lugar, ofrecer al lector una información realista sobre el cannabis y las consecuencias de su uso.

“Que la gente sepa lo que realmente hace supongo, y lo que hay.” (E1, 186)

“Pues, explicar un poco qué son los porros, y un poco las consecuencias de fumar porros y... qué son los porros.” (E19, 178-179)

A partir de aquí, el motivo por el que se presenta toda esta información es percibido de forma diferente por parte de los diferentes jóvenes entrevistados. En primer lugar, nos encontramos con un sector reducido de los chicos y chicas más jóvenes que entienden que lo que pretenden estos materiales es precisamente incitar a abandonar el consumo de cannabis.

“Para enseñar a la gente que están fumando, y no pueden fumar, que cambie y ya está, no fumas más. Ya está ¿no?” (E5, 232-233)

“¿Qué querían conseguir? No lo sé, cambiar la opinión de los que estén enganchados al tema éste de los porros, supongo. Pues eso.” (E11, 207-208)

“Pues que la gente que fuma que intente fumar menos o lo deje y los que no fuman que no lo prueben, digo yo ((je, je)). Si lo prueban antes para decir luego que no ¿sabes? Digo yo que será eso.” (E12, 223-225)

Hay otros que, sin ir tan lejos, entienden que el objetivo que persigue el “Que Rule” es incitar y animar a los fumadores a rebajar el consumo o, cuando menos, a consumir responsablemente.

“Pues que se frene uno poco, que los jóvenes últimamente van mucho a eso, a los porros y que se frene eso, que hay otras cosas para hacer que

fumarse los porros y no sé, eso es lo que más o menos tengo en mente.” (E13, 127-129)

“Pues que, que si fuman que tengan dos dedos de frente ¿no? que no se pasen.” (E20, 193-194)

Sin embargo, la percepción que la mayor parte de los jóvenes entrevistados tienen de los objetivos que persigue el “*Que Rule*” van más bien en otra dirección. Así, muchos de estos jóvenes piensan que el objetivo principal de los materiales es proporcionar una información sobre el cannabis que evite los posicionamientos moralistas y tendenciosos a los cuales afirman estar tan acostumbrados.

“Pues, avisar a la gente de que, de no decirles que eso es malo o que eso es bueno, ¿sabes? decir que si fumas que sepas qué te puede pasar y lo que hay realmente. Te enseña la realidad tal como la está viendo una persona que fuma y una persona que no. No te está diciendo todo lo negativo que hay.” (E10, 258-261)

“Y entonces pues supongo que el objetivo es éste, pues que los jóvenes tengan delante pues otra información que no es la de siempre, que no es aquello, lo típico, que lo has oído miles de veces y que por tanto ya... sino que... algo que... algo útil, ¿no? qué tienes en las manos, que te informa realmente, de las cosas buenas, cosas malas...” (E18, 209-213)

“Yo pienso que lo que querían decir, los porros es eso, causa todo eso, por qué yo pienso que tampoco no te dicen en ningún momento que no lo hagas, que es muy malo, que no sé qué, ¿sabes? machacandote como hace la otra gente.” (E3, 165-167)

O sea, lo que prima es la claridad, la explicación informativa,

“A parte de prevenirnos uno poco, y de una manera bien, que no como lo hacen en los anuncios, sino a ver, decirnos claras las cosas, que yo creo que es eso lo primordial, ¿no?” (E22, 213-215)

evitando los tabús y los tópicos clásicos en esta materia.

“Pues eso, que la gente estuviese más informada y que sepas... que sepas más. Es que es eso, es que es un tema un poco tabú, como todo el rollo del sexo y todo eso. Que además en casa también está súper mal visto.” (E8, 181-183)

“Que la gente se informase, que no... sacar un poco estos, estos tópicos que hay sobre todo por... ir más seguros en aquello que hacemos, ¿no?” (E15, 182-183)

Más información para ir más seguros con aquello que se hace. Algunos de los jóvenes entrevistados entienden que estos materiales, más que prevenir el

consumo, lo que pretenden es precisamente informar de los riesgos asociados al consumo de cannabis para poder reducirlos o evitarlos y, en el caso de que se materialicen, saber como afrontarlos.

“Hombre no, para prevenir, no. Mejor que decir que la gente no haga algo si después no hace caso, es que ya que debe hacerlo, que lo haga bien, sin tantos riesgos.” (E15, 187-188)

“Informar a la peña, ¿no? Yo pienso que más a la gente que comienza a fumar porros a los... que tienen 13 años y se van a liar un porro, ¿sabes? y que no... que no sé, no tienen ni idea, ¿sabes? que a ninguno de sus amigos, como no fuman nunca, les haya dado un *blancazo*, no saben qué deben hacer, porque si están en un parque tampoco, ¿sabes? Que...” (E25, 216-220)

Algunos de los jóvenes entrevistados también entienden que, al dar toda esta información, lo que se propone el “*Que Rule*” es precisamente acercarse a los jóvenes y darles herramientas para fortalecer su toma de decisiones.

“Ser más próximos y que se quieren salir una poco del 'drogas no' e ir un poco a que la peña sepa escoger. Aunque sea ilegal, pero como está y es muy accesible, no?” (E16, 179-181)

“Que a veces puedes ver sólo la parte buena de una cosa o la mala, y aquí te dicen las dos cosas. Y así tomas tus propias decisiones, bien, sabiéndolo todo.” (E1, 190-191)

“Pues que la gente que se quiera fumar porros pero que... si quiere fumar porros que fume porros pero que primero se informe. Pasa que si se informa y quiere seguir fumando que haga lo que quiera, pero si no nada. Pues eso.” (E9, 216-218)

3.4. Discurso del “*Que Rule*”

A continuación nos centraremos en el sentido que los jóvenes entrevistados le dan al discurso y al lenguaje del “*Que Rule*”. Concretamente, nos fijaremos en como es percibida la representación que hacen los materiales de las relaciones con el cannabis.

Como ya hemos visto, el “*Que Rule*” no es el primer material sobre drogas que llega a los jóvenes entrevistados. Por tanto, podemos hablar de la existencia de un imaginario sobre las campañas y políticas de drogas previo a la distribución y lectura del “*Que Rule*”. O sea, en el momento de repartir estos materiales nos hemos encontrado ante todo un conjunto de prejuicios e ideas preconcebidas.

“Sí, hombre, al principio cuando te lees eso de aquí, bueno el título ya es un poquito diferente, pero bueno, igualmente ves aquí porros. Bueno,

aquí me dirán que eso es todo malo y que no se puede fumar. Y los inconvenientes que hay, pero...” (E4, 311-313)

“Bueno, no sé, me sorprendió que... no me esperaba que fuera tan informativo, pensaba que sería más como los otros de, un poco de información y una poco no lo hagas. Y no, era bastante neutro. Yo creo.” (E15, 159-161)

“Bueno, quizás sea a mí que me ha... quizás sea que me sorprende un poco, ¿no? Quizás sea porque estamos acostumbrados a que siempre que nos hablan de las drogas pues... y nos empiezan a enchufar datos que... tanta peña está enganchada, ocho de cada diez jóvenes pues fuman y... no lo sé. Y entonces pues te sorprende, ¿no?” (E18, 182-186)

Después del primer vistazo o de una lectura más a fondo vemos como las expectativas previas de los jóvenes entrevistados quedan rotas. El “*Que Rule*” parece tener algo que lo diferencia del resto de materiales. Como nos comenta una chica de 22 años, “*No, yo lo he encontrado bastante diferente de la mayoría que había visto*” (E16, 144). Así, lo primero que llama la atención es el tipo de discurso que utiliza para hablar del cannabis:

“No sé, porque habla bajo el punto de vista de los que lo han vivido de cerca pero también lo miran objetivamente queriendo decir... ¿sabes? aquello... (8:07?) ven los pros y los contras.” (E1, 181-182)

“Porque es una visión más, cuanto más objetiva de todo, ¿no? No es tanto los porros son una mierda y fumar porros es (...) ni todo eso. Es un poco una visión más, más objetiva de fumar porros.” (E19, 160-162)

“Pues, que el, el folleto aquel que nos han pasado yo creo que es uno de los mejores que hay porque no te... no te dicen o sea los porros te matan, los porros son malos, no fuméis porros porque... el otro día que vinieron los Mossos aquello fue muy descarado, si fumáis porros y os enganchamos, si os enganchamos fuera, si os fumáis un porro os engancharemos y os pondremos una multa y no sé qué. ¡Cojones! a ver, y aquí sólo dice lo que hay, no es aquello, no fumes, lo que hay es lo que hay.” (E29, 130-136)

Nos encontramos ante un discurso que no es directivo, donde los jóvenes valoran especialmente su amplitud explicativa, que habla tanto de las ventajas como de los inconvenientes derivados del uso de cannabis. Esta amplitud discursiva permite a los jóvenes dar un sentido de realismo y objetividad a los mismos materiales.

“Yo pienso que, yo pienso que es mejor, que es vale, que los porros son malos pero que, la gente fuma porros también por lo que dice que, por lo que había en aquello. También tiene cosas que atraen a la gente y lo que hace fumar a la gente.” (E19, 170-173)

“y después, que no es... no es aquello típico que sólo te dicen lo malo, ¿no? sino que... hay, yo pienso que hay la premisa de.. quiero decir, se fuma, realmente se fuma, hay gente que fuma y tal, pues hemos de ver qué hay de bueno y qué hay de malo. No sólo a saco, a criticar, a decir que es malo, que es una droga, tal, compararlo con otros... sino pues trataría no sé, como afecta en los amigos y en la pandilla pues... de cara a la otra gente de la calle, de no fumar en la plaza, de tener un poco de respeto, sobre todo eso es bastante... desde un punto de vista eso... pues de tratar este tema pues... no tanto como algo delictivo sino desde dentro, ¿no?... hablando.” (E18, 135-143)

El “*Que Rule*” hablaría tanto de los aspectos positivos como de aquellos negativos relacionados con el consumo de cannabis. A diferencia de los otros materiales que estos jóvenes habían leído u hojeado no encontramos un mensaje unidireccional.

Este sentido de realismo tiene dos efectos principales sobre la población entrevistada. El primero es que, una vez iniciada la lectura, el sentido del discurso da confianza para seguir leyendo el material hasta el final. Podemos decir que al romperse las expectativas negativas previas el lector se interesa por ver qué le explicarán. Ya no se trata de lo de siempre.

“Ya te he dicho, lo encuentro bastante... que llega bastante bien. O sea, tú ves este librito y dices ah, mira, te parece interesante, ¿no? Dices, pues a ver, te da ganas de continuar.” (E3, 189-190)

“Ah, está bien, todo el mundo se lo empieza a leer y ves que se pasa rato leyendo, que no es que lo lees a la primera. Que supongo que lo acaban de leer la mayoría.” (E7, 264-265)

“Positivo, o sea te entra más. Tal vez te lo tomas más en serio, al menos te lo lees con más interés.” (E4, 305-306)

El segundo es que al no tratarse de un discurso directivo obliga al lector a reflexionar sobre aquello que acaba de leer. No nos encontramos ante un discurso cerrado con un sentido único. Las piezas de información presentes en el material se transforman en elementos a tener en cuenta en la vida cotidiana de los lectores y sus contextos de consumo. El mismo lector se vería inmerso en el ejercicio de valorar y dar sentido al cannabis y a sus efectos.

“Pues, es un folleto informativo porque aprendes a valorar las cosas por ti mismo. No sé, yo creo que eso está bien porque no te dice que no, pero tampoco es que te diga sí, las drogas son guays. Sino bueno, te damos información y tú decides.(E15, 141-143)

“Esto, una información que puede... se me ha olvidado la palabra. Puede ayudar y eso, es para pensar. A mí por ejemplo sí. Yo es que nunca he fumado más de dos días ¿sabes? Algún fin de semana, eso que cuando te vas de fiesta ¿sabes? y eso.” (E14, 273-275)

“Sí, pienso que es una manera de cambiar, porque si te lo prohíben lo harás, y, y es que es eso, te pasan uno folleto de estos que... no fumes, no lo hagas, no sé qué, y bueno entonces ya se sabe que la gente... ahora lo haré, aquello que... probarlo a ver si es verdad todo eso. En cambio de esta manera te lo cuenta, lo que tiene, que si fumas, te pilla un chungo, que si... o si no fumas tanto no sé qué, que los hay que les engancha más y los hay que no tanto... te lo cuenta.” (E29, 208-213)

Parece ser que los jóvenes entrevistados valoran positivamente este cambio. La posibilidad de que el lector pueda intervenir en la construcción del significado del cannabis da un sentido de utilidad a los mismos materiales. Los materiales pueden ser una herramienta que te da referencias sobre los diferentes aspectos del cannabis y las actitudes que se pueden tener hacia éste.

“A ver, el hecho de que, claro, que sea diferente pues ya dices pues ya no es lo de siempre, ¿no? y eso ya es un paso. Entonces pues puede ser positivo el hecho de no ponerlo como algo tan malo, tan nocivo, más como una elección que tienes tú, pues fumar o no fumar, y, y qué comporta y con los amigos, e incluso de solucionar conflictos que pueden surgir con el tema éste, en torno al tema y no sé, yo pienso que puede... que es útil y, y de cara al fumador y al no fumador pues es, pues no sé, es importante de explicar. Bueno, yo pienso que está bien.” (E18, 164-170)

“Un librito bastante útil sobre los porros, ventajas e inconvenientes y todo. No, sin ánimo de influenciar ni nada. Lo que hay está explicado aquí, la verdad.” (E2, 140-141)

“Hombre pues, yo lo veo como un libro pasable, un librito así, que te da información y todo y te puede ayudar. Yo creo que te puede ayudar, oye. Si te lo lees y te lo tomas en serio y todo.” (E12, 187-189)

Y es que la toma de decisiones sobre como relacionarse con los porros siempre acaba recayendo en la propia persona. Como nos comenta esta joven, “No, aquí te dice qué, te dice los pros y los contras, y aclárate, quiero decir, tú sabrás.” (E1, 114). Y, por tanto, es éste “tú sabrás” implícito en los materiales lo que obligará a los lectores a posicionarse ante el cannabis.

Esta especificidad del sentido que toma el discurso del “Que Rule”, abierto y realista, lleva los lectores a imaginarse sus autores como:

“Por lo que es el contenido parece que lo hayan hecho gente que ya está metida en... que sí que fuma o que puede ser que no fume pero que sí lo vive o lo ha vivido o lo está viviendo y lo ve como nosotros, y gente joven. Yo lo veo así por lo menos.” (E22, 206-209)

“Yo pienso que un miembro perteneciente a la Generalitat, un consejero de Sanidad o lo que sea no lo ha hecho. Pero una persona joven como nosotros tampoco, porque intenta meterse en el mundo de la juventud pero se ve que tampoco no acaba de...” (E3, 149-151)

Lo que parece claro en todos los perfiles que nos presentan los jóvenes es que tienen muy claro que lo ha escrito alguien que consume o que conoce como va el consumo y sus efectos. Eso nos comenzaría a explicar el sentido de proximidad que toma el material para los jóvenes entrevistados. “*Creo que lo ha hecho gente joven porque, no sé, ya se ve que eso no está escrito desde un despacho, sino que está escrito pues... gente que... bueno, lo que te decía antes, gente que haya estado metida, ya bueno, gente que conoce el tema, ¿no?*” (E18, 204-209)

Y ¿qué sucede en el caso de los profesionales? Los profesionales de la prevención entrevistados también nos comentan algunas de las características que se ponen de manifiesto en los jóvenes. También queda claro que se trata de un material que tiene un discurso diferente al habitual en este tipo de materiales. Una diferencia que *per se* ya hace de gancho cuando se empieza a leer el material.

“No, cuando se lo miran, los consumidores se lo miran ya, comienzan a ojear, bueno, a ver qué me darán a tragar. Y cuando ven, ¡hostia! ¡me dicen algo diferente! se encuentran algo en las manos que, que ningún profesional, ninguno... aquello desde una vertiente preventiva, les había dado antes. Ni que sea por el cambio de chip. Hostia! Y se lo miran!” (EF3, 662-666)

“Pero como irán encontrando cosas que nunca nadie les ha dicho, y en este lenguaje que a veces sí que se pasa de, de querer ir de buen rollo pero que conecta, yo creo que sí que se lo quedan.” (E3, 680-682)

Como ya veíamos a través de los jóvenes entrevistados, este material tiene un carácter diferente:

“Yo lo he trabajado con alumnos este material y, el tema es que, o sea, es un modelo que está muy pensado para que el chaval vaya, vaya pensando, ¿no? y te plantea contradicciones, te deja interrogantes.” (EF3, 521-524)

“Ya hemos dicho antes que es un material para leer individualmente, quiero decir, que también reflexivo, que deja cosas a medias para que el joven piense.” (EF3, 803-804)

Así, vemos como el “*Que Rule*” se está usando como herramienta educativa vinculada a las actividades que los profesionales nos comentan. Podríamos decir que, como en el caso de los jóvenes, los materiales adquieren un sentido de utilidad a la hora de gestionar el cannabis debido a su discurso abierto y reflexivo, ya sea en ámbitos no formales,

“Este material lo hemos utilizado alguna vez pues porque, así buscando herramientas para trabajar con chavales que están en el parque, en la plaza, en la calle... era pues lo que... lo que se adecuaba más pues a... bueno, al contacto con chavales así en la calle. Bueno, es un ambiente, en la plaza, es su calle y este material era un poquito lo que facilitaba más la entrada y nos daba más diálogo de trabajo con los chavales que otros materiales más basados en la abstinencia u otros materiales pues más de cariz escolar o hechos para grupos cerrados, ¿no?” (EF3, 53-60)

o bien en ámbitos formales,

“O sea, nosotros trabajamos en un espacio donde el joven te viene. Entonces, te vienen allí, lo coge de la mesa, estás con ellos, vas charlando y vas haciendo prevención. Es adecuado.” (EF3, 598-599).

En todo caso, los mismos profesionales de la prevención nos comentan que el material deviene una herramienta educativa, en gran medida, debido al acoplamiento entre los materiales y sus propias actividades. Como ya veremos más adelante, los profesionales, fruto de su experiencia, nos plantearán nuevas adaptaciones para el “*Que Rule*” orientadas a desarrollar un trabajo educativo.

Lenguaje y vocabulario

El discurso y el lenguaje se encuentran íntimamente entrelazados en los materiales. Las palabras y los enunciados que se utilizan en los materiales también sorprenden a los lectores. Se trataría de un tipo de lenguaje poco común en materiales sobre drogas.

“Hombre, me ha llamado la atención la manera de enfocarlo, ¿no? El hecho de que sea así un lenguaje muy... muy de calle, ¿no? (...) Y no sé, está bien, porque es algo que ves que es próximo a la gente que le ha pasado, que sabe, ¿no? Que incluso lo ha probado, que se ve que es gente que... que está acostumbrada a tratar con temas de estos y que incluso pues eso, ha fumado y tal.” (E18, 128-135)

“Que tiene un vocabulario muy así, muy de ir por la calle. No es aquellas palabras raras ni terminos científicos sino que es lo que la gente dice todos los días.” (E4, 198-199)

“Del palo... me ha hecho mucha gracia el vocabulario. Es que es... normal, ¿no? ¿Qué era? Que te lo estás apalancando, niño! o una cosa así (ríe) me ha hecho mucha gracia.” (E25, 161-163)

Asimismo, es un lenguaje que se percibe como algo natural y fácil de entender. De esta manera, vemos como el lenguaje utilizado en el “*Que Rule*” también jugará un papel en el sentido de proximidad y realismo que toman los materiales:

“Bien, bien, más familiar, más de tú a tú, o sea bien, sí. Está bien, así entra más, o sea yo cuando lo he leído he dicho, ostras está bien, entra más y...”(E13, 157-158)

“Ya ves, pero tampoco que hablen como los diccionarios, que hay palabras que... Estás mirando una palabra, una palabra que no sabes, vas a buscar ésa y te tiras media hora para buscar. Aquí no, me he enterado más o menos de todo.” (E9, 258-261)

“El vocabulario, el vocabulario y las frases, que muchas veces son cosas que realmente pasan.” (E7, 145-146)

Es preciso decir que en algunos casos la familiaridad del lenguaje también ha tenido un efecto desorientador. Debemos pensar que se trata de un lenguaje que se despliega más de forma oral, de boca-oreja, y que pocas veces se encuentra materializado en un texto.

“Hombre, bien, es lo que realmente se usa, pero claro, cuando lo ves en el papel piensas que no sé, que no queda muy bien, pero sí, hay muchas expresiones que son clavadas.” (E8, 208-210)

“Bien, está bien. En catalán tal vez se te hace un poco más raro que en castellano pero bien. Lo único que claro, tú estás acostumbrado a hablar así pero no a leerlo, entonces al leerlo tal vez impacta más, o choca, o impresiona más, pero sí, está bien.” (E17, 163-165)

La gran mayoría de los jóvenes entrevistados no ha tenido ningún problema a la hora de entender el lenguaje de los materiales. Más bien lo contrario. Ahora bien, en algunas ocasiones ha habido palabras o párrafos que han requerido de una segunda lectura para ser comprendidos.

“No, no, entra muy bien, es muy fácil, pero como hay tantas palabras de éstas, al final tenías que repetir a ver qué está diciendo.” (E16, 165-166)

“El lenguaje de la calle usa... está bien, pero hoy tampoco es que este muy a la moda del lenguaje de la calle, hay algunas cosas que no he pillado. (E9, 257-258)

En algunas ocasiones lo que se comenta es que el lenguaje o algunas de las palabras tienen una especificidad o jerga más típica no tanto de los jóvenes, sino concretamente de los círculos de consumo de cannabis. Algunos de los jóvenes no consumidores de cannabis ubicarían esta especificidad en el vocabulario de los materiales. Esta conversación nos lo deja claro:

“E: ¿Más joven qué quiere decir? O sea, ¿tú eres mayor o joven aquí?”

P1: Joven, ¿no? pero este vocabulario por ejemplo yo no lo uso, ellos sí que lo usan pero yo no lo uso.

E: ¿Ellos quiénes son?

P1: Los que fuman. Que si el piti, el peta y estas cosas, para decir un cigarro y ya está.

E: ¿Te parece pues que es un vocabulario de fumadores?

P1: Pues sí. La jerga de los fumadores.

E: ¿Pero aquí en Bellpuig se habla así? ¿los fumadores también?

P1: Sí, sí y unas cosas... unas palabras más raras que hay de todo. Aquí de cosas de éstas, de cosas raras, y inventan también.” (E31, 148-166)

Pero esta conversación más que mostrarnos una especificidad del lenguaje nos introduce en la relación que tiene el lenguaje en la construcción de la identidad individual y grupal. *“Ah, no sé, porque como que es la moda que hablen así, delante de los padres hablan bien, pero con los amigos hablan todos así y así otros no se enteran.”* (E30, 167-169)

En este sentido, vemos que algunos adolescentes se apropian del lenguaje utilizado en los materiales. La apropiación de los adolescentes no es de extrañarse si entendemos que el lenguaje juega un papel fundamental en la constitución del *self* (la identidad). Es su lenguaje, es su manera de ser. Es por ello que nos encontramos frecuentemente ante expresiones autoreferenciales o de posesión en los adolescentes:

“Porque yo diría que es mucho más... más, más como nuestro. Más habitual entre nosotros.” (E19, 218-219)

“Está bien, porque es así como enrollado, ¿sabes? como hablamos nosotros. A mí me gusta, está bien.” (E12, 264-265)

“Está bien porque es una forma de no aburrirte leyendo. Es aquello que dices, pues mira, si está hablando como hablo yo. Y quieras o no tienes muchas más ganas de seguir leyendo y de no hacer ¡plaf! y cerrarlo y dejarlo.” (E10, 292-294)

Así pues, tampoco es de extrañar que en algunos casos –principalmente bajo el punto de vista de los más adolescentes– la utilización de este lenguaje pueda desvelar algunas suspicacias y verse como una intentona forzada de las administraciones o los profesionales de la prevención para conectar con la juventud.

“Es como la típica gente que quiere usar el lenguaje de los jóvenes para ir de más guays, ¿sabes? Para llegarle más. Y a veces eso no te acaba de... que te hablen con tu lenguaje si no son como tú, no te acaba de hacer el... pero bueno, está bien.” (E8, 214-217)

“Por, por, o sea intenta utilizar un lenguaje muy coloquial, muy de andar por casa entre la juventud pero tampoco no acaba de verse que es realmente joven” (E3, 155-156)

“Mmm, yo creo que... tal vez el lenguaje intentaba ser demasiado como de jóvenes. Como, bueno, no sé, que tampoco hace falta que intenten hablar como nosotros. Quiero decir, que lo escriban tal y como son y ya está.” (E15, 171-173)

En este sentido, los mismos profesionales que trabajan con adolescentes nos comentan estos posibles efectos del lenguaje en los materiales.

“Tenemos que generar preguntas y además, el tema éste que estamos diciendo, ¿no? El material debe tener un lenguaje próximo, nunca debe ser un lenguaje de colega. Porque no hay nada más patético que un adulto que quiera hacer de colega, ¿no? No, cada cual tiene que estar en su lugar. Debe tener un lenguaje próximo pero no caer en el rollo de que somos colegas. Porque no lo somos, y a veces aquí, un poco, el chaval se queda un poco así” (EF3, 687-693)

“Se encuentran con un lenguaje de enrollado. Que eso creo que también se debería mirar. Porque una cosa, está bien hacer un lenguaje entendedor, pero querer ir de enrollado, o sea, querer hacer un material en que dices, mira yo que enrollado que soy, o soy más enrollado que tú, ¿no? Eso hace reír. A ellos les hace reír. Entonces, con chavales eh, consumidores adolescentes, estamos hablando de chavales de trece, catorce, quince años, ven eso y van pasando todas, no me empanas, no me empanas, y se quedan aquí, ja, ja, jo, jo y se echan a reír con las viñetas.” (EF3, 620-626)

Nos quedaría claro que en estos casos el lenguaje provocaría una reacción autoafirmativa en este colectivo de jóvenes que se apropian del lenguaje.

3.5. Contenidos

En este punto explicaremos el sentido que toman los contenidos de los materiales para los jóvenes entrevistados. Se tratará de ver qué les ha llamado la atención, qué les resulta nuevo o qué inconvenientes encuentran en lo expuesto.

Lo primero que llama la atención son todos los comentarios que ponen de manifiesto la fuerte correlación que hay entre lo que se expone en los materiales y lo que viven en su día a día. Es esta gran proximidad entre lo que leen y lo que viven que hace que el material tome un sentido de objetividad o realismo.

“No porque, es que explica todo cuanto hay realmente, o sea tú vas a la gente, si vas con el librito en la mano puedes ir diciendo éste hace eso aquél hace aquello, ¿sabes? porque está muy bien. Tampoco sabría decirte si le falta algo para añadir porque ahora mismo no lo pienso, pero está muy bien.” (E10, 251-254)

“Lo que más me ha llamado la atención, sinceramente, es que muchas frases de éstas que salen así, o aquí, muchas cosas me las dijeron a mí o yo las decía cuando empecé. Eso, me quedé, me quedé pillada, ¡ ¡hostia! Esto lo dije yo, esto me lo dijeron a mí, la mayoría de las cosas.” (E12, 193-196)

“Porque eso es lo que hago ,es siempre cada tarde, jugar a la *play* (*rie*), a la *play* pues fumando petas. Eso, cuando lo vi me hizo mucha gracia. Lo vi y dije, hosti mira. Lo vi con más gente y quiero decir nosotros quedamos por las tardes y juguamos a la *play* fumando unos porros y... me va...me hizo gracia.” (E23, 175-179)

Parece ser que el tipo de contenidos del “*Que Rule*” se enlaza muy bien con el discurso que maneja y que ya hemos visto anteriormente. “*No. Eso está bien porque es información, ¿sabes? y después tú haces... haces tú lo que tú quieres, pero saberlo, nunca es malo.*” (E24, 147-148) La cotidianidad que muestran los contenidos y la no directividad y amplitud del discurso lleva a los jóvenes entrevistados a identificarse, de forma parcial, con los materiales.

De entrada, vemos que los materiales, su discurso y sus contenidos, toman un sentido que no negaría la experiencia de los jóvenes entrevistados, más bien al contrario, daría herramientas para reordenar sus elementos cotidianos. Como nos comenta este profesional:

“Yo una de las cosas más positivas que encuentro de los materiales es que habla de situaciones, o sea, pues, de fumar en la plaza, liarlo en el instituto y fumando en... montado en (...). O sea, que bueno, el chaval se sitúa en un lugar y se ve en cierto modo reflejado, ve que en el instituto pues, no fumarás o fuma y tal pero. Una cosa así positiva es cuadrarlo en situaciones vivenciales del propio chaval.” (EF3, 1289-1294)

Pese a todo, en cuanto a los contenidos, en el momento en que les preguntamos si los materiales les han dicho algo que no sabían, los jóvenes entrevistados nos muestran una tendencia a explicitar que ya saben de que van las cosas.

“Pues no. No, porque aquí han venido a hacer muchas charlas y bastante ya lo sé.” (E31, 142-143)

“Es que yo de esto sé bastante. Porque me he informado en todos los lados, ¿sabes? Me informa mi madre, me informan los dos centros, sobretodo en Internet, en todos lados, en la web también.” (E12, 208-210)

“Realmente no he acabado de leérmelo pero lo que he leído más o menos ya lo sabía y ya lo tenía más o menos en mente.” (E13, 117-118)

A pesar de eso, al continuar las conversaciones nos damos cuenta de que los materiales sí que despliegan contenidos nuevos para los jóvenes entrevistados.

“Yo creo que es, bueno, todo lo que pone es bastante básico. Todo eso de lo penal y que si te pillan y que no sé qué, eso no lo sabía.” (E25, 192-193)

“Es que las cosas ya se sabían. Eso, lo único que no, no sabía que te pueden pillar de dos maneras, por tráfico o por... o por consumo, lo que llevas un porro, que estás fumando y te enganchan, y sabía qué te pueden hacer, pero no sabía que si te pillaban por tráfico eras juzgado y, y cosas así.” (E29, 161-164)

La novedad de los contenidos para los jóvenes entrevistados recae, muchas veces, en la comparación con otros materiales o charlas informativas. A pesar de ser el mismo tipo de fuente de información el “Que Rule” introduce contenidos nuevos tanto en relación con otros materiales,

“Hombre lo de los, lo que dice aquí de lo que te puede pasar si te enganchan. Eso en muchos folletos bueno, no te lo dicen, te dicen los efectos y las consecuencias, pero de si te enganchan con ello no, no te dicen nada.” (E19, 133-136)

“Eso aquí, me ha hecho gracia, estas cosas de la... por lo menos han entendido que es una manera de ser generoso, que nadie se lo fuma todo solo, se fuma una de cada cinco personas, pero normalmente es ir pasando o así. (...) Sí, me ha hecho más, eso sería aquí lo último que pensaba que encontraría aquí. Sí, es verdad.” (E4, 208- 210, y, 217-218)

como a los conocimientos de los mismos jóvenes entrevistados. En estos casos la principal novedad se encuentra en los detalles o en la estructuración de los temas o de las situaciones que ya conocen.

“Sí bueno, es que si no son nuevas son, ¿sabes? tipo que te lo explican mejor y lo que tú piensas pues te lo argumentan bastante más claro y te lo dejan todo bastante mejor.” (E24, 137-139)

“Bueno, lo del juzgado, eso, se sabía que te la caía más gorda si traficabas que si fumabas, que si era por consumo, pero no sabía lo que pasaba. Eso del juzgado yo no lo sabía.” (E29, 175-177)

“Pues eso que, (...) Eso de que si a alguien le da un mareo, que no le pongas hacia arriba porque puede vomitar y que le tienes que poner boca abajo.” (E30, 115-116)

Dentro del global de los materiales, los contenidos que podemos resaltar como más significativos son aquéllos que los jóvenes entrevistados nos comentan por iniciativa propia. Son aquellos contenidos que toman un sentido de importancia, por encima del resto, cuando se les pide que expliquen qué les ha llamado más la atención. Estos contenidos exponen piezas de información cotidianas para los jóvenes entrevistados y les proponen una serie de actitudes que evitarían todo un conjunto de elementos problematizados. Nos daremos cuenta de que ésta problematización es compartida entre los jóvenes entrevistados y los mismos materiales.

Los tres contenidos que plantearemos a continuación están ordenados teniendo en cuenta los grupos de jóvenes entrevistados. El primero de los contenidos es mayoritariamente compartido entre las categorías de adolescentes y jóvenes. Los otros dos contenidos tienden más a concretarse en la población adolescente, sobre todo el último.

El primero de los contenidos es la composición de la sustancia, sobre todo en el caso del hachís. Es uno de los contenidos que llama más la atención a los jóvenes entrevistados. A pesar de saber, a priori, que la sustancia no es pura, estos jóvenes quedan sorprendidos por el grado de adulteración a que esta sustancia se ve sometida.

“De lo que estaba hecho y eso, que había tanta mierda. Hombre, sabía que había porquería, pero ¡tanto! Eso sí que me ha hecho pasar las ganas de... he pensado, no.” (E1, 158-159)

“Bueno, lo del apaleao, que sí que hay el 90 % de mierda, es que eso te lo lees y ya pasas de página, te lo digo en serio, es que la grasa de los coches y todo eso... yo sabía que tenía algunas cosas chungas pero allí te lo pone bien claro.” (E24,130-134)

“Ahora que yo recuerde no, pero.. pero me han vuelto a la memoria cosas. Del palo de, lo que me ha llamado la atención que, que era muy impuro, no? el hachís que comprabas y que le ponían mucha mierda. Y que si podías pues que comprases mejor, bellota o cosas de éstas.” (E17, 129-132)

La ilegalidad de la sustancia hace que sea imposible para los jóvenes entrevistados saber concretamente cuál es su composición y cuáles son los efectos y las consecuencias que se pueden derivar de los aditivos del hachís. El conocimiento de la calidad de la sustancia será un aprendizaje que se irá produciendo a partir de la experiencia. Por tanto, a pesar de no saber su composición exacta nos encontramos con que los jóvenes con mayor experiencia ya tienen unos criterios que les permiten orientarse sobre la calidad de la sustancia. No es así, sin embargo, en los jóvenes que sólo empiezan a consumir.

“Hombre, al principio con lo del costo como que no sabía bien bien lo que ponían o así, no lo tocaba, sólo marihuana. Pero claro al final dices,

pues, una cosa como otra. Y también al final te acabas fumando de todo. Claro, que si hay cosas que las ves de una hora lejos que sí, alguien enciende y notas olor a petróleo de Tarragona, pues eso dices, aquí yo ni lo pruebo. Pero... pero bueno. Eso más adelante cuando vas teniendo experiencia. Al principio... fff” (E4, 138-143)

“Uff... Eso es que... hay, es que... hay mucha gente que no lo sabe, ¿eh? realmente, lo que se fuma... Hay mucha, mucha gente que no sabe, sobre todo... la gente no sabe lo que se fuma, sobre todo con el hachís, la gente que ya lleva poco tiempo, o por lo menos la gente que yo conozco, que le ha llegado a vender así... que comienza del rollo cinco o diez eurillos, no saben lo que se fuman, y les puedes dar una mierda de hachís que... puta madre. Eso sobre todo la gente que comienza, que no se entera de nada y les puedes dar una mierda y se la fuman igual.” (E23, 62-68)

“Bueno, yo creo que siempre falta, quiero decir, como todas estas cosas ilegales como que no están controladas todo cuanto digan es como aproximado porque debe de variar mucho de un costo a otro. Si cada cual lo hace en su casa y cada cual le pone la mierda que quiere, pues, siempre puede tener efectos diferentes de lo que te digan aquí.” (E15, 105-109)

Los problemas penales constituyen otro de los contenidos más desconocidos por los jóvenes entrevistados. La gran mayoría de los jóvenes entrevistados consumidores no saben a qué se exponen legalmente cuando se encuentran en posesión de cannabis o en situaciones de consumo. “*Sí, porque los porros simplemente que no sé, es como uno... a una fiesta vas y fumas tabaco y el otro fuma porros o uno bebe y el otro fuma, es que es más parecido. Es ilegal pero es como si fuera legal.*” (E1, 101-103)

Podríamos decir que la normalidad vivida y asociada al consumo en los entornos juveniles contrasta fuertemente con las penas y sanciones existentes en este terreno.

“Bueno, lo del juzgado, eso, se sabía que te la metían más gorda si traficabas que si, que si fumabas, que si era por consumo, pero no sabía lo que pasaba. Eso del juzgado yo no lo sabía.” (E29, 175-177)

“Bueno, hacía referencia a aquello de... las dos vías que te pueden penalizar, ¿no? la vía penal, la vía civil, ¿no?” (E18, 148-149)

“Pues la multa, una putada. Trescientos euros, yo no tengo eso. Tengo ahorrado veinte eurillos. La multa, una putada. (E9, 185-186)

Debemos pensar que muchos de estos riesgos legales se hacen más explícitos debido al hecho de que los contextos de consumo —en adolescentes mayoritariamente— tienden a producirse en espacios públicos. Unos espacios

que exponen las actividades de consumo a las acciones policiales y, consecuentemente, a sanciones penales.

“No sé, interesante, es eso rojo que dice aquí que si fumas en un lugar público te pueden... quiero decir, son cosas que te ayudan y te dicen, vigila, depende de donde lo hagas que te pueden guipar, quiero decir.” (E3, 194-196)

“¡Yo qué sé cuánto te meten de paso por una multa! Si te pillan, lo que hay, dónde te llevan, dónde se puede fumar, bueno, dónde tienes que fumar, en tu casa o en el jardín de tu casa. Que no te pillen y eso.” (E9, 178-181)

Como los mismos jóvenes entrevistados nos comentan, las penas y multas pueden hacer pública la situación de consumo, hecho que puede suponer un problema que va más allá del que pueda tener uno mismo de forma individual con la ley. Estamos hablando, por ejemplo, de problemas que puedan trascender al ámbito familiar.

Un tercer contenido que cobra mucha importancia es la presión grupal que se puede dar en muchos casos en los grupos de amigos. Como ya habíamos visto en relación con el lenguaje, vemos ahora que el grupo juega también un papel determinante en la construcción de la identidad de los más jóvenes. Así, el juego de roles e identidades intragrupales –y también intergrupales– se conforma como un punto determinante en el día a día de los jóvenes entrevistados

“Pues es que eso te da mucha rabia. Hicimos una cosa que era de presión de grupo, no sé qué en el cole. Hubo una época que cuando... fuma, fuma, prueba, que tú no lo has probado, y todos decíamos, hey! Presión de grupo, presión de grupo y no sé qué y hacíamos el cachondeo éste. Pero sí que es verdad que hay mucha presión, porque la gente que comienza a fumar es la guay, no sé por qué. Porque va más de mayor, porque ya fuman, no sé, es una tontería pero es que pasa, es que es verdad que pasa. Y tú te sientes... si no fumas te sientes fuera de...” (E8, 276-282)

“Luego, eso también que dicen ahí que, estás tú con tus colegas más pequeños que tú y venga prueba. No, no que yo no fumo, ¿Cómo que no? Eso, que si no fuma es su decisión que no tienes por qué obligarle. Es tú vida, tú haces lo que quieres con ella.” (E9, 186-189)

“No sé, que está bien que te digan que fumes si quieres y que si no pues que te pongas fuerte, quiero decir, que cada cual haga lo que quiera, tanto si es fumar como si no.” (E15, 209-210)

La línea que separa la presión grupal y el ofrecimiento amistoso es muy difusa y su discernimiento puede depender de pequeños matices. De esta manera, aquello que en muchas ocasiones parecería ser una cosa se podría

transformar en otra. Es este el motivo que explicaría que se valoren muy positivamente las piezas de información relacionadas con trabajar estos conflictos de grupo y a dar herramientas actitudinales para poderlo gestionar. Justo es decir que la mayoría de los jóvenes entrevistados afirma no haber vivido en persona ninguna situación como éstas, a pesar de haber estado presente en algún momento.

“Es que a mí eso no me pasa. A mí no... a mí mis amigos no me fuerzan a fumarme un porro o cosas de éstas.” (E19, 124-125)

“Colegas de mi primo. Han acabado todos así por eso de... venga, pruéballo. Que no. Sí hombre, pruébalos. Han acabado peor.” (E9, 197-198)

“Otra cosa que vi es eso de que cuando alguien no fuma, que le presionan y todo eso... eso... a ver yo nunca he presionado a nadie, y me parece mal por parte de, que presiones a alguien. O sea, yo por ejemplo, que fumaba, veía a mis amigos mismos, que lo estaba pasando y no querían y yo les decía pues olé tus huevos tío porque joder, ojalá yo pudiera dejarlo de hoy para mañana, ¿no?” (E22, 184-189)

En esta línea, entendemos que el discurso del “*Que Rule*” resulte tan atractivo; parece ser que también daría la opción de no fumar, de respetar a la persona que decide no fumar en estos contextos de presión. Parece bastante coherente y elemental que si se rechaza la presión institucional para pretender forzar a aquellos jóvenes que deciden fumar cannabis a no hacerlo, también se rechace la presión grupal que pretende forzar los jóvenes que deciden no fumar a hacerlo. Según lo que comentan los jóvenes entrevistados, el respeto hacia ambas realidades o posicionamientos de consumo y no consumo se vería reflejado y reforzado en el “*Que Rule*”.

Sin embargo, después de acabar de comentar los contenidos más relevantes para los jóvenes entrevistados también debemos hacer un repaso de aquellos puntos o inconvenientes percibidos. En este sentido, es preciso decir que los jóvenes entrevistados no han detectado demasiados inconvenientes en los contenidos de los materiales.

Un punto que genera desacuerdo con los jóvenes entrevistados es el tema de trabajar y fumar. Algunos de los jóvenes entrevistados con experiencia laboral desproblematizan el hecho de fumar y trabajar. En este punto algunos de los jóvenes entrevistados ven en el “*Que Rule*” una pérdida de aquel realismo que parecía caracterizarlo.

“Hombre sí, lo que pone de trabajar y fumar en el trabajo. Yo trabajo de pizzero y me fumo... claro, pues trabajando de pizzero, entre pizza y pizza puedo hacer un porro. Yo hago varios, y no me afectan nada a la hora de ir a trabajar. Y eso es algo que vi y, yo conozco mucha gente que trabaja, ¿sabes? en la calle como de cualquier cosa y fuma y no les afecta a la hora de... pues de trabajar. Que eso bueno, que es lo único

que no voy... que no estaba de acuerdo, pero ya está, que por lo demás...” (E23, 161-167)

“Por mí, por la parte creativa, por ejemplo, que es una de las cosas en que no estoy de acuerdo con ello. Habla de currar y currar es trabajar, o algo así. Entonces, sí que se le puede encontrar una parte en que, no. No sé.” (E16, 76-78)

Es preciso decir que todos estos jóvenes entrevistados que nos comentan su desacuerdo son todos mayores de edad y hace ya años que son consumidores de cannabis. Asimismo, también nos comentan su descontento o desconcierto con algunos de los contenidos de la última página donde se exponen algunas razones para no fumar. Parecería que las frases que salen a título de ejemplo no tienen nada que ver con su repertorio discursivo.

“Hombre, al final de todo sale uno que dice... a ver si la encuentro... que salen comentarios. La última página. Hay muchas cosas que no entiendo. Realmente, hay muchas frases que son muy heavies, ¿eh? Eso, ¿lo han dicho de verdad la gente o son cosas que habéis puesto vosotros? Pero hay muchas cosas del rollo que yo qué sé, ehm, *sólo acepto porros a mis enemigos*. Son cosas que no las entiendo, y hay algunas cosas que no estoy nada de acuerdo con ello. Que me chocaron porque me quedé, hostia, tampoco no es eso.” (E23, 150-157)

“No sé, como detalle, la última página un lugar donde dice las razones para no fumar, lo encuentro patético. Parece absurdo, ¿no? Bueno, que tal vez hay alguna que sí, ¿no? pero... no, que no quiero que me lo noten mis padres, o no, que... no sé qué. Pues, o sea, si fumas tienes que atender a las consecuencias, eso es básico, ¿no? No son razones para no fumar.” (E16, 172-175)

Como vemos en esta última intervención, también se puede considerar que las razones para no fumar esgrimidas en los materiales tendrían que entenderse más bien como elementos a gestionar para poder evitar determinadas consecuencias no deseadas, pero que en ningún caso se tienen que utilizar como elementos legitimadores para un no-consumo.

Si nos dirigimos a los profesionales, vemos que este colectivo sí que percibe un mayor número de inconvenientes concretos en los contenidos de los materiales. Como comprobaremos, el sentido de los inconvenientes no será el mismo que en el caso de los jóvenes entrevistados. Estos últimos centran más los inconvenientes de contenido en el grado de correlación con sus vidas cotidianas. En cambio, los profesionales centraron los inconvenientes que pueden provocar los contenidos en los posibles malentendidos y en sus potenciales consecuencias.

Los profesionales detectan un elemento que puede llevar a malentendidos bastante preocupantes. En la página 7, al final del primer párrafo: “*Va bien*

saber que algunas enfermedades se pueden transmitir con la saliva que hay en el porro.”

Todo ello se da en una conversación:

“Y otra que leía aquí que lo veo un poco una incoherencia. Aquí en la página 7 pone: “Triunfa más compartir que no que gente se los apalanque. Eso sí, se debe hacer bien respetando y todo el rollo. Es mejor fumar acompañado y con gente de confianza. Pero que el porro rule no quiere decir que se tenga que fumar.” Vale. “Va bien saber que algunas enfermedades se pueden transmitir con la saliva que hay en un porro.” Tema, ¿qué enfermedades se pueden transmitir con la saliva? ¿Por qué? Quiero decir, a ver, entonces, nosotros por otro lado se trabaja el tema del sida, se supone, ¿no? ¿La saliva nos puede transmitir el SIDA fumando un porro? Entonces, trae gente que les hable del sida y ¿lo primero qué les dice? con la saliva no se contagia el porro o dándote un beso. Entonces, ¿qué enfermedad me transmitirá? ¿Me cogerá el tífus? Es que, no sé, por una parte trabajamos las drogas que parece ser que leas tenemos que trabajar muy bien, pero por otra parte nos cargamos el trabajo que se hace por ejemplo con el SIDA. Entonces, no te metas en un campo que no te corresponde.” (EF3, 900-915)

“Aquí se refieren a los resfriados, a la gripe, a todo cuanto puede pasar de manera vírica. Pero da lugar a confusión porque eso también me lo preguntaron. ¿Te refieres al sida?” (EF3, 922-924)

Estos mismos profesionales nos comentan que ya han vivido este malentendido o incongruencia de los materiales mientras hacían su trabajo educativo con los materiales. Es una reflexión que no sólo sale de una mirada crítica de los materiales sino que también sale directamente de la experiencia de los profesionales una vez que han utilizado los materiales. Parecería que no queda demasiado claro qué es de lo que se habla, que puede provocar confusión y un alarmismo innecesario. En las entrevistas etnográficas encontramos un joven que, concretamente, nos pregunta sorprendido a qué se está refiriendo este apartado:

“Sí, por ejemplo lo de... parece una tontería pero lo de las enfermedades por saliva, no sabía nada yo, tampoco he oído de ningún caso, ¿no? (...) Bueno, yo cuando leí eso... sé que... lo que te puede producir el tabaco, ¿no? eso, cáncer de boca así, en general, si fumas mucho. Pero bueno, eso de la enfermedad por la saliva, me he quedao pillao.” (E22, 94-103)

Los otros datos provenientes de los profesionales sobre los contenidos los hemos desplazado al anexo. Es preciso decir que, en el anexo, a diferencia de la descripción, se premia la especificidad de los datos por encima de si estos son compartidos o no colectivamente. Por tanto, en el anexo estaremos hablando de dar sentido individual y no de dar sentido colectivo, como sucede en la presente descripción de los datos.

3.6. Diseño

A continuación pasaremos a explicar qué sentido adopta el diseño de los materiales para los jóvenes entrevistados. Atenderemos a la estructura de los materiales y a los elementos que toman importancia. Como en el caso de los contenidos, los elementos del diseño han sido expuestos por los mismos jóvenes entrevistados sin haberles preguntado directamente.

El primer factor que llama la atención a los jóvenes entrevistados cuando les preguntamos por el diseño son sus fotos. Las fotos y los “bocadillos” que hay repartidos por las páginas del “*Que Rule*” son los elementos más llamativos y recordados:

“Muy real las fotos, ¿sabes? Todo, las viñetas, las cosas esas, los bocadillos esos o como se llamen. Esto está muy bien. Es lo que más resalta” (E12, 289-290)

“Que entra bien a la vista, o sea... fotitos y los globitos y estas cosas” (E25, 260)

“Bien. A ver que no me acuerdo. Ah sí, hay fotos chulas. Sí, lila, los titulares, también están...” (E8, 222-223)

Estas mismas fotos y diálogos parece ser que toman para los jóvenes entrevistados un sentido de realismo. Así pues, las fotos y los diálogos vuelven a establecer otro referente de realidad, como algo que está sucediendo y con lo que resulta fácil de empatizar:

“No todo, y aparte como que en cada página hay como si charlasen, ¿sabes aquello? te metes más en situación. Es lo que te explican y entonces en éstos contextos...” (E1, 234-235)

“Muy bien, pues a mí eso sí, porque están ahí, por ejemplo la imagen y todo eso, sabes lo que es.” (E14, 359-360)

“No, no, si hay fotografías que te ilustren, hay diálogos que está muy bien porque muchas veces pasa así y...” (E7, 218-219)

Y es que el diseño organiza los contenidos del material por apartados y temáticas. Los jóvenes valoran positivamente no encontrar demasiado densa la información. Nos comentan que se encuentran con un material donde:

“¿El diseño? pues, está bien, porque ya te digo, no es un papel todo-todo... tiene apartados. Aquí te dicen, aquí tienes... los problemas en el trabajo, aquí los problemas de salud, aquí tienes los problemas de tal.” (E29, 238-240)

“No, no. ¡Ah! bueno, de la forma de escribir y todo. Bien, estaba bien organizado por temas, eso me ha gustado. Que no es lo de información colocada por temas, eso estaba bien.” (E15, 220-222)

Asimismo, los títulos hacen aún más evidente esta organización. Hablamos de títulos que llaman la atención, tanto por el mensaje como por el lenguaje, y que explicitan la temática de cada apartado.

“Chulo, quiero decir llega, entra. Pero sobre todo por eso, por no sé, letras grandes que dicen en plan, mí rallada o tal. Claro que engancha, sí, sí. Fotos de porro.” (E16, 208-209)

“Está bien, no sé. Los títulos aquello, lo lees y dices ¡hostia! de que va eso, y ves que empiezan a decir y dices vale, vale, tal cosa.” (E1, 225-226)

Así, esta estructuración de los contenidos permitiría acceder directamente a temas específicos. Este hecho abre la posibilidad de que el “*Que Rule*” no se tenga que leer completamente o de carrerilla para poderle sacar jugo. Querríamos hacer ver que esta organización de los contenidos nos pone de manifiesto que cada tema también puede ser leído de forma independiente, en función de los deseos y necesidades de cada lector.

Lo que sí que podríamos decir es que el diseño permitiría una lectura parcial de los materiales sin que eso significase no acceder a una información completa. *“Todas las imágenes están muy cuadradas con lo que te está explicando. Sí, está todo bastante bien. Y no es aquello que digas... y esta imagen que pinta aquí? No. Está, está.”* (E10, 301-303) Cada apartado de los materiales podría tener sentido por él mismo. A pesar de eso, algunos de los jóvenes entrevistados nos comentan que la lectura completa de los materiales no se les ha hecho pesada.

“Para lo pequeño que es, que parece que vaya a haber menos, hay bastante información. Es pequeño, es fino, no es uno rollo, esto que pueden ser uno montón de hojas y que no te digan nada, y eso es precisamente por lo que podría ser más fácil de leer, pues no se te hace pesado ni nada.” (E22, 239-242)

“Después hay el texto que tampoco es una parrafada del mil sino que se puede leer perfectamente.” (E7, 219-220)

“Ah, está bien, todo el mundo se lo empieza a leer y ves que se pasa rato leyendo, que no es aquello que lo lees a la primera. Que spongo que lo acaban de leer la mayoría.” (E7, 264-265)

Como comprobaremos acto seguido, las aportaciones de los profesionales se refieren al diseño bajo un criterio más funcional. Un diseño que estaría definido según la población diana a quien se dirija. Tanto es así que parece oportuno

triangular estas intervenciones sobre el diseño formuladas por los profesionales entrevistados con el análisis de los destinatarios de los materiales.

3.7. Destinatarios

En este apartado comentaremos las atribuciones de los jóvenes y de los profesionales entrevistados sobre cuáles son los destinatarios de los materiales. Básicamente, centraremos este apartado en ver cuáles son los argumentos que dan sentido a estas atribuciones.

Los jóvenes entrevistados tienen visiones muy amplias sobre quién pueden ser los destinatarios de estos materiales. Básicamente, lo primero que vemos es qué explican estos destinatarios según el consumo o no consumo de cannabis. Encontramos a un gran grupo de jóvenes que creen que estos materiales están destinados a los fumadores, concretamente a aquéllos que se encuentran en una etapa incipiente de consumo:

“A los jóvenes que fuman sobre todo, o a aquellos jóvenes más jóvenes que comienzan a fumar y que no tienen ni idea de nada y lo hacen porque ven a los demás. Y se dirige a esta minoría, tal vez mayoría en según qué lugares.” (E10, 312-314)

“Yo creo que es gente sobre todo que... o sea, bueno, que comience, no? bueno, no sé, entonces la edad... digamos de, a partir de catorce, quince hasta, pues diecinueve, veinte. Porque, supongo que es gente que... más bien que comienza, bueno, no sé. Aquello que le estás pillando el hábito, no?” (E18, 229-233)

“Para la gente que comienza a fumar, básicamente. O, que aún no ha comenzado pero se lo está planteando.” (E15, 227-228)

Parecería ser que los jóvenes entrevistados le dan a los materiales un valor de información básica. Los más principiantes, a priori, son vistos como aquéllos que disponen de menos conocimientos en esta materia y, dado que actualmente el inicio del consumo coincide cada vez más con el inicio de la adolescencia, el colectivo de los más jóvenes pasa a ser visto como el principal destinatario del “*Que Rule*”. Así pues, estos materiales constituirían una guía para que los más principiantes conozcan las nuevas relaciones que se abren ante sí.

Pero de hecho, las edades de los principiantes pueden variar mucho de un contexto a otro. Y por tanto, las implicaciones o los efectos de los materiales también. Así, la edad aparece como un elemento a tener en cuenta.

“Depende, es que es depende, depende de la persona, porque hay gente que madura antes, y gente que madura muy tarde, pero no sé supongo que... Es que a los catorce aún lo encuentro justo, pero a los quince o así... Y también depende de la situación.” (E21, 202-205)

“Hombre, pequeños, más pequeños porque aun no entenderían la cosa. Digo un ejemplo como mí hermana, mí hermana ya tiene once años y como que no sabe del tema. O sea, sabe lo que son los cigarrillos y eso pero lo que son porros, ha oído hablar pero que no, no sabe lo que es exactamente.”(E13, 195-199)

“Más que nada desde, yo creo, o sea, desde que tienes uno poco de cabeza que lo puedes entender, ¿sabes? si no lo entiendes pues no lo puedes...” (E12, 332-333)

Por un lado, los materiales perderían su sentido de realismo en el supuesto de que llegasen a manos demasiado jóvenes que aún no comparten la realidad del cannabis. Incluso, en estos casos se problematizaría la puesta en contacto con los materiales. La atribución de la población destinataria de los materiales dependerá de la situación que vivan en relación con el cannabis.

“No, yo creo que hacia arriba no hace falta que haya límite. Hacia abajo, hombre yo creo que menos de trece poca gente tampoco se habrá acercado.” (E15, 250-251)

“Por debajo yo creo que no merece la pena, porque si tienes nueve años, con bastante trabajo, bueno al menos yo... bueno, cigarros sí, pero fumar un cigarro no lo había hecho nunca en mi vida a los nueve años. Pero ahora cada vez se empieza antes. Pero hasta los doce años o así no merecería la pena utilizarlo.” (E4, 347-350)

“A ver, tampoco se lo daría a un niño pequeño, ¿sabes? porque tal vez diría, tengo curiosidad por saber qué es y tal vez aún pues lo probaría, y tampoco a muy mayores porque tampoco entenderían el vocabulario. Más o menos, adolescentes y tal.” (E17, 189-192)

Por otro lado, los materiales pueden perder su eficacia como fuente de información en caso de que los jóvenes a quien llega no hagan caso, a pesar de ser consumidores, hecho que se podría dar con frecuencia en la adolescencia y preadolescencia. La disposición a conocer de las personas también deviene un criterio a la hora de atribuirle al “Que Rule” un perfil de destinatarios.

“Si fuma porros sí. Ahí yo... que con doce años ya le empezaban a dar y... o con doce años le dan, se lo... le... se lo pasa por el forro de los cojones, van muy subidos y eso. Han salido chulitos este año. Si se lo das a uno que no fume, es como los típicos folletos que te ponen en el buzón de, si quiere conseguir tal, pues llama a esto. Tú vas a hacer aquí lo mismo. Si te quieres informar, infórmate no sé dónde.” (E9, 299-303)

“Yo creo que en la ESO, de doce que son, a los dieciséis, que es cuando comienzas a fumar porros, no tienes ni idea básicamente, sabes que

hacen reír, que apalancan, que no sé qué y, pero no tienes ni idea.” (E25, 241-243)

“Sí, con doce, cuando entras en el instituto o así. A pesar de que yo, no le enseñaría eso, yo intentaría hablar con él. Yo qué sé, si alguien no sabe hablar de estos temas, pues sí.” (E16, 243-244)

Se nos pone de manifiesto la tensión educativa que provoca la proximidad del cannabis a unas edades tan precoces. Y es que estos últimos párrafos nos muestran una realidad donde los jóvenes que comienzan la Secundaria ya entran o pueden entrar en contacto con el cannabis. El instituto parece marcar un cambio en la vida de los preadolescentes y adolescentes. ¿Es el momento de hacerse mayor?

“Pues, a los trece o así, llega un momento que, que de repente todo el mundo fuma, y claro es fumar porque es lo nuevo y todos vamos en fumar y tal. Y si no lo haces pues quedas fatal.” (E8, 270-272)

“Conociendo a los niños como los conozco (ríe), el límite lo pondría en once o doce, porque ya saben... con once-doce ya saben de qué va todo, y ya con trece ya pasan al instituto.” (E22, 252-254)

“No, no, yo si tuviese un hermano pequeño, yo me esperaría antes a qué llegase a la edad que, que le ofreciesen o que lo hubiese probado. Porque hay niños pequeños que ya quieren ser mayores. El otro día flipé y me viene uno de P3, P4 o P5 del cole y me viene y dice, que si le dejábamos unos tiros porque su hermano fumaba y lo quería probar.” (E24, 200-204)

Así, lo que podríamos decir es que los jóvenes entrevistados situarían el inicio de la población diana del “Que Rule” en el intervalo de edades presentes en los institutos. Dentro de estos intervalos es donde encontramos la tensión educativa, sobre todo en aquéllos y aquéllas que no consumen y que están en contacto con el cannabis. ¿Qué acción educativa se debería hacer?

“Porque aún no están metidos dentro del mundo y aún no lo saben todo a pesar de que si leen eso tal vez hay cosas que no las han vivido y no sé, quizás sea mejor que primero se asusten un poco y después ya lean eso cuando ya están más metidos, que ahora mismo empiezan muy jóvenes y tampoco es bueno ni positivo que la gente de doce o catorce años se esté fumando porros.” (E7, 236-239)

“No fuman, no. No creo que sea conveniente darles si no lo consumen” (E11, 310)

o bien,

“Sí, si le va bien. La mejor manera que se vean las cosas es ya enseñarle de bien pequeño.” (E11, 282)

“Hombre sí, a ver, yo digo 12, 13, pero hay mucha gente que comienza antes, ¿eh?” (E23, 236)

Los jóvenes entrevistados darían los materiales, mayoritariamente, a aquellas y aquéllos que consumen y a quien, al mismo tiempo, les atribuyen capacidad de entenderlos. A pesar de eso nos encontramos otro grupo de jóvenes que no establecería diferencias entre los consumidores y no consumidores de cannabis a la hora de repartir el “*Que Rule*”.

“Yo creo que a todos, a los que fuman y a los que no fuman. Pero más a los que fuman. Pero los que fuman y no fuman.” (E12, 294-295)

“Pues, va para los que fuman y para los que no fuman, me parece. Para los que fuman porque no tienes que obligar a los demás a fumar y para los que no fuman que es tú vida y si no quieres fumar que no fumes, que no tienes que hacerle caso a un capullo que te diga que fumes.” (E9, 278-281)

“Tanto a los fumadores como a los no fumadores, un poco de todo.” (E31,174)

Sus argumentos se basarían en que los contenidos de los materiales contienen información tanto para consumidores como para no consumidores. Parecería que el corte tendría que seguir más bien un criterio de edad más que de consumo.

Curiosamente, no observamos tantas problematizaciones a la hora de establecer unos límites de edad hacia arriba. Los jóvenes entrevistados situarían el límite de la población diana en aquellas personas a quien ya atribuyen un conocimiento sobre el cannabis, aquéllos que ya llevan tiempo consumiendo. Una vez se tendría este conocimiento los materiales parece ser que ya no tendrían demasiado sentido.

“Los que empiezan, los que están empezando hasta de trece a veinticinco años, por ejemplo. Esta edad es cuando uno es joven y pues a veces quiere fumar. Otros que no, otros que no saben y entonces pues, más o menos este público que aún no sabe lo que es y todo esto. Porque ya a partir de veinticinco ya más o menos ya has pensado lo que quieres y lo que no, ya estás más maduro.” (E13, 182-186)

“Entre los doce-trece hasta los dieciocho-diecinueve, porque ya supongo que ya a los dieciocho-diecinueve ya lo tienes que saber todo eso. Supongo yo que algo tienes que haber sabido de eso, ya te has enterado.” (E23, 230-232)

“Yo creo que no, a los principiantes de todo pero tampoco a los que ya llevan muchos años que ya lo saben, sino depende de la edad a la que empiezas. Por ello de los dieciséis a los veinte supongo que, no lo sé,

creo por lo que pone y eso será más útil con esta edad, de unos dieciséis a veinte, ya te lo digo.” (E7, 229-232)

Parece ser que la problematización no es tan grande debido al hecho de que los jóvenes entrevistados atribuyen un mayor conocimiento y madurez a medida que vamos hablando de edades mayores. Sin embargo, las situaciones que se exponen en los materiales también son atribuidas a unas edades concretas. Diríamos que los materiales perderían el sentido de realidad a partir de cierta edad, a partir de la cual ya no se vivirían las situaciones que aparecen en los materiales. La cuestión interesante podría ser dónde sitúan esta madurez –el hecho de ser mayor– los jóvenes entrevistados.

En los caso de los profesionales también nos encontramos ante la tensión educativa que nos desplegaban los jóvenes entrevistados. Lo primero que nos hacen notar los profesionales entrevistados es esta situación:

“Cuando hablamos de manos próximas, perdón, ¿eh? Con los alumnos de cuarto de ESO, cuando se hace el viaje de final de ESO, son alumnos que están todos sobre los dieciséis años. Todos son manos próximas, todos han estado en situaciones de consumo, ¿eh? No es preciso que, que no hayan consumido, es que no tenían ganas, no les va el rollo o no tienen ganas.” (EF3, 1115-1119)

“Porque estoy harta de ver en los institutos un grupito de chavales que están fumando porros y al lado hay otro grupo de chavales de los típicos que no fuman porros, tal vez los más estudiosos, los más no sé qué, ¿no? que en teoría es eso, de cara al instituto, y pasan olímpicamente, ven los que están fumando porros y lo ven súper normal. Quiero decir no es que se escandalicen de decir, ¡ah! ¡no! ¡fuman porros! es que en absoluto. Y si hablas en las clases es que nadie está escandalizado de los porros, de hecho nadie, ¿eh?” (EF3, 382-389)

Esta exposición o contacto con el cannabis hace que los profesionales de la prevención que se desplazan a trabajar en los contextos de consumo tengan que adaptarse a las situaciones y edades con las que se encuentran:

Te tienes que adaptar a lo que te encuentras. Tal vez te vas a una escuela y en un segundo de ESO y hay bastantes consumidores de cannabis y tal vez te vas a otra y hay dos consumidores, y te tienes que adaptar a lo que te encuentras. (EF3, 885-887)

Es por ello que la discusión sobre quién tienen que ser los destinatarios de este material cobra un peso relevante entre los profesionales entrevistados. Al igual que con los jóvenes entrevistados, el consumo y no-consumo deviene un criterio para definir qué tipo de destinatarios tendría que tener el “*Que Rule*”:

“Sí que me da la sensación, sí, sí. Quiero decir, se trabaja mucho el respeto a quien no fuma, ¡hostia! no molestes y tal. No se trabaja tanto el respeto al que fuma, tampoco no se dice nada. Quiero decir, no se dice

ni criminalizar ni no criminalizar, ¿no? Se posiciona el no-consumo de la persona no consumidora. Y de... de hacer respetar tu decisión de no fumar. Y que por tanto sí. A la vez, que lo dejas en un instituto, que es gente a partir de los catorce años. Yo pienso que ya está dirigida para esta población, tanto fumadores como no fumadores” (EF3, 847-853)

“Yo me lo he leído con gente no fumadora y con gente fumadora y les ha servido a todos. Y además, lo bonito es el intercambio, cuando el fumador le dice: -Sí tía, qué palo estar enganchado, el otro día tuve que estar cinco horas en el tren y pensaba que me moría porque no podía fumarme un porro. Yo qué sé.” (EF3, 1009-1013)

Los que creen que estos materiales son tanto para consumidores como para no consumidores lo argumentan mediante el trabajo por el respeto a las decisiones propias y a las del otro, un punto éste muy presente en los materiales, sobre todo en el caso de los no consumidores. Es este hecho lo que, como en el caso de los jóvenes, aparece como argumentación a la hora de decir quién tienen que ser los destinatarios. Además, los profesionales nos pueden comentar su experiencia educativa a través de los materiales para acabar de justificar su posición. Aunque también nos encontramos versiones que sin exponer argumentos se centran o bien en los consumidores o bien en los no consumidores.

“Respecto al tema éste de si enfocarlo para consumidor o no consumidor, yo creo que tienen que ser para consumidores. No es que me lo hubiese dicho ni nada, pero, manual para manos próximas al cannabis. Próximo al que consume, al que piensa consumir o no sé qué.” (EF3, 960-963)

O por el contrario,

“La verdad es que eso va dirigido a todos los públicos en teoría. Y si especialmente quiere ir dirigido a los consumidores mal, porque creo que serán los que menos se lo leerán. “ (EF3, 651-653)

Pero la discusión no se queda en si los destinatarios tienen que ser consumidores o no. Enseguida vemos que la edad y, sobre todo, la capacidad de entendimiento aparecen como elementos muy importantes a tener en cuenta para definir a los destinatarios potenciales de los materiales.

“Pero, para mí es muy diferente que se lo mire uno de doce-trece años no consumidor o que se lo mire uno de catorce-quince no consumidor, ¿vale? Porque tal vez se lo lee con más calma, no se queda tanto en la, yo qué sé, yo puedo quedarme aquí con la frase de. No sé, coge y lo abres por casualidad en la página ésta que dice no nos engañemos también tiene su parte positiva. Y me quedaré en esta fase. Tal vez no tiene aún toda la capacidad para decidir cuál de esta información es prioritaria sobre la otra, ¿vale?” (EF3, 978-985)

“Yo veo que es un material dirigido al colectivo de jóvenes, o sea menores de dieciocho años porque es muy actitudinal, no trabaja tanto la vertiente informativa sino más la educativa y la... trabaja actitudes, la responsabilidad, el autoconocimiento, el respeto al que no fuma, al que fuma... dirigido a jóvenes. Tal vez sí que está planteado más para una lectura individual.” (EF3, 572-575)

“Pero eso también cambia, ¿eh? la predisposición a recibir información. Todos los más jovencitos están más reticentes a recibir y conforme vas creciendo tienes más curiosidad, más interés, puedes hacer.” (EF3, 1114-1116)

El diseño y los contenidos tendrán unos efectos diferentes según las edades. Así, en la conversación devienen un elemento fundamental para justificar a quien tienen que ir dirigidos los materiales. Como hemos dicho antes, el sentido de realismo o correspondencia con la cotidianidad toma una importancia clave para indicarnos si los materiales son adecuados o no para un contexto o población concreta. Pero más que esta cuestión, lo que los profesionales nos plantean es si los jóvenes llegarán a leer y después a entender el “Que Rule” con el diseño que tiene.

“Pero, si hay un fenómeno, que es que antes los chavales cuando iban al instituto se fumaba el cigarrillo en la puerta, ¿no? Muchos chavales en la puerta del instituto con toda una serie de significado. Ahora el tabaco no es lo que mola, sino lo que hacen es el canuto. Claro, y los pequeños, pero cada vez el inicio es antes. Porque quieren ser mayores, ¿no? Y eso, los pequeños, según como se lo miren no entenderán de que va, porque no miran la letra pequeña. Por tanto como para doce años yo lo veo poco adecuado” (EF3, 859-864)

“Exacto, yo no creo que vaya dirigido a adolescentes, que va a partir de 16, 18 que ya estás. Más que nada por la densidad, las letras, eso un niño de doce años no se lo lee” (EF3, 866-868)

“No, depende, yo creo que los chavales más jovencitos sí, porque hacen así, ven letra, ven letra y se quedan en las viñetas. Se quedan en las viñetas. Pasa tío y no se qué, ya, ya.” (EF3, 614-616)

Los profesionales nos comentan que en estas edades menores la lectura en solitario, sin un profesional al lado, es difícil que se produzca. E incluso, en el supuesto de que así fuese, difícilmente creen que accederían a los contenidos de los materiales.

Curiosamente, los profesionales de la prevención entrevistados proponen dos nuevos perfiles de destinatario. Observemos esta conversación:

“P1: Yo también creo que es un buen material para padres, porque también necesitan...”

P3: Y para nosotros.

P9: Y para profesionales, lo han leído más profesionales que no chavales.

P4: Claro, es para hacerte una idea mejor, que eso gusta tal vez más desde el campo profesional que desde el no sé.

P2: A veces, gusta.

P6: Bueno, si hubiese una adaptación tal vez se entendería más.

P4: Correcto, correcto.” (EF3, 706-719)

Como ya hemos visto al inicio, tanto los jóvenes como los profesionales entrevistados atribuyen un sentido de utilidad al “*Que Rule*”. En el caso de los profesionales, esta utilidad se exporta tanto a la misma figura del profesional de la prevención o a los agentes educativos (profesores, monitores, entrenadores, etc.) como a la figura de los padres, o sea, a los adultos que comparten el día a día con los jóvenes.

“Creía también que era un buen material para profesionales, los que estamos en contacto con los jóvenes, y para padres con esto sí, aparte de las adaptaciones que decían, creo que está bien. Porque claro, los padres por ejemplo saben todo lo malo, pero bueno señor, su hijo no estará fumando algo que no le sienta, que no sirva por nada. ¡Que tonto no es!” (E3, 699-703)

Ahora bien, los profesionales entrevistados nos comentan que debería haber o bien una serie de adaptaciones o bien una guía de apoyo que mantuviese estable el sentido de utilidad en el caso de plantear los materiales para este nuevo perfil de destinatarios. Sobre todo pensando en aquéllos con menos recursos educativos hacia el cannabis.

“P6: Yo propondría en cambio, la creación de una guía que lo acompañase eso por su aplicación.

P8: Yo pienso que cada material tiene que llevar una propuesta didáctica para aplicarlo a los diferentes ámbitos, ¿no? porque hay gente que tiene recursos y hay gente que no.” (EF3, 541-546)

Los profesionales venían el “*Que Rule*” como algo que podría significar la base para la creación de otros materiales destinados a trabajar la prevención en materia de cannabis.

3.8. Modos de apropiación

En este apartado pasaremos a comentar lo que han hecho los jóvenes entrevistados con los materiales una vez que se los han leído. El “Que Rule”, principalmente, ha seguido tres recorridos desde que lo entregamos a los jóvenes entrevistados.

En primer lugar, encontramos un numeroso grupo de jóvenes que comparten los materiales con algunos de los miembros de su entorno. Principalmente estamos hablando de los amigos:

“Está aquí en el bolso. No, pero los he enseñado a la peña de la Universidad o así, pero bueno, nos hemos leído un rato juntos.” (E16, 248-249)

“Los he pasado a unos de la clase.” (E25, 264)

“Sí, y me lo han pedido. Han visto el título, les ha hecho gracia y me lo han pedido. Ah! mira! ¿qué es eso?” (E4, 368-369)

Y de la familia:

“Ah! lo he puesto en la mesita de noche. Le he explicado a mí madre, pues mira me han pasado esto y no está mal.” (E13, 202-203)

“Lo he tenido en casa toda la semana, se lo he enseñado a mis padres y bueno, mis padres me dijeron que estaba muy bien tener información de eso.” (E22, 258-259)

“Mi hermana que hace tercero de ESO le dije que se lo leyese y me dijo que sí. Y a esta edad, quiero decir, fuman porros, y piensan que son mayores.” (E1, 305-307)

En segundo lugar, encontramos un grupo de jóvenes que una vez que se han leído los materiales los han guardado y no los han compartido. El recorrido de los materiales parece ser que, a día de la entrevista, se ha quedado estancado.

“Lo he guardado, tengo una carpeta con informaciones. Pues lo guardo todo allí.” (E15, 255)

“Al cajón.” (E24, 216)

“Lo he pillado, lo he leído, lo he dejado en mi escritorio, estaba pensando en eso, se me olvidó. Lo vi, ¡hostia que se me ha olvidado!, voy a leérmelo otra vez, he llegado hoy, me acuerdo de esto y tal, bueno, vamos a darle un repaso.” (E9, 307-309)

Otros han dejado el material en lugares donde podía ser compartido, pero tampoco no ha habido la acción propositiva en este sentido.

“No, me lo dejé en el coche por... y así se lo hojearon los que subieron” (E1, 286)

“No sé, yo lo tengo en casa allí encima y mis padres por ejemplo no me han dicho nada.” (E7, 176-177)

Para ver cuál podría ser el hipotético recorrido de los materiales después de la entrevista preguntamos a los jóvenes si lo darían a sus amigos y amigas. Curiosamente, nos encontramos dos grandes líneas de respuestas.

Por una parte, nos encontramos un conjunto de jóvenes que creen que sus amigos no harían caso de los materiales. Creen que les dirían que la información ya la saben y que independientemente de lo que pudiesen decir o explicar los materiales ellos seguirían fumando y no harían ningún caso. En el caso de los jóvenes adolescentes entrevistados, éste 'no hacer caso' se amplifica con la atribución de una respuesta de rechazo por parte del amigos. Esta atribución de rechazo aparece mucho más acentuada cuando se trata de un joven no consumidor cuyos amigos son consumidores.

“¿Qué haces? Algunos supongo. Además la mayoría de mis colegas pues, ya sabe... están informados porque hemos coincidido en alguna clase también que nos lo han explicado y de que va todo eso. Pero no” (E11, 322-324)

“Se lo daría pero tampoco creo que le hiciesen caso. Dirían eso son chorradas, o ya lo sabemos o cosas de éstas.” (E17, 205-206)

“Sí, o sea, es que son así un poco... y entonces les dije que... sí que estaría si bien que se lo leyesen y eso, y bueno hay una que sí que... que me ha dicho que... que la mayor parte de las cosas que hay allí que ya las sabía, pero las otras que qué quieres que haga, que a mí no me importa, o no sé qué, son así.” (E21, 228-232)

En cambio, parece ser que con la gente más próxima o con gente que también es consumidora esta atribución a ser rechazado sería menor o incluso podría desaparecer. O sea, se cree que los amigos no reaccionarían de manera tan defensiva ante el gesto de acercarles los materiales para sugerir una lectura.

“Se lo leerían y dirían: vale. ((ríe)). La gente que, de mis amigos que fuman ya saben lo que hay también. Dirían que sí, que es muy buena información, que está muy bien. Supongo que opinarían bastante como yo.” (E10, 349-351)

“Y de otra gente con quién he hablado, hablando de eso también lo he comentado. Quiero decir, pero aquí mucha gente ya lo tiene porque está en un sitio adonde vas.” (E7, 259-260)

La proximidad y la confianza haría que el joven adolescente que recibe la información no lo interprete como poner a prueba su identidad. El quid de la cuestión dejaría de ser uno mismo o la identidad y pasaría a ser el contenido de los materiales. De hecho, los mismos jóvenes ya distinguen a qué amigos se lo podrían dar y a quiénes no.

“Eso depende del amigo, porque hay amigos que sabes como son y que si les dices que fumar es malo te dirán: ¡calla capullo! y los hay que si les dices que fumar es malo y te dirán: es verdad. Y eso, depende de a quien se le des te lo tira a la cabeza y depende de a quién...” (E29, 248-251)

“(Buá), es que si se le doy tal vez me dicen: ay niña, sabes, no ralles, no sé qué. Que ya lo sé todo eso. Pero la gente de confianza, que sabe que yo no lo hago para que... sino para que sepa más, sí. Sí, yo creo que, yo tengo un amigo que eso se lo tiene que leer. Aunque seguirá haciéndolo, pero al menos que sepa también qué hace. Pues sí que lo daría, pero no iría en montar el coti, vendría dado. No, diría, pues toma eso, si quieres se le pasas a alguien.” (E8, 295-300)

Por otra parte, nos encontramos a jóvenes adolescentes que, sin ningún tipo de dudas, compartirían los materiales con sus amigos porque han valorado muy positivamente su contenido:

“No lo sé, porque al ser un folleto así, y si hay algo que aún no les ha quedado suficientemente claro o, por ejemplo, que afecta directamente o yo qué sé, siempre hay algo, alguna pregunta que tienes que, que va bien saberla.” (E3, 251-253)

“Por eso, porque me parece, me parece adecuado por el... más o menos por la edad que tenemos y la situación en qué estamos.” (E7, 267-270)

“Yo lo que hago, yo me lo he leído cuando me lo quiero enganchar en la agenda. Yo en la agenda me lo engancho más que nada porque así yo sé que los demás lo leerán. Y eso siempre lo hago.” (E12, 349-351)

Esta situación se hace más común cuando nos referimos a jóvenes que podríamos considerar no-adolescentes. De esta manera, este hecho es mucho más común fuera de los institutos. Se trataría de compartir la información que hay en el “*Que Rule*”. En este caso, la diferencia entre consumidores y no consumidores se diluye significativamente.

“Porque es algo que creo todo el mundo debería leer. Para saber de qué va todo y antes, prevenirte y saber lo que estás haciendo.” (E22, 267-268)

“Yo se lo daría para decirles... porque a ver, les haría gracia, fuman uno montón, todo hay que decirlo, nadie dice nada, se ríen y a comer. Mira,

chicos, que eso hace eso, tío al tanto, joder. Como que sé que no les puedo cambiar, que hace ya años que fuman y todo.” (E2, 263-265)

“Pues yo les enseñaría primero lo del apaleao que mete aquello allí de la mierda y después si les interesan otras cosas y también lo de, lo de las últimas fases que también están bien y puedes reír y al menos pues...” (E24, 225-227)

3.9. Incidencia del “Que Rule” sobre el consumo de cannabis

El “Que Rule” explica qué es el cannabis, qué riesgos se asocian a algunas de sus pautas de consumo, qué consecuencias pueden implicar determinadas prácticas y qué prácticas pueden evitar determinadas consecuencias. Estos materiales hablan de forma normalizada de una sustancia ilegal en el Estado español pero ampliamente conocida por buena parte de la juventud.

Así pues, vamos en ver qué efectos tiene el discurso del “Que Rule” sobre el consumo de cannabis de los jóvenes entrevistados según sus propios relatos.

Para empezar, tanto fumadores como no fumadores parecen entender que los efectos que estos materiales puedan tener sobre el consumo dependen mucho de cada persona y que, en todo caso, no se puede generalizar.

“Hombre, depende de la persona. Hay personas que verán eso y por mucho que sepan leer, tal vez alguna persona sí que se lo pensaría pero, depende de la persona.” (E19, 199-202)

“Me parece que no consiguen nada, la gente se lo lee a veces, algunos miran los dibujos de los porros y ya está. No sé. Es que eso depende de la persona que lo lea, con unos conseguirán algo y a lo mejor otros dicen: “pues tienen algo de razón, venga me fumo, yo qué sé, cinco porros al día, pues me fumaré tres, o uno, o cada día pues sólo, el fin de semana sólo”. Depende de la gente, cómo se lo tome o cómo es.” (E12, 236-240)

En todo caso, en cuanto a esta cuestión, aquí se hace necesario separar analíticamente los jóvenes entrevistados que se definen como no fumadores de aquellos que lo hacen como fumadores o bien como fumadores esporádicos. Así, muchos de los jóvenes entrevistados que se definen como no fumadores afirman que la lectura de estos materiales no ha alterado en ningún aspecto su posición anterior.

“A mí, yo, es que ya, no tenía intención de fumar de eso y me he quedado igual.” (E1, 195)

“No, pienso lo mismo que pensaba.” (E2, 223)

En este sentido, justo es decir que ninguno de los jóvenes entrevistados no fumadores afirma haber sentido en ningún momento el más pequeño deseo de probar el cannabis después de haber leído estos materiales. Más bien al contrario, sí que aparece reiteradamente una reafirmación de la posición existente de no-consumo.

“Aún lo he visto peor. (...) Por ello porque te gastas dinero por algo que está hecho de porquería que te encuentras por la calle casi, pues no, lo he encontrado muy absurdo.” (E1, 199-204)

O, como vemos en la siguiente conversación,

“E: Entonces tal vez te ha hecho pensar alguna cosa así como, mira, si yo ya no fumaba, ahora aún tengo más claro que no fumaré. ¿O tal vez te ha sucedido lo contrario?”

P1: Ah no, sí. Sí. Después de ver todo eso, que te pongan multa, que te pase alguna cosa si... no, no quiero fumar.

E: Pero ¿lo tienes más claro ahora que antes de leerte eso?

P1: Sí, mucho más claro.” (E30, 155-163)

Así, mientras vemos que el “*Que Rule*” proporciona nuevos argumentos a los jóvenes no fumadores para reafirmarse en su no-consumo, también vemos que algunos de estos mismos jóvenes no tienen tan claro que los materiales puedan tener ningún efecto sobre los fumadores.

“Es que claro, muchas de estas cosas ya las sabes. Y bueno, no sé, no sé, pero yo por la gente que conozco, yo pienso que estos... estos folletos y tal vez te hacen pensar un poco pero la mayoría de veces, pienso que en general no les da que pensar nada.” (E31, 183-186)

En el caso de los jóvenes entrevistados que afirman fumar esporádicamente es preciso detenernos aquí para hacer un recordatorio de lo visto en el apartado de Metodología. Este grupo de jóvenes viven en un estado fronterizo en el cual tienden a autodefinirse en uno de los dos polos en lo que concierne a su identidad como fumadores o como no fumadores de cannabis.

En todo caso, y como vemos a continuación, los efectos del “*Que Rule*” en todos ellos no muestran diferencias significativas sea cual sea la categoría identitaria en la que se sitúen. De este modo, parece ser que los jóvenes entrevistados que se ubican en la frontera del consumo de cannabis afirman que los materiales les han incitado un deseo de abandonar el consumo y de dejar de titubear con esta sustancia más que lo contrario.

“Más que nada, ya lo sabía todo, quiero decir, informarme más de todo, poca cosa abarca pero, porque yo te decía claro, que eso de porros no quiero fumar y tal, las cosas pues que dice aquí, lo veo, tal vez sí me

recuerdan que eso está bien, que eso está mal y tal. Quiero decir, yo qué sé, si no hubiese tenido este librito y este sábado hubiésemos hecho una fiesta, yo qué sé, tal vez hubiese fumado. Ahora al leerme digo: Ah, pues ya no, eso es igual y tomo una bebida y ya está” (E2, 191-196)

“Hombre había partes que sí que te daban ganas de dejarlo. De venirme no, porque a mí me viene muy de vez en cuando. Después de la comida y cosas así.” (E8, 203-204)

“Pues por mi parte pues que... me ha reflejado la información que decía que no, que no, o sea que, que ahora tal vez todos los días tienes más porros y si cada vez sé más qué cualidades tienen, pues tal vez ahora me lo pienso dos veces, ¿sabes?” (E17, 146-149)

Por otra parte, estos mismos jóvenes que afirman fumar cannabis de forma esporádica atribuyen al “*Que Rule*” una potencial ineficacia sobre los fumadores habituales por motivos relacionados, precisamente, con el hábito.

“E: Antes has dicho que esto tal vez pueda incitar a algunos a fumar, por ejemplo cuando dice que no todo es malo. ¿A ti te vinieron ganas de fumar en algún momento?

P1: No, porque no estoy enganchada, o sea no estoy, no.” (E20, 209-213)

“Yo ahora que ya lo estoy dejando... no. Yo qué sé, el Jose me ha dicho, joder pues tanto hablar de eso pues venga, pero no sé a mí, no me han entrao.” (E22, 230-231)

Ya de lleno en la población joven entrevistada que afirma fumar cannabis habitualmente vemos que, efectivamente, el “*Que Rule*” no parece afectar en ningún sentido a la relación de estos jóvenes con su voluntad de continuar consumiendo ésta sustancia.

“No. Ni de fumar más ni de dejar de fumar. Quiero decir, me ha dejado igual.” (E7, 210)

“No me ha afectado, porque no.” (E3, 185)

“No, no. No y aparte es bastante... si fumas fuma, si no fumas no fumes, pero, es lo que hay, un poco.” (E16, 202-203)

En todo caso, parece ser que, en cuanto a los jóvenes fumadores entrevistados, el “*Que Rule*” no genera un deseo renovado de fumar durante su lectura,

“No, porque ahora no, porque estoy aquí en el instituto y sé que no me apetece de fumar porque iré a la próxima clase... tal vez sí que podría

decir, mira, ahora me fumaré un porro pero es que dices, ¡bah!, después llegaré a la clase y no me enteraré de nada y no, no.” (E29, 117-220)

“No, me ha dado ganas de tal como estoy. Quiero decir, cuando me apetezca fumaré y cuando no, no.” (E15, 201-202)

Tampoco no parece incidir en un deseo de no-consumo. De esta manera, los hay que simultanean la lectura y la reflexión sobre los materiales con su momento periódico de consumo de la sustancia.

“Puede que me lo estuviese fumando, pero bueno... puede ser, puede ser. Es que me lo fumé antes de ir a dormir y como siempre me fumo uno igualmente...” (E23, 199-200)

“Porque cuando me leí esto, el otro día, no había fumado todavía. Y vi los porros ahí, y me entraron ganas de fumarme un porro. Más que nada por eso. De no fumar, no.”(E12, 259-260)

En todo caso, sí que hay quién se lo pensó.

“Mmm de fumar y de dejar. De dejar... claro, primero el tabaco y después los porros o es típico.” (E24, 170-171)

Así, los jóvenes entrevistados que afirman ser fumadores habituales de cannabis parece ser que no ven afectado su grado de deseo hacia el consumo de esta sustancia una vez han leído los materiales. Yendo más allá, vemos que el efecto del “*Que Rule*” sobre el consumo de los jóvenes entrevistados fumadores es matizado en función de si se trata de un consumidor experimentado o de otro de más novel.

De esta manera, vemos que en el caso de los fumadores veteranos, los materiales pueden generar en todo caso una reflexión sobre los *modos* de consumo y sus implicaciones contextuales,

“Creo... hombre! Que reflexiones algo, mientras vas leyendo vas pensando de lo que es, de lo que sí y... un poco de control si es que no tienes, pero vaya la gente un poco que ya lleva muchos años ya tiene. Yo creo que eso, que te controles y que sepas cuando y donde puedes hacer según qué.(E7, 196-199)

mientras que en el caso de los fumadores noveles, parece ser que los materiales les pueden dar nuevas herramientas de reflexión para decidir como tiene que evolucionar la incipiente relación de consumo que han establecido con la sustancia.

“Yo creo que la gente que es muy experta en el tema no, o sea, lo que le dice, no hay demasiadas cosas nuevas. Porque la gente que de verdad lo acepta y sabe que está enganchado y todas estas cosas, todo eso yo creo que ya lo sabe. En cambio, gente como yo, no sabemos de la misa

la mitad y está bien porque como aún no estás del todo ni en un lado ni en otro, pues te puedes acabar de decidir.” (E8, 195-199)

Así pues, más que incidir sobre el grado de consumo de los jóvenes fumadores entrevistados, parece ser que el “*Que Rule*” genera una reflexión sobre el 'cómo' se está consumiendo, incitando, en todo caso, a poner cordura.

“Consigue avisarme de, y saber que no es malo ni es bueno. Que si lo haces, lo haces, pero que sepas las consecuencias que hay y que sepas... Que no te dirán que no fumes, pero que tengas un poco de cabeza a la hora de hacerlo.” (E10, 275-277)

“No sé, para que...para que al menos tengas un poco de discreción si lo haces. Pero te lo dicen por decirte, hey! Que no te estoy diciendo que no fumes ni tampoco te estoy diciendo que fumes. Que si fumas que sepas lo que haces” (E10, 281-284)

Asimismo, la reflexión generada no gira tan sólo entorno al propio consumo, sino también sobre la relación de este consumo con el entorno social más directo. Así, por ejemplo, cabe destacar la reflexión que muchos consumidores hacen sobre su relación con los jóvenes no consumidores.

”Lo que cambia de idea es que no tengo que pasar a otras cosas. No sé. Y no dar, si una persona que no fuma porros nunca le he ofrecido, si sé que fuma sí, pero yo ofrecer a alguien que no fuma, nunca. No hay problema.” (E12, 249-251)

“Pues hombre si uno se lo lee atentamente y ya pues, se lo ha leído bien y dice ostras, me podría frenar uno poco. Si es un fumador que fuma todos los días, pues podría frenarme porque tal, o prefiero fumármelo yo y que no ruede, si la gente no quiere, cosas así. Que la gente recapacite.” (E13, 134-137)

“Porque también te dice todo aquello que, no te dejes influir cuando los otros fuman. Que eso me parece mucho bien, creo que hay gente que le falta saber decir que no, si no le apetece, pues, que no fume, ¿sabes? eso también, es verdad, no me acordaba, eso encuentro que está bien.” (E15, 202-205)

3.10. Propuestas de distribución

El “*Que Rule*” surge como un manual para manos cercanas al cannabis. Un manual podría ser definido como un “libro que expone las noticias fundamentales sobre un tema determinado y que facilita una consulta ágil y rápida”³⁵. El hecho de que estos materiales se presenten como un manual da que pensar en la posibilidad de su distribución sin necesidad de una mediación profesional ni de cualquier otro tipo. Por otra parte, el hecho de que se trate de unos materiales relativos a una droga de carácter ilegal en nuestro país también puede inducir a pensar en la necesidad de una distribución mediada y guiada profesionalmente. Pero vayamos por partes:

Cuando se les pregunta cuál piensan que sería el espacio más adecuado en que poder distribuir el “*Que Rule*” sin la necesidad de una mediación profesional, los jóvenes entrevistados sugieren algunas propuestas. Así, en primer lugar, encontramos las escuelas en la posición estrella.

“Yo, en una escuela. Sí porque allí hay más alumnos. Sobre todo en las escuelas.” (E17, 211)

“Yo lo dejaría en las escuelas.” (E19, 261)

“Por ejemplo en un colegio” (E5, 364)

O bien los institutos.

“En un instituto.” (E25, 312)

“En centros, en institutos.” (E11, 328)

“Cartones de instituto, parte bachillerato que están los de tercero para arriba, ¡plas! ahí lo pongo. Ahí lo que haría sería pintarlo con permanente, como hacen con todo. Lo típico, el que lo quiera leer que se lo lea.” (E9, 351-353)

Hay quién establece una distinción entre las escuelas y los institutos, decantándose por los segundos a la hora de distribuir estos materiales.

“También, porque... más que nada en el instituto porque hay gente de primaria que fuma a tope, eso ya todo el mundo ahora. También, más que nada en los institutos que en los colegios. Los colegios no tanto, también va bien, ¿sabes? Y en los centros sobre todo.” (E12, 385-387)

Pero es preciso decir que una parte de los jóvenes entrevistados parece ser que hablan de escuela para referirse indistintamente a instituto, de manera que

³⁵ En: Pascual, Torras, Folia, Gil y Lluís. (1994) *Diccionario de la lengua catalana*. Enciclopedia Catalana. Barcelona.

se hace difícil de saber si realmente hacen una distinción entre estos dos centros,

“P1: Yo lo dejaría en las escuelas.

E: ¿En las escuelas, y en los institutos?

P1: Sí. Sí porque... en los institutos.” (E19, 261-265)

o bien si se refieren a los centros educativos en general.

“Los centros sobre todo, ya ves, los centros más que nada.” (E12, 387-388)

Algunos de los jóvenes entrevistados piensan que sus compañeros no prestarían atención al “*Que Rule*”.

“Tal vez en institutos no porque la gente no haría demasiado caso. No lo cogería para nada. (...) Pero en lugares donde la gente se pueda interesar por leerlo. Que no te lo cogieran para hacer gamberradas y te lo tiraran. Porque es una buena información realmente.” (E10, 355-359)

“Después de estos... sí, con juventud, no sé, escuelas tal vez... Claro que... es que si lo das en la escuela es lo típico que ya lo relacionas mucho con... con, claro, es algo diferente, ¿no? no es lo típico que te dan en la escuela.” (E18, 256-259)

Aún así, también hay quién piensa que el “*Que Rule*” resultaría atractivo a los jóvenes precisamente porque habla de aquello que ellos ya saben y en sus propios términos.

“Hombre, lo podrían dejar en el cole, un montoncito. En el cole siempre va bien. Además cuando ves eso y ves lo que sabes lo coges, porque no es el típico eeeeh, información sobre las drogas, que nadie lo coge. Aquello que dices...” (E8, 304-306)

“Para que lo pillen y no pasen de él un buen sitio sería a la salida del instituto, aunque mucha gente, bueno, lo miraría y... Así por la portada, tal y como... por el dibujo y tal mucha gente lo abriría y miraría de qué va.” (E22, 291-294)

Más allá del ámbito de distribución en centros educativos, aparecen de otras propuestas a la hora de distribuir el “*Que Rule*” sin mediación profesional. Así, parece ser que los centros juveniles son un lugar de referencia para muchos de los jóvenes consultados.

“Centros juveniles o lugares de estos.” (E19, 266)

“En el centro juvenil.” (E25, 316)

“Y si no, con un centro, se cae.” (E4, 391)

Los jóvenes entrevistados se refieren pues en primer lugar a centros educativos y, en segundo lugar, a centros sociales en general, o sea, espacios donde los jóvenes se reúnen y donde pueden realizar actividades de tipo cultural, informativo, lúdico...

“En los centros sociales, pero no... no sé, en el distrito del Ensanche o cosas así. Es un lugar de éstos de información pero no van los jóvenes de veras. En las casas okupadas, centros juveniles o cosas así que realmente sean centros sociales. No aquello social.” (E15, 272-274)

Más allá de la distribución en centros sociales o educativos, muchos de los jóvenes entrevistados se inclinan por distribuirlo en espacios lúdicos y festivos donde acuda la juventud.

“Pues... en los bares.” (E20, 301)

“En bares y tal.” (E26, 218)

“En la puerta de la discoteca.(...) Yo a veces cuando salgo de la disco cojo papeles.” (E26, 210-214)

Bares, discotecas, conciertos... y es que es precisamente en este ámbito lúdico y festivo donde el consumo de cannabis es más frecuente y habitual.

“Luego, no sé, en los conciertos, aquí se hacen conciertos de vez en cuando y va mucha gente y allí es donde más se fuman porros, allí estaría bien darlo porque la gente también lo miraría. O por lo menos se lo mirarían en casa o tomando el fresco.” (E22, 295-299)

El hecho de que los espacios de ocio se encuentren fuera del marco educativo institucional parece ser uno de los factores que hacen pensar en su idoneidad como marco de distribución.

“En los locales que frecuente la juventud, no sé, en la barra de un pub o en la entrada de una discoteca. Aquello que dicen: mira, me lo leeré. Porque sí lo das en el instituto, que el maestro diga va, leed eso, la gente no hace nada. En cambio si está allí, cada cual lo puede coger y no le tiene que decir nadie: chico eso. Es libre, coges y haces lo que quieras.” (E2, 273-277)

“Pues tal y como está, drogas, en un local de jóvenes, en un bar también de jóvenes y eso, después básicamente aquí, porque entonces si lo dejas en el ayuntamiento o en lugares más públicos la gente se corta más al cogerlo. Pero un sitio donde haya juventud...” (E7, 274-276)

Una vez fuera de los marcos educativos institucionales, y lejos de los espacios lúdicos y de ocio, las propuestas son ya bastante diversas, y van desde oficinas de turismo, a ayuntamientos, pastelerías, fruterías, autoescuelas, etc.

Los profesionales entrevistados tienen opiniones diversas en cuanto a la potencial efectividad preventiva de la distribución de estos materiales en función de la presencia o ausencia de una mediación profesional. Así, hay quien piensa que sí es un material apto para ser distribuido sin mediación:

“Yo pienso que sí que es un material que se puede dejar en una escuela. Bueno, una escuela o instituto y que lo coja la peña.” (EF3, 801-802)

También hay quien, contrariamente, piensa que los efectos de distribuirlo sin mediación pueden ser precisamente los contrarios a los deseados.

“Es que aquí dice para manos cercanas. Y claro, cuando está en un montón no sabes nunca a quien irá a parar, ¿no? Además, para manos cercanas tiene que haber un trabajo, pero cuando son para manos que no son próximas... Porque lo dejas en instituto y te lo cogen los chavales de segundo. Nosotros estamos comenzando a tener chavales de segundo que están enganchados, segundo de ESO enganchados. Problemas graves de absentismo. Pues claro, ante un chaval de segundo de ESO, pues a veces se queda más flipado con cuatro cosas que no con la profundidad que hay, por tanto se tiene que acompañar” (EF3, 767-774)

Y es que realmente no hay una opinión unificada:

“E: Piensas que se podría distribuir sin mediación? Lo dejo así

P4: Sí

P3: Sí, nosotros lo hacemos así

P4: De hecho, es esta la finalidad, distribuir porque no hay guía, no hay nada. Lo que sucede que, yo no digo todos tienen que ir con guía, pero éste concretamente no lo veo demasiado... no sé, no lo veo que lo cojan y lo lean.” (EF3, 635-643)

Asimismo, nos encontramos con algunos de los profesionales entrevistados que piensan que una posible distribución de estos materiales no mediada profesionalmente no tendría efectos de ningún tipo sobre la decisión de los jóvenes de comenzar a consumir cannabis o bien de dejar de hacerlo. En este sentido, y como vemos en la siguiente conversación, el “Que Rule” ejercería una eficacia nula sobre el cambio en el consumo de los jóvenes.

“E: Quiero decir, hay un dato que es importante, trabajar tiene sentido, pero como que eso se mueve tanto, tenemos bloques y bloques y

bloques y, como decimos, no sabes donde va a parar. ¿Qué pasa con ello?

P8: Es como todo.

P4: Yo creo que es eficacia cero.

E: ¿Eficacia cero?

P8: No, no tanto como cero. Complicado.

P4: Yo creo que sí” (EF3,785-799)

Pero, está claro, todo son opiniones.

“Quiero decir, hoy a los trece o catorce años ya tienes amigos que fuman, que no fuman, que te conocen... Y si tú no eres fumador tus colegas tal vez sí. Quiero decir, que sí lo puedes dejar, que sería un material que lo podrías distribuir, que yo no creo que sea de eficacia cero. Que tal vez sí que aumenta si lo trabajas, pero que se puede dejar.” (EF3, 807-812)

En todo caso, parece ser que la eficacia cero de que hablan algunos de estos profesionales podría derivarse precisamente de la posibilidad de que, sin mediación profesional, los jóvenes no se sintiesen bastante atraídos por los materiales como para cogerlos y leerlos.

“Yo creo que lo deje donde lo deje sin mediación es como todo, habrá quién lo coge, y habrá quién ni se lo mira ni... Que a lo mejor si supiera que se ha dejado en la barra de este bar, o en el punto de información típico, o el no sé qué no sé cuantos habla de este tema, a lo mejor sí que lo coge pero el rollo es que la gente no se acerca a ojear un papel.” (EF3, 1105-1109)

“El “*Que Rule*” necesita alguien que, que, va léetelo. Porque claro, seguro de que cuando comienza le mola. Pero ostia, para que comiencen... A lo mejor no es contrapreventivo pero porque directamente no se lo miran.” (EC, 536-538)

En este sentido, lo que tendría que hacer la mediación profesional es garantizar un buen rendimiento de los materiales.

“Yo creo que eso se puede hacer, o sea, que tal vez no se le saca, si no va acompañado, tal vez no se le saca todo el jugo, pero como para que lo encontremos peligroso no creo que sea...” (EF3, 733-735)

“Lo que sucede es que no será contraproducente pero tampoco hará la función que en realidad es para la que se ha hecho el material. Prevención del consumo o de prevención al consumo o por el motivo

que lo hayan hecho. Y... si lo dejas allí en un instituto, digo el instituto porque bueno le veo más. Habrá quien lo cogerá, habrá quien no, pero creo que dejarlo por dejarlo, si no hay un trabajo previo, al menos con éste, no creo que acabe de funcionar. O al menos toda la inversión que se ha hecho no será demasiado...” (EF3, 751-757)

En este punto, cabe destacar el hecho de que algunos de los profesionales entrevistados ponen el acento en el grado de formación en materia de drogas de los profesionales que se tendrán que encargar de realizar esta mediación. Así pues, lo que se problematiza aquí es el grado de formación de algunos mediadores situándolo como fuente potencial de algunos eventuales efectos contraproducentes que se pudiesen desprender del “*Que Rule*”.

“Una cosa es dejarlo, la otra cosa es cómo acompañemos... la otra es cómo acompañemos al que lo usará. Si lo llevamos a los Puntos Jóvenes, pues, ¿los técnicos que están en estos puntos tienen también formación en estos temas? ¿eh? Yo os aseguro que no. También hay muchos que deben hacer el trabajo de informadores carentes de un claro posicionamiento como profesional en un tema. En definitiva, son gente que están haciendo un trabajo que les ha dado el Ayuntamiento, el Consejo Comarcal y no tienen formación. Y cuando un chaval te viene y te dice, pero si eso es terapéutico, esto cuidado, ¿eh? Y el otro no sabe demasiado qué. Hay gente que no lo sabe. Al igual que muchos profes tampoco.” (EF3, 1202-1210)

En este sentido, aparece una demanda por parte de estos profesionales que va por la vía de proporcionar formación al conjunto de profesionales que trabajan con el colectivo de jóvenes.

“Al igual que hay muchos profes que no tienen ni idea de si cuidado o no cuidado, pues, pienso que a la vez que se reparte, hay que hacer formación para los profesionales.” (EF3, 1214-1216)

“Sí, pero primero para los profesionales, que son los que trabajarán con los chavales y con los padres. Porque el desconsuelo que hay en cuanto al posicionamiento de este tema requiere formación de los profesionales, ¿eh? Porque mucha gente no sabe qué dice. Pero hay eso, hay aquello, hay unos artículos...” (EF3, 1222-1225)

Y es que parece ser que la diversidad de discursos y de propuestas a la hora de abordar la prevención en materia de drogas es muy grande y no está coordinada.

“Pero no hay mucho para escoger. El tema del cannabis es un tema que está totalmente dejado, y que no hay propuestas claras y que hay muchas contradicciones, y a nivel de los profesionales pues hay muchos...muchos puntos de vista y variedad.” (EF3, 72-75)

Así, los conocimientos y los discursos con los que se mueven los diferentes profesionales son tan diversos e incluso opuestos que, todo ello, es visto como un freno a la hora de establecer políticas coherentes en cuanto al trabajo profesional en materia de drogas. De este modo, aparece una demanda de coordinación interdisciplinaria e interdepartamental para poder obtener los resultados esperados de estas políticas.

“A mí me gustaría decir también que bueno, hemos hablado más de cannabis, pero lo que hemos hablado es muy extrapolable a otras muchas drogas, o sea, la falta de información, la criminalización, las claves moralizantes o sea cómo se trabaja en general todo. El poco poder de decisión que le damos al joven, porque escucha, que le tienes que proteger, es que le tienes que... Bueno, que pasa en todas las otras drogas y también con un trabajo sólo departamental que es como trabaja la Administración no iremos a ningún sitio. Hasta que no nos empecemos a coordinar transversalmente, realmente, o sea, los educadores, con los maestros, con los trabajadores sociales de un territorio, no llegaremos ninguna.” (EF3, 1252-1260)

4. CONCLUSIONES

4.1. Dinámicas de conocimiento del cannabis

Según un reciente estudio realizado por la Agencia de Salud Pública de Barcelona (ASPB) y presentado el 18 de enero del año 2005, casi el 60 % de las chicas y el 66 % de los chicos de 18 años de esta ciudad son fumadores experimentales de cannabis³⁶. Concretamente, el estudio apunta que la prevalencia del consumo de cannabis entre la población joven ha aumentado significativamente en los últimos 10 años. Así, durante este periodo, en la ciudad de Barcelona se ha avanzado la edad de inicio en el consumo y ha aumentado sustancialmente la proporción de escolares que prueban el cannabis.

Según la ASPB, “el año 2004, la proporción de fumadores experimentales entre 13 y 16 años se ha situado en un 14 % de las chicas y en un 14,7 % de los chicos; a los 16 años estas proporciones suben al 42,3 % de las chicas y al 43,4 % de los chicos; y a los 18 años las proporciones llegan al 59,5 % de las chicas y al 65,9 % de los chicos.”³⁷ Estos datos se han recogido tan sólo en la ciudad de Barcelona, pero al tratarse de la ciudad más poblada de nuestro territorio entendemos que los resultados de esta exploración nos pueden servir como punto inicial de referencia para hacernos una idea de cuál es el estado actual de proximidad entre el cannabis y la población joven de nuestras ciudades.

Los datos extensivos y de cariz cuantitativo recogidos y presentados por la ASPB son del todo coherentes con los resultados que se reflejan a partir de la exploración cualitativa que aquí presentamos. En la presente investigación han sido entrevistados 48 jóvenes con edades comprendidas entre los 15 y los 22 años y residentes en diversas poblaciones distribuidas a lo largo y ancho de todo el territorio catalán y con un abanico demográfico que va de los aproximadamente 1.500.000 habitantes de Barcelona (Barcelonès) a los 750 de Barbens (Pla d'Urgell). La muestra se ha seleccionado aleatoriamente y de forma equilibrada entre jóvenes que no fuman y jóvenes que fuman cannabis, ya sea de forma habitual o bien esporádica. Sea como sea, uno de los primeros elementos que llama la atención es el hecho de que todos y cada uno de estos y estas jóvenes afirman conocer y relacionarse de forma indirecta, si no directa, con otros jóvenes que consumen abierta y activamente esta sustancia.

Se pone de manifiesto pues que el cannabis es una sustancia con un alto y generalizado grado de presencia entre la población joven residente en todo el territorio catalán. Así, cuando hablamos de un “manual para manos cercanas al cannabis” nos estamos refiriendo básicamente a un manual diseñado para el conjunto de la población joven residente en Cataluña, teniendo en cuenta que

³⁶ Agencia de Salud Pública de Barcelona (ASPB). Nota de prensa. A: <http://www.aspb.es/quefem/docs/nota%20cannabis%20esperan%E7a.pdf>

³⁷ Ibid.

esta proximidad se traduce en un contacto directo o indirecto con esta sustancia así como en un consumo activo o potencial de la misma.

El “*Que Rule*” aterriza pues en un contexto en el cual ya existe uno *background* significativo de conocimiento sobre esta sustancia. La gestión y transmisión de este conocimiento se ve vehiculada a partir de dos ejes principalmente: un eje no formal y un eje institucional. Vayamos por partes:

La vía principal de información sobre el cannabis y su uso por parte de la población joven entrevistada parece articularse en primer termino alrededor de un eje no formal de gestión del conocimiento. Así, vemos que **la vía principal de gestión del conocimiento sobre cannabis entre las chicas y chicos entrevistados es conformada por un eje no formal que parte, principalmente, de la transmisión oral dentro del grupo de iguales.** Parece ser que los jóvenes saben lo que saben respeto al cannabis y a sus usos, efectos y consecuencias por medio de la información generada y compartida en y con el grupo de iguales. El grupo supone el principal foro de generación e intercambio de conocimiento sobre ésta y otras sustancias. Esta generación de conocimiento debemos enmarcarla más allá de un simple intercambio de información, y es que, como indica Funes (1996), “*los usos de drogas acostumbran a ser potentes generadores de identidad, provisional, en el interior de un grupo.*”

El grupo de iguales, a pesar de suponer la vía principal de gestión del conocimiento de esta sustancia, no se encuentra exento de déficits. Así, a menudo es considerado como poco fiable y eso es debido, principalmente, al hecho de que se percibe una significativa falta de rigor en su calidad del conocimiento transmitido.

Encontramos otras vías de gestión de conocimiento que se integran dentro de este eje no formal, como son la referencia a experiencias vivenciales propias y la consulta de fuentes literarias especializadas. Pero, estas vías parecen vehicularse y triangularse en todo momento dentro del grupo de iguales, que es lo que dará sentido a la experiencia vivida y al conocimiento que se pueda generar al respecto.

La otra vía principal de gestión del conocimiento sobre el uso de cannabis la constituye aquello que hemos dado en denominar el eje institucional de gestión del conocimiento, el cual, a su vez, es conformado por una vía mediada profesionalmente y por otra que llega directamente a la población sin ningún tipo de mediación profesional. Así pues, las chicas y los chicos entrevistados entienden que existe un discurso institucional que se reproduce por medio de dos vías: por una parte, los diferentes agentes vinculados a los centros educativos y los profesionales de la prevención y, por otra, las campañas informativas en materia de drogas.

Una de las principales y más lacerantes conclusiones que pueden extraerse a partir de las entrevistas con esta población joven es que **a más proximidad con el cannabis mayor alejamiento y rechazo aparece en lo que concierne**

a los mensajes institucionales. Para explicar las claves de este rechazo hacia el discurso emitido genéricamente desde las instituciones es preciso explorar el qué y el cómo del sentido que toma este discurso de cara a la juventud.

A raíz de las entrevistas de cariz intensivo realizadas con casi medio centenar de jóvenes, se nos pone de manifiesto que el rechazo al mensaje institucional se produce, principalmente, como consecuencia de un par de factores que afectan al discurso utilizado: por un lado, la percepción de un importante sesgo de orden moral y, por otro, su carácter directivo e imperativo.

Así, por una parte parece ser que se percibe un marcado sesgo en el discurso de los mensajes institucionales que tiende a justificar y legitimar posiciones contrarias al consumo de toda droga ilegal y que evita establecer distinciones entre las diferentes sustancias. En este sentido, no es de extrañar que encontremos un gran número de jóvenes que consideran las informaciones institucionales como poco fiables en cuanto a la calidad de la información emitida.

Por otra parte, parece percibirse en el discurso institucional tradicional una fuerte carga directiva y un evidente componente imperativo en el sentido de evitar aproximarse a una sustancia altamente normalizada en contextos juveniles. Parece ser que el componente directivo e imperativo percibido en los mensajes institucionales tradicionales puede incentivar, en muchos casos, actitudes activamente reactivas hacia lo exigido. Eso se hace notar especialmente dentro del colectivo de jóvenes adolescentes, donde la transgresión juega un papel muy relevante en los procesos de creación de la identidad. Y es que, como indica Funes (1996), las chicas y chicos adolescentes tenderán a consumir drogas –legales o ilegales– de la manera menos institucionalizada posible.

Continuando con el análisis de la gestión del conocimiento, vemos que las jóvenes y los jóvenes entrevistados afirman no encontrar en los mensajes institucionales respuestas concretas a las cuestiones específicas que surgen respecto al cannabis y a sus particularidades. Parece ser que el conjunto de los mensajes institucionales –lleguen bien por medio de agentes educativos o bien a través de campañas informativas– no satisfacen genéricamente las necesidades de información específica acerca del cannabis como sustancia diferenciada del resto de drogas. Así pues, **se detecta la demanda de un tratamiento informativo específico para el cannabis.** Esta falta de información especializada se traduce en una **falta de respuesta a las cuestiones específicas que interesan y preocupan a la población joven respecto a su relación con esta sustancia concreta.**

Aparte de los agentes profesionales del ámbito educativo, y ciñéndonos estrictamente a las campañas informativas en materia de drogas, observamos que éstas utilizan en muchas ocasiones un metalenguaje basado en el impacto visual y emocional y en la divulgación de elementos que generen temor hacia un eventual consumo. Se trata de unas campañas informativas basadas en la

generación de alarma social ante unas sustancias que son descritas como esencialmente nocivas y destructoras, sin matizar en ningún caso entre las diferentes sustancias ni entre los diferentes usos que se puedan llegar a hacer. Como veíamos en la descripción de los datos, **el alarmismo generado por las campañas informativas parece ser efectivo para el no-consumo tan sólo sobre una parte de la población joven que no consume cannabis**. Pero, en términos generales, es preciso decir que la gran mayoría de las chicas y de los chicos entrevistados –y es preciso incluir aquí la totalidad de quienes afirman consumir la sustancia y buena parte de quienes afirman no hacerlo– desaprueban esta estrategia institucional.

Parece ser que el potente alarmismo generado por los mensajes institucionales puede comportar una fuerte disonancia respecto a la realidad social y experiencial vivida por la población joven y por la no tan joven –en este punto se produce una remarcable coincidencia de opiniones entre los jóvenes y los profesionales entrevistados–. Así, parece ser que el afloramiento de esta disonancia comporta unas consecuencias bastante contraproducentes:

En primer lugar, **éste alarmismo comporta un prejuicio y un descrédito que se generaliza, a priori, para el conjunto de mensajes formulados desde instancias institucionales en materia de drogas**. Asimismo, parecería que esta pérdida de credibilidad afecta de forma directa al trabajo preventivo que puedan realizar todos aquellos agentes profesionales y educativos que puedan ser vinculados, de una manera u otra, a los diversos cuerpos institucionales.

En segundo lugar, **el alarmismo vinculado al consumo de drogas puede comportar una inversión de las consecuencias esperadas sobre las personas consumidoras y/o potencialmente consumidoras**. Así, de una alta percepción de riesgo inicial se puede pasar directamente a una percepción de riesgo cero. En consecuencia, lo que hemos visto hasta el momento nos lleva a confirmar el hecho de que, tal como apuntan Costa-Pau y Vendrell (2001),

“A menudo, los mensajes preventivos 'contra' las drogodependencias dictados por las autoridades sanitarias han sido percibidos por algunos (amplios) colectivos juveniles como una amenaza contra su propia idiosincrasia y talante, denunciándose algunas veces la escasa sensibilidad hacia las normas grupales y en otros generando un efecto contraproducente respecto de los objetivos propuestos.”

Con todo eso, nos encontramos con que un sector significativo de los profesionales entrevistados vinculados al trabajo preventivo en materia de drogas atribuyen lo que ellos llaman efectos contraproducentes o, más concretamente, **“efectos contrapreventivos”** del discurso tradicional basado en los paradigmas moral y asistencial y en el modelo de abstinencia. A la vista de todos estos elementos, y ante la inexistencia de una definición de consenso en cuanto a este término, definiremos la **contrapreención en materia de drogas** como:

La acción y el efecto no deseado de una política preventiva que se contradice con los objetivos iniciales de ésta. Se trata de una fabricación inesperada de factores que actúan promoviendo el consumo y las eventuales problemáticas asociadas a éste.

4.2. Que Rule...

En este apartado centraremos toda la atención en los materiales y en las relaciones que los rodean. Así, comenzaremos hablando de los materiales en sí y de sus cualidades para posteriormente pasar a comentar aquellos puntos que se refieren a las formas con las que las chicas y chicos jóvenes y los agentes profesionales se han relacionado con los materiales, así como a las implicaciones que pueden tener estas formas. Para finalizar, centraremos las conclusiones en la relación entre los materiales y las diferentes poblaciones destinatarias, con las cuales puede entrar en contacto atendiendo, principalmente, a sus efectos preventivos y a su eficacia.

Cotidianidad y materiales

Como hemos visto en la descripción de los datos, los chicos y chicas entrevistados otorgan un **sentido de realismo** al “Que Rule”, entendiéndolo como algo que es objetivo. Este sentido nos hablaría más del “Que Rule” en relación a los otros materiales y/o campañas con los que los jóvenes habían estado en contacto que no del mismo “Que Rule” en sí. Esta atribución de realismo vendría dada, básicamente, por el cambio cualitativo que supondría para la población joven el discurso y los contenidos presentes en los materiales. Chicos y chicas encuentran que hay una gran distancia entre la gran mayoría de los materiales que habían visto y estos que ahora llegan a sus manos.

Sorprendentemente, las chicas y chicos se encuentran con unos materiales que les hablan desde situaciones y contextos que les son conocidos y familiares. Hemos encontrado muchos casos de jóvenes que ya habían vivido situaciones paralelas a las expuestas en algunos de los fragmentos presentes en los materiales. Esta característica permite que los jóvenes se sitúen rápidamente en lo que les plantean los materiales. Podemos decir que se habla desde un lugar conocido por los jóvenes, sea el instituto, la plaza, los amigos, etc. Se trata de momentos pasados o presentes en sus vidas cotidianas. Este conocimiento permite que los lectores empaticen con lo expuesto y se puedan situar en el relato que explica el “Que Rule”.

Este hecho, además, se ve animado y facilitado por el discurso que adoptan los materiales. A diferencia de lo que habían visto hasta ahora los jóvenes, el “Que Rule” no se centra en aspectos negativos que el cannabis pueda presentar *per se*. Nos encontramos ante un discurso de una gran amplitud explicativa que, mayoritariamente, expone unos contenidos situacionales, problematizando

ciertos elementos presentes en estas situaciones. No se produce una problematización en genérico sino que lo problematizado en los materiales es concreto y situado en un contexto determinado. Así, no se problematizaría el consumo *per se* sino el consumo en situaciones y espacios concretos, en momentos personales complejos o con sustancias adulteradas o de mala calidad. Asimismo, los aspectos positivos también quedarían reducidos a ciertos momentos y espacios. Esta amplitud discursiva es valorada muy positivamente por parte de la población joven ya que no negaría su experiencia personal. Y éste es uno de los principales ganchos del “*Que Rule*”, que sin negar la experiencia de las chicas y chicos jóvenes pone en tela de juicio la calidad de su relación con el cannabis. El trabajo educativo o la reflexión del material no recae sobre la esencia del cannabis sino más bien sobre las decisiones que los jóvenes pueden tomar en su contexto cotidiano y sobre sus actitudes y responsabilidades de cara a estas realidades próximas a esta sustancia.

Estos dos puntos, el contenido y el discurso, se divisan triangulados con un lenguaje escrito en un registro de jerga. El lenguaje de los materiales es el mismo que utilizan muchos y muchas jóvenes en su día a día para hablar con sus iguales o con las personas próximas. Como nos muestra la descripción de los datos, los comentarios respecto al lenguaje no han tenido que ver con su grado de comprensión sino con el tipo de registro utilizado. Así pues, los materiales son de fácil comprensión para nuestra población joven. Lo que se pone en tela de juicio, en todo caso, y principalmente por parte de algunos profesionales entrevistados, es la idoneidad de la jerga como registro adecuado para comunicarse con las chicas y los chicos³⁸.

Así, podríamos explicar el **sentido de proximidad** que toma el “*Que Rule*” para la población joven a partir de dos motivos principalmente. Por un lado, la familiaridad de los contenidos permite a la juventud empatizar con los materiales. Por otro lado, la no-negación y el respeto a las experiencias propias del discurso permite que los chicos y chicas reflexionen sobre sus actitudes. La proximidad del “*Que Rule*” queda definitivamente apuntalada gracias a la explicación y a la proyección que tanto chicas como chicos hacen respecto a su posible autoría. Hablan de unos autores próximos, que conocen la realidad que rodea las relaciones con el cannabis. Es por esta razón que se imaginan unos autores o autoras jóvenes, que han consumido o que han estado en contacto con el cannabis y que, además, tienen una experiencia y un conocimiento acumulado en esta realidad.

Así pues, vemos que **el “*Que Rule*” es un material próximo a la realidad de la población joven entre 15 y 22 años y, más concretamente, a las relaciones que ésta establece acerca del cannabis.**

³⁸ Algunos de los chicos y de las chicas que han sido entrevistados han inmigrado a nuestro país procedentes de otras tierras. En estos casos sí ha habido problemas de comprensión con el lenguaje utilizado en los materiales. Sin embargo, estos problemas de comprensión giran no tan sólo entorno a la jerga sino también a otros registros lingüísticos no problematizados en ningún caso por el resto de jóvenes.

Apropiación de los materiales

Vemos pues que la proximidad de los materiales a las realidades cotidianas vividas por las chicas y los chicos jóvenes deviene algo valorado muy positivamente. A pesar de que en algunos casos lo que se expone ya se conoce, mayoritariamente se valora de forma muy positiva el hecho de que se expliquen de forma intensiva muchos de los acontecimientos vinculados al consumo de cannabis. Nos referimos, por ejemplo, a los problemas asociados al consumo que pueden surgir en la plaza o el parque: multas y precios, diferenciación entre tráfico y consumo propio, leyes civiles, etc.

Estas informaciones toman un elevado **sentido de utilidad** para los jóvenes ya que les dan elementos cotidianos a tener en cuenta en su relación con el cannabis y con los posibles efectos y consecuencias que se pueden derivar de su consumo. Esta profundización cotidiana sobre los efectos asociados al consumo presente en el “*Que Rule*” permite que éste se convierta una herramienta para la gestión del consumo y de sus efectos asociados. Una profundización que, asimismo, es específica para el cannabis como sustancia diferenciada del resto de drogas.

A pesar de eso, este sentido de utilidad no quedaría restringido a los colectivos de jóvenes que consumen la sustancia. Los materiales también trabajan el respeto a las diferentes posiciones que se pueden adoptar en relación al cannabis, tanto si se consume como si no se consume. En contextos juveniles nos encontramos a menudo en situaciones donde lo que está normalizado es precisamente el consumo de cannabis, de manera que el chico o chica joven que no consume a menudo se verá en la obligación de justificar su diferencia con la norma, su no-consumo.

Este hecho puede resultar una fuente de presión para los jóvenes no consumidores. El **sentido del respeto** hacia la libre decisión sobre el consumo y sobre el no-consumo es un punto completamente presente en el discurso y en los contenidos del material. Llegados a este punto, es preciso matizar que el respeto en cuanto a la decisión de los jóvenes que sí consumen tendría que trabajarse más bien con la población adulta, que es la que principalmente problematiza el consumo de cannabis. Entre la población joven, como hemos dicho, el cannabis está mayoritariamente normalizado y desproblematizado con lo cual el sentido del respeto se tiene que orientar hacia la población no consumidora, que en muchas ocasiones es la que aparece como “diferente”.

Por otro lado, el sentido de utilidad de que hablábamos se hace también evidente cuando observamos que la mayoría de las chicas y de los chicos entrevistados no tendrían problemas para compartir estos materiales con su grupo de amistades. Parece ser que una vez leído, el “*Que Rule*” tiende a moverse de mano en mano. Este movimiento muestra el grado de confianza que reciben los materiales. En este sentido, observamos como, **una vez leído, el “*Que Rule*” deviene un material útil para la juventud como referente.**

Como cualquier producto de nuestra sociedad, el “*Que Rule*” puede consumirse, y por tanto, agotarse, en una sola lectura. Muchos de los jóvenes se desentienden de los materiales una vez los han leído. A pesar de eso, hemos detectado que los principales motivos de estancamiento o ineficacia son, por una parte, la no-lectura, y por otra, el temor a ser socialmente rechazados (sobre todo en el caso de los más pequeños), temor que se originaría fruto de la inseguridad en un mismo respeto a la definición identitaria en el grupo de iguales.

Tanto las problemáticas sociales asociadas al consumo de cannabis como aquellos problemas que puedan derivarse hacia un ámbito más personal requieren de una proximidad hacia la juventud para solucionarlos. En el supuesto de que no exista esta proximidad no podremos atender sus dificultades ni sus demandas. Sin esta proximidad y capacidad de escucha, la acción educativa se hace casi imposible³⁹. El “*Que Rule*” ha servido en algunos casos como bisagra para aproximar a los agentes profesionales a la población joven. Los profesionales lo han utilizado en algunas ocasiones como base para trabajar los riesgos asociados al consumo de cannabis. Las características del material han servido a muchas y muchos profesionales como herramienta discursiva y operativa a la hora de encarar las realidades de los jóvenes con quién se está realizando una acción educativa. La proximidad y la utilidad del “*Que Rule*” permiten que este material sea un operador⁴⁰ de la relación profesionales–jóvenes. El “*Que Rule*” *deviene* pues un puente de contacto.

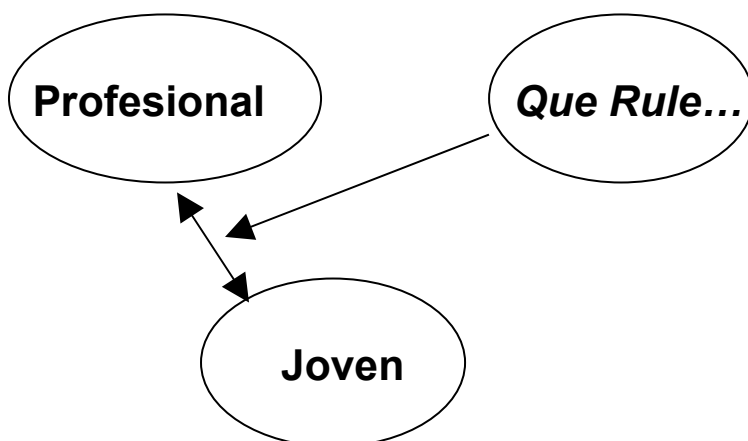


Figura 4.1

Nos hemos encontrado con diversas experiencias de profesionales que utilizan el “*Que Rule*” para aproximarse a la población joven y poder así realizar su tarea educativa. Ahora bien, debido al valor idiosincrásico de cada actividad educativa, los agentes profesionales han tenido que realizar un conjunto de

³⁹ Ver Funes, J. (1996)

⁴⁰ Elemento que establece el vínculo en una relación. Es la lógica mínima que abre algo: conecta la realidad de la juventud con la actividad de los profesionales.

adaptaciones y transformaciones sobre los materiales según las especificidades propias de su territorio de acción. Así por ejemplo, establecer conversaciones únicamente alrededor de alguno de los párrafos de los materiales o hacer fotocopias para desnaturalizar su carácter institucional. Siempre habría algo a modificar: la especificidad de las realidades y de las poblaciones con las que trabaja el colectivo de profesionales son, a priori, ilimitadas. No es de extrañar que algunos profesionales pidan una guía para orientar las actividades a realizar con estos materiales. **Mediante las transformaciones y apropiaciones de los profesionales el “Que Rule” adquiere un valor de utilidad educativa en contextos muy diversificados.**

Debido a su proximidad con la población joven y a su valor de utilidad, los profesionales propondrían introducir nuevos destinatarios. Concretamente, estamos hablando de otros agentes educativos (profesorado, monitores, entrenadores, etc.) y de las madres y padres. Estos nuevos destinatarios requerirían de nuevos diseños y contenidos, adaptados a sus realidades particulares.

Así, el “Que Rule” es un material eficaz, preventivamente hablando, en tanto que la lectura de dicho material:

- Es comprensible.
- Es capaz de conectar con la experiencia cotidiana de la juventud y de generarle nuevas reflexiones sobre su relación con el cannabis.
- Es útil por la estructuración y la temática de sus contenidos.
- Da herramientas críticas para la toma de decisiones.
- Es respetuoso hacia las diferentes posiciones ante el cannabis y promueve este respeto de forma explícita.

La relación con el material

Hasta aquí hemos ido desglosando elementos y efectos que aparecen con posterioridad a una toma de contacto con los materiales, de manera que todo cuanto acabamos de comentar sobre el “Que Rule” implica, precisamente, haber realizado una lectura. En este apartado, también pasaremos a ver qué pasa con el “Que Rule” en los momentos previos a su lectura. Un elemento importantísimo para la lectura de estos materiales será si su acceso ha sido mediado o no mediado por agentes profesionales. Por tanto, la mediación jugará un papel fundamental en el resultado del “Que Rule”.

Acceso no mediado

En estos casos nos estamos refiriendo a aquellas situaciones en que el “Que Rule” se encuentra depositado en un espacio sin que nadie ni nada no lo encamine hacia la mano de la gente. A pesar de que los datos recogidos parten de un acceso mediado a los materiales, este apartado se referirá a los

comentarios y las valoraciones que los jóvenes y los profesionales entrevistados hacen respecto a la distribución anónima del “Que Rule”.

Aquí, el diseño pasa a tomar un papel relevante. Los colores, la forma y el tamaño serían la punta de lanza para llamar la atención y generar la primera atracción. Sin embargo, como nos comentan los mismos creadores, el “Que Rule” no ha sido diseñado para llamar la atención. Colores claros y poco estridentes, papel reciclado, todo ello lo puede hacer pasar bastante inadvertido si se encuentra en medio o alrededor de otros folletos.

Por otra parte, no sucede lo mismo con el título. Un vistazo a los materiales suficientemente atento como para leer el título podría producir –por si sólo– la motivación de una primera hojeada. El título ya denota una temática, un discurso y la especificidad de un lenguaje que genera complicidades identitarias. A pesar de eso, este aspecto, por si sólo, tampoco garantiza que se produzca el contacto.

En este punto, es preciso hacer notar una pérdida de la proximidad y, por tanto, de su valor de utilidad, ya que si no emerge una motivación para el contacto no se produce la lectura de los materiales. En este sentido, el “Que Rule” sería ineficaz, perdiendo esta vía de contacto directo y con ella su potencial preventivo.

Por otra parte, es preciso decir que no es necesaria la lectura global del texto para poder sacar provecho. La estructura por apartados autónomos pero conectados entre si permite que la lectura parcial, por ejemplo, de un sólo apartado, también adquiera un sentido estructurado. Así pues, no es necesaria una lectura global y completa de los materiales para poder hablar de eficacia. Ahora bien, creemos que las características del “Que Rule” hacen los materiales suficientemente atractivos una vez se ha iniciado la lectura, de manera que la mayoría de los potenciales lectores y lectoras lo terminan una vez se lo han comenzado a leer.

Acceso mediado

Todos los jóvenes que hemos entrevistado han accedido al “Que Rule” de forma mediada. En el proceso de toma de contacto de los chicos y las chicas con los materiales siempre ha habido una persona puente que ha entregado los materiales a los jóvenes seleccionados para la muestra. Aún así, la mediación se ha limitado a facilitar el acceso, y en ningún caso se ha producido un acompañamiento previo o simultáneo a la lectura. Asimismo, nos hemos encontrado un número muy pequeño de jóvenes que ya habían tenido acceso al “Que Rule”, ya sea porque ya estaba presente en alguno de sus espacios cotidianos (centros juveniles, talleres, puntos de información juvenil, etc.) o bien porque algún profesional ya se los había dado previamente a nuestra demanda de contacto. De los 48 jóvenes entrevistados, 7 han realizado una lectura parcial y sólo 3 no se han leído los materiales. El resto, 38 jóvenes, han leído

los materiales⁴¹. De esta manera, vemos que **el acceso mediado al “Que Rule” permite asegurar, en gran medida, su lectura.**

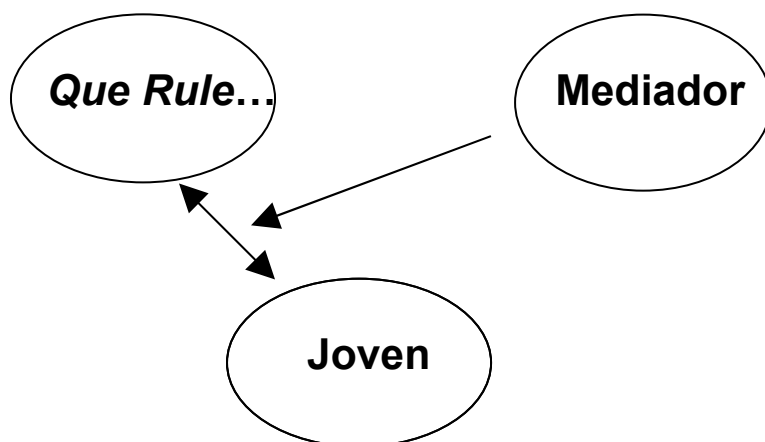


Figura 4.2.

Anteriormente – figura 4.1.– veíamos como el “Que Rule” hacía de operador entre el joven y el profesional, permitiendo una vía de conexión y de acercamiento entre sus dos realidades. Ahora, el operador es la figura del mediador, el cual empieza una vía de conexión entre los materiales preventivos y los jóvenes. Si este mediador es un profesional que ya cuenta con la confianza de la chica o el chico, el sentido de proximidad que se desprende de los materiales se anticipará y acelerará. Además, el valor de utilidad del “Que Rule” aumenta si éste va acompañado por un agente profesional, el cual puede estimular ciertas reflexiones concretas referidas a algún punto conflictivo en la relación de la chica o el chico con la sustancia.

El contexto, la identidad y los materiales

Cualquier material o programa preventivo toma una forma u otra en función del contexto en que se ubique. Cuando hablamos de contexto nos estamos refiriendo a todo el conjunto de factores de situación y de orden sociocultural e interpersonal de acuerdo con los que se interpretan los materiales. Entenderemos también que las identidades no son unívocas ni inmutables, que hay diversas categorías identitarias que conforman cada sujeto y que éstas se mezclan en cada caso con cada contexto.

⁴¹ Hemos contrastado las afirmaciones de los jóvenes en las mismas entrevistas a partir de los comentarios y reflexiones concretas sobre los materiales.

En todo caso, la descripción de los datos nos indica que estas identidades, en cuanto a la relación del “*Que Rule*” con las chicas y chicos jóvenes y adolescentes, se articula alrededor de dos ejes principalmente: un eje de consumo y un eje de edad.

Eje de consumo

Antes de nada, es preciso evidenciar el hecho de que el “*Que Rule*” **no genera en ningún caso ni en ningún momento un deseo de consumo de cannabis durante su lectura ni después de ésta**. Es preciso pues, desestimar explícitamente esta posibilidad y subrayar su carácter no contrapreventivo en cuanto a una eventual incitación de un consumo experimental en chicas y chicos que no consumen cannabis. Tampoco en el caso de que ya exista una relación de consumo con la sustancia –ya sea ésta de cariz esporádico o bien habitual– aparece un deseo renovado de fumar cannabis.

Para describir las diferentes particularidades en lo que concierne al eje de consumo, partiremos de las categorías definidas en la descripción de la muestra en el capítulo 2 de Metodología: jóvenes que no fuman, jóvenes que fuman esporádicamente y jóvenes que fuman habitualmente. Pero, de entrada, se pone de manifiesto que estos materiales presentan una adecuación para las tres categorías de consumo. Vamos a desglosarlo haciendo un análisis de los efectos preventivos que estos materiales pueden tener según cada categoría de consumo :

a) Efectos preventivos en las chicas y chicos que no consumen cannabis:

En primer lugar, vemos como el “*Que Rule*” **proporciona argumentos renovados a la población joven y adolescente que no fuma cannabis para mantenerse en una posición de no-consumo**. Las chicas y chicos que deciden no consumir esta sustancia lo hacen en muchas ocasiones sin disponer de un repertorio de argumentos sólidos con los que afianzar su decisión. Su decisión hay que situarla, en muchas ocasiones, dentro de un contexto de consumo bastante normalizado y que a veces puede ejercer como punto de paso en el “hacerse mayor” que acompaña a la adolescencia.

Para algunos chicos y chicas adolescentes, situarse en una posición de no-consumo puede hacerse difícil de argumentar si se encuentran en un contexto favorable al consumo y si los argumentos de que disponen se limitan a decir que “fumar es malo” sin poder exponer cuando, por qué y en qué medida. De este modo, el “*Que Rule*”, al hablar abiertamente y en profundidad de los diferentes contextos de uso del cannabis, de su composición, de los riesgos asociados a su consumo, etc. proporciona precisamente aquella batería de argumentos que permiten al joven no consumidor consolidarse en su posición y argumentarla cómodamente.

En segundo lugar, es preciso evidenciar el hecho de que el “*Que Rule*” **no genera en ningún momento deseo de consumo de cannabis en las chicas**

y chicos no consumidores. Es preciso pues desestimar explícitamente esta posibilidad y subrayar su carácter no contrapreventivo en cuanto a una eventual incitación de un consumo experimental.

- b) Efectos preventivos en las chicas y chicos que consumen cannabis de forma esporádica:

La lectura del “*Que Rule*” genera una doble reflexión sobre las chicas y los chicos que fuman cannabis esporádicamente. Muchos de estos jóvenes muestran dudas a la hora de tomar una decisión sobre cuál debe ser el sentido y el desarrollo de su incipiente consumo de esta sustancia. Así, vemos que el “*Que Rule*” proporciona a los jóvenes que fuman de forma esporádica argumentos y recursos para que se sientan seguros en su proceso de toma de decisiones, sea cual sea el sentido final en el que desemboque este proceso.

De este modo, por un lado dota de argumentos para abandonar definitivamente el consumo de cannabis y, por otro lado, proporciona herramientas para consumir cannabis más responsablemente, teniendo en cuenta los diferentes contextos y evitando los riesgos que se pueden asociar.

- c) Efectos preventivos en las chicas y chicos que consumen cannabis de forma habitual:

Los materiales trabajan el respeto de los chicos y chicas consumidores hacia sí mismos. En este sentido, **el “*Que Rule*” anima a la población joven consumidora de cannabis a reflexionar sobre los diversos modos de consumo posibles y sobre las implicaciones que estos pueden tener en función de cada contexto personal y social.** Así, los materiales empujan a los chicos y las chicas consumidoras a reflexionar sobre qué prácticas de consumo pueden ser más saludables, incluyendo aspectos sanitarios, sociales, familiares, académicos, laborales, etc.

Eje de edad

En este apartado centraremos nuestra atención en las edades de los jóvenes que pueden o podrían entrar en contacto con el “*Que Rule*”. Así, hemos explorado los posibles efectos que puede tener el “*Que Rule*” en el marco de la prevención según la edad de sus eventuales destinatarios.

El análisis del eje de edad a partir de la muestra seleccionada –de los 15 a los 22 años– nos muestra que, a pesar de que efectivamente aparecen diferencias significativas a lo largo de este eje –principalmente en cuanto a cuestiones de comprensión y entendimiento– en ningún caso éstas tienen que ver con posibles efectos contrapreventivos sino más bien con su grado de eficacia preventiva. Así pues, a mayor comprensión de los materiales mayor eficacia preventiva o bien, a menor atención menor eficacia preventiva. Asimismo, podemos decir que a grandes rasgos, **el *Que Rule* es un material eficaz para las edades comprendidas entre los 15 y los 22 años.**

En la investigación realizada para la presente evaluación no se ha trabajado con otras edades que les expuestas en el párrafo anterior. Así pues, las conclusiones que se puedan desprender sobre otras edades situadas fuera de este intervalo tendrán su raíz en los datos expuestos directa o indirectamente por los jóvenes y los agentes profesionales entrevistados. Es preciso decir que por la proximidad de estos chicos y chicas a las poblaciones de edades próximas –inferiores a 15 y superiores a 22– podemos considerarlos, en este sentido, como informantes clave.

Así, en lo que concierne a la escolarización primaria, o sea, chicos y chicas de hasta 12 años, concluiríamos que en este rango de edad los materiales serían totalmente ineficaces. Las realidades cotidianas de esta población y los contenidos y el lenguaje de los materiales supondrían una distancia que haría imposible su adecuada comprensión.

La franja de edad entre los 12 y los 15 años es la que genera más diversidad de opiniones y posiciones con respecto a la potencial eficacia preventiva que puedan ejercer los materiales. Estas edades incluyen una gran variedad de perfiles de relación entre los adolescentes y el cannabis, con un abanico que abarca desde el total desconocimiento de la sustancia al consumo problemático de la misma. Esta franja de edad se concentra en los institutos, concretamente en Secundaria, donde encontramos edades que van desde los 12 a los 18 años. Lo primero que podemos decir, y atendiendo a los últimos estudios estadísticos que han abordado esta cuestión de forma extensiva, es que la circulación del “*Que Rule*” en este contexto no supondría la primera fuente de conocimiento y aproximación al cannabis por parte de esta población adolescente y preadolescente. Creemos que por este mismo motivo sería apto para los institutos, ya que éste es específicamente uno de los principales contextos implicados en la iniciación de las relaciones experimentales acerca del cannabis. Lo que debemos plantearnos en todo caso es si este material sería eficaz en estos contextos y en estas poblaciones.

En los contextos específicos donde encontramos las primeras relaciones de aproximación con el cannabis creemos conveniente que se produzca un acceso mediato. Asimismo, creemos conveniente que la mediación profesional se produzca en el mismo proceso de distribución de los materiales. Por ejemplo, pueden ir acompañados de una charla, hecho que propicia una socialización más eficaz del sentido y de los contenidos del “*Que Rule*”.

Tanto si el “*Que Rule*” está mediado profesionalmente como si no lo está, podemos afirmar que es un material que no predispone al consumo sino más bien, como hemos visto, todo lo contrario. Tal como nos comentan los profesionales entrevistados, el debate recaería sobre su grado de eficacia. Así pues, no creemos que se tenga que hablar de efectos contrapreventivos en relación a los jóvenes en estos contextos pero, seguramente, la eficacia preventiva será aquí menor sin mediación profesional.

Tendríamos que matizar que en muchas ocasiones se podría dar una mediación a través de un agente educativo sin experiencia en el ámbito de la prevención, por ejemplo, un profesor. En estos casos, y para garantizar la eficacia de los materiales, se tendría que establecer previamente un contacto con los profesionales especializados en prevención y, específicamente, en materia de cannabis, para que les orientasen y les diesen unos recursos educativos de los que no todos disponen. Tanto es así que este hecho pone de manifiesto un efecto contraproducente que aflora ya en muchos institutos. Algunos profesionales nos han manifestado explícitamente que los institutos donde trabajan ven el “*Que Rule*” como un tipo de “apología de las drogas”. Tal vez el “*Que Rule*” no produce efectos contrapreventivos de forma directa, pero en todo caso, sí que podría producir efectos contraproducentes para trabajar la prevención dentro de un contexto donde haya adultos contrarios al talante propio de su discurso. O sea, las respuestas y reacciones de los agentes educativos pueden ser contrarias e incluso contradictorias con el sentido del “*Que Rule*”, generando un efecto de confusión y desorientación en el seno del mismo instituto (o contexto, hablando en genérico).

Más allá de los 16 años podemos decir que ya no podemos inscribir a la mayoría de la población homogéneamente en un contexto concreto. Así pues, tenemos que centrar aquí nuestras conclusiones en las diferencias entre la mediación profesional y la no-mediación profesional de los materiales. La mediación profesional será mucho más adecuada para estas edades, seguramente hasta los 18 años. Decimos adecuada porque la mediación profesional ayudaría sin duda a mejorar la eficacia del “*Que Rule*”. Como ya hemos visto en el caso de Secundaria, el “*Que Rule*” sin mediación profesional pierde eficacia en tanto que su acceso no estaría del todo garantizado y en tanto que la reflexión fruto de la socialización de los contenidos sería menor. Creemos asimismo que la socialización de los materiales –trabajarlos grupalmente– produce un mayor efecto sobre los chicos y chicas jóvenes. Hemos podido evidenciar este hecho después de la implantación de los grupos focales que han servido de primera base de la recogida de datos en la presente investigación evaluativa.

Ahora bien, a partir de la mayoría de edad creemos innecesaria la presencia de mediación profesional. La cuestión recaería más bien sobre el tipo de acceso a los materiales. Como ya hemos visto, con un acceso mediado aseguraríamos en gran parte la eficacia de los materiales. La población joven mayor de edad presenta dificultades menores a la hora de leer los materiales, no los encuentran ni largos ni pesados. Tanto es así que tienden a hacer valoraciones con un alto sentido crítico sobre los contenidos de los materiales. Asimismo, en estas edades es muy probable que nos encontremos con grupos de consumidores ya veteranos (que llevan diversos años de contacto, consumo y gestión del conocimiento acerca del cannabis).

A partir de lo visto en los jóvenes próximos a los 22 años, podemos inferir que, para esta población y en adelante, los materiales pueden pasar a constituir en muchas ocasiones un *divertimento*, lo que se comenta acostumbra a ser algo ya conocido y los contenidos pueden incluso perder parte de la proximidad con

su día a día. Ahora bien, esta población acostumbra a compartir la información con las personas más próximas, hecho que puede comportar una movilización del “*Que Rule*” hacia de otras poblaciones o edades.

Aportación del “*Que Rule*” a las políticas preventivas institucionales en materia de drogas

Para concluir, cabe destacar algunos aspectos que hacen del “*Que Rule*” un material pionero en tanto que incide en las dinámicas de relación existentes entre las instituciones y la juventud de nuestro territorio. Como hemos visto al inicio de este apartado de conclusiones, el mensaje institucional tradicional se caracteriza actualmente por su elevado grado de distanciamiento respecto a las inquietudes y preocupaciones de la juventud en cuanto a las drogas y, muy especialmente, al cannabis. Como veíamos, a más proximidad con el cannabis mayor alejamiento y rechazo aparece en cuanto a los mensajes institucionales.

Contrariamente, hemos visto también que el “*Que Rule*” ejerce sobre la población joven y adolescente una importante sensación de proximidad. Esta proximidad se acompaña con una significativa satisfacción respecto a las respuestas obtenidas, que finalmente –y por primera vez– dan respuesta a sus preguntas sin juzgar sus acciones o sus decisiones. Como hemos visto, chicas y chicos piensan en el “*Que Rule*” como un material que ha sido elaborado por personas “como ellos”, que saben de que va y que, también como ellos, no juzgan cuál es la decisión final de cada cual sino que buscan herramientas que les permitan tomar la decisión más ajustada a cada persona y más adecuada a cada situación. Y bien, de hecho, así es.

Así pues, es preciso concluir que **el “*Que Rule*” ejerce de puente comunicativo entre la juventud y las instituciones**. Este puente, como todo puente, abre una vía de doble sentido que comunica directamente las dos orillas de un río; dos orillas que a menudo se divisan y no se tocan; dos orillas que a menudo no dialogan, ya que para poder oírse se tienen que hablar a gritos. Así, si el “*Que Rule*” acerca a los jóvenes a las instituciones es precisamente porque estos han visto como las instituciones se han acercado a ellos. Es preciso subrayar el cambio sustancial que supone esta nueva situación, la cual enfatiza explícitamente la necesidad de que se produzca una profunda reflexión sobre la sensibilidad que las instituciones puedan tener hacia los deseos y preocupaciones de la población joven. En este sentido, el “*Que Rule*” abre una nueva vía institucional que permite situar las políticas preventivas en un marco donde el punto de referencia sea la juventud misma, en un marco que prepare a este colectivo para asumir de forma crítica sus propias decisiones en lo que concierne a su salud y en relación con las drogas.

5. PROPUESTAS DE ACTUACIÓN

Para completar este informe haremos una breve reflexión sobre algunas de las acciones que podrían articularse para dar respuesta a algunos de los problemas detectados en las entrevistas. Se trata de propuestas que hemos ido destilando a partir de los relatos de la juventud entrevistada y de la lectura de la bibliografía sobre la prevención. No quieren ser un recetario de soluciones milagrosas, sino, más bien, una muestra de la actitud propositiva que ha guiado nuestro trabajo durante el proceso de investigación. Así pues, a continuación seguiremos con algunas líneas de actuación que se enlazarían con los elementos de la conclusión y que consideramos convenientes en el ámbito de la prevención y, concretamente, en los materiales “Que Rule”.

Contenidos

Ya en la descripción nos queda patente que para las chicas y chicos entrevistados el “Que Rule” no necesitaría ningún cambio en cuanto a los contenidos. En todo caso, podríamos llegar a considerar las críticas de los más mayores, algunos de los cuales no estarían plenamente de acuerdo con la problematización del consumo en tiempo de trabajo. Ahora bien, en esta línea de análisis de contenidos querríamos recoger una propuesta de cambio procedente del colectivo de profesionales entrevistados.

En el “Que Rule”, concretamente en la página 7, en el apartado *Quién lía el peta: comienza la ruleta*, encontramos el siguiente párrafo:

“Va bien saber que algunas enfermedades se pueden transmitir con la saliva que hay en un porro.”

¿De qué enfermedades habla? Parece bastante evidente que este fragmento del “Que Rule” puede llevar a graves malentendidos. Decimos graves porque en este caso concreto la confusión nos podría llevar a pensar ya no en la tuberculosis sino, más allá, y entre otras cosas, en el SIDA.

No es preciso recordar que durante muchos años las campañas de prevención y sensibilización entorno al sida han estado luchando contra el estigma que había recaído sobre las personas seropositivas. Uno de los apartados más importantes de estas campañas era, concretamente, romper una serie de prejuicios que fundamentaban la aparición y el mantenimiento de este estigma. Concretamente, nos interesa mencionar aquél que hacía referencia al hecho de darse besos, acción sin duda no causante de contagio. Así pues, ¿qué sucede con la saliva? ¿Es que entonces tampoco no podemos darnos besos?

Podríamos decir que sería conveniente eliminar este párrafo del “Que Rule”, o bien especificar explícitamente de qué enfermedades se trata. Como ya hemos visto durante el proceso de evaluación, las confusiones de dicho tipo no van en la dirección de una acción preventiva en sentido genérico.

Prevención: acciones de decisión

Los materiales “*Que Rule*” han contado con la participación de jóvenes en su proceso de construcción. Tanto es así que desde el proceso para ir validando estos materiales hasta llegar al modelo actual ha contado con el *feedback* continuado de diversos grupos de jóvenes. Esta metodología de trabajo y creación de materiales sigue los fundamentos y requisitos básicos de los planteamientos de la reducción de riesgos que nos plantea la bibliografía⁴².

No es de extrañar, pues, como hemos visto en las conclusiones, que los materiales hayan tomado un sentido de utilidad y proximidad de cara a la población joven. Creemos que este punto es especialmente importante porque, entre otras cosas, pone a la juventud en medio del proceso de toma de decisiones. Nos estamos refiriendo tanto al proceso de creación como a la gestión cotidiana de las situaciones próximas al cannabis. O sea, se le da la capacidad y las herramientas de decisión al chico mismo, a la chica misma.

Así pues, se abre la puerta a que los chicos y chicas jóvenes participen de su propia gestión del riesgo en las relaciones con el cannabis. En muchas ocasiones las políticas preventivas han colaborado en establecer una gran distancia entre las personas que gestionan el riesgo y aquellas que reciben las consecuencias. En estos materiales esta distancia desaparece, los jóvenes coparticipan en la gestión del riesgo y en las consecuencias. Concretamente, este punto no tendría que entenderse como dejar todo en manos de la juventud. Más bien lo que estaríamos diciendo es que se establezca un diálogo con los destinatarios de las políticas preventivas para que éstas puedan incluir sus necesidades conceptuales y vitales en su mismo diseño.

Este hecho tiene una implicación aún más esencial. Al dar esta capacidad de decisión a la población usuaria o potencialmente usuaria de cannabis se está haciendo una acción, no sólo preventiva, sino también de decisión. Digamos que se da voz a la población joven a la hora de definir la realidad que rodea las drogas, y más específicamente el cannabis, un hecho a menudo restringido al ámbito adulto.

Destinatarios

Siguiendo esta línea de trabajo así como los comentarios y relatos del colectivo de jóvenes y profesionales entrevistados, creemos interesante proponer la elaboración de nuevos materiales para madres y padres y para agentes educativos, e incluso para los mismos agentes profesionales de la prevención, siguiendo la metodología utilizada en el “*Que Rule*”. Sin embargo, estos podrían presentar algunas deficiencias en caso de estar dirigidos a estas nuevas poblaciones. Así como hemos valorado el trabajo de participación de los jóvenes que hay en el sustrato de los materiales, este mismo sustrato podría incidir en la aparición de malentendidos o en una falta de referentes para su interpretación en caso de hablar de otros destinatarios.

⁴² Baulenas, G. Borrás, T. & Magrí, N. (1998)

Por tanto, para cada tipología de destinatarios se hará necesario un trabajo concreto que parta de sus realidades específicas. Posteriormente, y desde esta especificidad, sí que se podrán trazar las líneas que nos llevarán a tratar temas comunes para las diferentes poblaciones implicadas en los usos y efectos del cannabis.

Por este motivo creemos que el “*Que Rule*” podría tener un papel de modelo de trabajo para impulsar nuevos materiales o actividades destinados a estas otras poblaciones. Poblaciones que, después de esta investigación evaluativa, creemos que no podemos obviar en la relación entre el cannabis y la juventud, así como en la relación de la juventud con su entorno.

6. Anexo

Contenidos: al detalle

El siguiente grupo de datos pretende mostrarnos las problematizaciones de contenido que los profesionales nos comentan en el grupo focal. En este apartado nos centraremos en los aspectos específicos de los materiales que los profesionales creen que pueden llevar a malentendidos.

A continuación exponemos algunos aspectos apuntados por los profesionales entrevistados de forma individual y con criterios que no han sido triangulados colectivamente. Por tanto, en el presente anexo hablamos de dar un sentido individual y no tanto de dar un sentido colectivo, como venía sucediendo en la descripción de los datos.

Comenzaremos mostrando la problematización que se produce sobre aquellos mensajes que pueden inducir a confusión, sobre todo por parte del colectivo adolescente. Así, en primer lugar encontramos aquellos mensajes que pueden intervenir en la construcción de la identidad de los adolescentes. Desplacemos nos pues a la página 5, en el tercer párrafo: “Ganarse el estrellato”.

“(...) aquí en la página 5, cuando dice “ganarse el estrellato”, ¿no? hey, *“te estás ganando unos puntos para que te pongan la etiqueta de conflictivo, tanto los de arriba como los compañeros.”* Ganarse la etiqueta para muchos jóvenes es lo que mola, de decir, hostia, soy el chungo de la escuela, la peña me señala y tal. Y tal vez, hostia, mira, es un aspecto que dices, no sé. Yo tampoco trabajo con gente tan joven, de quince-dieciséis años.” (EF3, 813-818)

La necesidad de llamar la atención como nutriente para la construcción de la identidad es un elemento presente en los adolescentes, a veces incluso de forma extrema. Esta necesidad de atención podría llevar, según esta profesional, a una acción proactiva que persiguiese precisamente el objetivo de conseguir esta fama al precio que sea.

En segundo lugar, hablaremos de aquellos mensajes que pueden llegar a crear mitos o leyendas urbanas si no se explican en profundidad y con todos los matices necesarios. Concretamente, los profesionales entrevistados se fijan en el tema de las propiedades terapéuticas del cannabis. En la página 9, en el último párrafo: “Sus propiedades terapéuticas”.

“Después hay otro mensaje que a mí me hace un poquito... que es éste de sus propiedades terapéuticas. Estamos hablando de chavales adolescentes y tal, y en principio de propiedades terapéuticas como volar y todo. Mmm, creo que es peligroso ponerlo porque eso crea toda una serie de mitos que, eso es bueno e incluso, no es que no sea malo, sino que, cuidado. Decimos, yo aquí con lo de las propiedades terapéuticas sería muy, muy prudente porque después te encuentras todos unos castillos que se hacen sobre propiedades terapéuticas que

bueno, que al fin y al cabo, los chavales son manos próximas al cannabis pero no son médicos, ¿no?” (EF3, 1152-1160)

Ciertamente, el tema de las propiedades terapéuticas se puede coger como uno más entre los argumentos legitimadores del consumo, independientemente del tipo de consumo que se esté haciendo. Así, parece ser que algunos consumos problemáticos podrían quedar soterrados debajo del argumento de las propiedades terapéuticas.

En tercer lugar, encontramos otro aspecto problematizado en los materiales. Concretamente, allí donde se nos habla del cannabis y de otras drogas. Las comparaciones entre las diferentes drogas, según como se planteen, acostumbran a llevar asociadas diversas problemáticas intrínsecas.

En la página 8, el segundo punto: *“Ahora bien, si decides abrir esta puerta, tendrás que ir con más cuidado que con la otra”*. Y, en el último párrafo: *“Pero como no conviene ponerlo todo en el mismo saco, una cosa es hacerlo con el cannabis y otra muy diferente es hacerlo con otras drogas”*. Es por este motivo que alguno de los profesionales entrevistados nos hace el siguiente comentario al respecto:

“Un aspecto a comentar eh, del *“Que Rule”*, me parece leer entre líneas el tema de la escalada de las drogas. Como que viene a confirmar, ¿no? Ten en cuenta que si pruebas otras drogas estás abriendo otra puerta. Puedes llevar camisetas de cannabis pero no de otras drogas, la de cocaína, y estás entrando en otros terrenos, ¿no? haciendo la diferenciación de drogas duras, que vas subiendo, hostia, ojo. No sé, me da la...” (EF3, 1266-1271)

La escalada de drogas es un tema que está muy problematizado por parte de los profesionales entrevistados. Ahora bien, la línea que separa el discurso de la escalada de las drogas y el discurso que plantea que cada droga es diferente y que se debe tratar a partir de sus particularidades puede ser muy difusa. Lo que parece claro es que se tiene que ir con cuidado a la hora de explicar estas diferencias. En la página 8, en el primer párrafo: *“A veces donde se encuentra el cannabis corren otras drogas”*.

“Es cuando está hablando de que donde se encuentra cannabis puede haber acceso a otras drogas. *“Las otras drogas son otro rollo. Son mucho más fuertes que el cannabis, hay más desfase y conllevan bastantes más problemas.”* Sacando la coletilla de *“llevan más problemas”*... *“Son mucho más fuertes que el cannabis”*, hostia! eso mola! Y aquello del desfase, joder si no mola!. Son dos aspectos que dices hostia, que no tendría por qué serlo. Un joven se lo puede leer individualmente en su casa y puede reflexionar y llegar a conclusiones y plantearse su consumo.” (EF3, 819-825)

Los mismos materiales nos plantean su especificidad para el cannabis [“manual por manos cercanas al cannabis”]. El *“Que Rule”* sitúa pues su discurso y

mensaje exclusivamente en las relaciones que se pueden establecer con los porros. A pesar de eso, al referirse tangencialmente a otras drogas, podemos encontrar que en ciertos momentos algunos profesionales parecen no tenerlas todas.

Finalmente, también encontramos una problematización que se refiere a las derivaciones indirectas y no suficientemente especificadas que se hacen desde el “Que Rule” a la hora de ir a buscar más asesoramiento con respecto a todo lo relacionado con el cannabis.

Ah, no, y la última cosa está en “Aprender de lo que te pasa” que acaba diciendo: *“Ante cualquier duda siempre puedes consultar a un especialista. Hay muchos con los que podrás hablar con sinceridad.”* Hostia! ¡Decid cuáles! Porque la peña que se va al médico, y el médico te dirá: caca! caca! Decid, ostia, ve a esta página web, puedes llamarnos a nosotros... Eh, yo qué sé, ¿a qué especialistas? Mmm, pues me voy al médico de cabecera a ver qué me dice!” (EF3, 1275-1283)

Parece ser que, como ya hemos visto en el apartado “Propuestas de distribución” en el presente informe, no todo el mundo tiene claro que la especialidad profesional o bien el grado de formación en materia de drogas de algunos de los múltiples profesionales a los que se puede acudir a la hora de buscar asesoramiento sea el más apropiado para ser recomendados de forma tan genérica en unos materiales como el “Que Rule”. Así, se pide de nuevo más concreción a la hora de dirigir a la juventud a fuentes fiables de información y de asesoramiento que garanticen que el joven no se pierda en medio del camino.

7. BIBLIOGRAFÍA

- BAULENAS, G. (2000). “Prevención.” *Contextos, sujetos y drogas: un manual sobre drogodependencias*. Madrid: Ayuntamiento de Barcelona y FAD.
- BAULENAS, G.; BORRAS, T.; MAGRÍ, N. (1998). *Políticas e intervenciones de reducción de riesgos*. Rubí (Barcelona): Grupo IGIA
- BECK, U. (2002). *La sociedad de riesgo global*. Madrid: Siglo XXI
- BERG, B.L. (1998). *Qualitative Research Methods for the Social Sciences*. Boston: Allyn and Bacon.
- BRUNET, Y.; PASTOR, Y.; BELZUTEGUI, A. (2002). *Técnicas de investigación social. Fundamentos epistemológicos y metodológicos*. Barcelona: Portic.
- BUTTNY, R. (1993). *Social Accountability in Communication*. Londres, Inglaterra: Sage Publications.
- CAUSSA, A.; FAURA, R.; DOMÉNECH, R. (2004). *Factores psicosociales implicados en la inserción laboral de los usuarios y usuarias de los Centros de atención y seguimiento de las drogodependencias*. [Pendiente de publicación]
- CLANDININ, D.J. & CONNELLY, F.M (1994). *Personal Experience Methods*. En DENZIN, N.K. & LINCOLN, Y.S. (1994). *Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- COSTA-PAU, R.; VENDRELL, E. (2001). “El grupo: instrumento para detectar la percepción de riesgo en adolescentes”, en *Gestionando las drogas*. Barcelona: GRUPO IGIA.
- COLOM, J. (2001). “Análisis de las intervenciones en drogodependencias en el Estado español desde sus orígenes hasta la reducción de daños”, en *Gestionando las drogas*. Barcelona: GRUPO IGIA.
- DAVENPORT-HINES, R. (2003). *La búsqueda del olvido. Historia global de las drogas, 1500-2000*. Madrid: Turner Publicaciones.
- DEL RÍO, M. (2001). “Reducción de daños: situación actual y perspectivas de futuro”, en *Gestionando las drogas*. Barcelona: GRUPO IGIA.
- ESCOHOTADO, A. (1998). *Historia General de las Drogas*. Madrid: Espasa Fórum.
- FOUCAULT, M. ([1976], 1995). “1. La voluntad de saber”. *Historia de la sexualidad*. Madrid: Siglo XXI.
- FOUCAULT M., (1978a). *Vigilar y castigar*. Madrid: Siglo XXI.
- FUNES, J. (1996) *Drogas y adolescentes*. Madrid: Aguilar.
- GARCIA FERRANDO, M.; IBAÑEZ, J.; ALVIRA, F.(1986). *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid: Alianza.
- GEERTZ, C. (1973). *The Interpretation of Culturas*. Nueva York: Basic Books.
- GORMAN, D.M. (1996). “Etiological theories and the primary prevention of drug use.” *Journal of Drug Issues* 26 (2): 505-520. A: Salvador, T.; Martínez

- M^a. (2000). “Marcos teóricos y su desarrollo en el ámbito preventivo.” *Contextos, sujetos y drogas: un manual sobre drogodependencias*. Madrid: Ayuntamiento de Barcelona y FAD.
- GRUPO IGIA. (2001). *Gestionando las drogas. Conferencia de consenso sobre reducción de daños relacionados con las drogas: cooperación e interdisciplinariedad*. Barcelona: Grupo IGIA.
- HAWKS, D.; SCOTT, K.; McBRIDE, N. (2002). *Prevention of psychoactive substance use*. Perth: National Drug Research Institute.
- KANT, Y. (1989). *Metafísica de las costumbres*. Madrid: Tecnos. En: Méndez, V. (2001). “Aspectos éticos de las políticas de reducción de daños en drogodependencias”, en *Gestionando las drogas*. Barcelona: GRUPO IGIA.
- KUHN, T. [1962 (1997)]. *La estructura de las revoluciones científicas*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- KUHN, T. (1989). *¿Qué son las revoluciones científicas?* Barcelona: Paidós.
- MÉNDEZ, V. (2001). “Aspectos éticos de las políticas de reducción de daños en drogodependencias”, en *Gestionando las drogas*. Barcelona: GRUPO IGIA.
- MERTON, R.K. ([1949] 1980). “La profecía que se cumple a sí misma”. *Teoría y estructura sociales*. México: Fondo de Cultura Económica.
- MIJO, J.S. (1996). *Sobre la libertad*. Madrid: Alianza. En: Méndez, V. (2001) “Aspectos éticos de las políticas de reducción de daños en drogodependencias”, en *Gestionando las drogas*. Barcelona: GRUPO IGIA.
- MISHLER, E.G. (1995). *Modelos of Narrative Analysis: A typology*. *Journal of Narrative and Life History*, 5, 87-123.
- NIETZSCHE, F. ([1972] 1991). *La genealogía de la moral*. Madrid: Alianza Editorial.
- OMS. (1997). *WHO Drug Information*. Series Núm 17 Geneva: World Health Organization. A: HAWKS, D. SCOTT, K. Y McBRIDE, N. (2002). *Prevention of psychoactive substance use*. Perth: National Drug Research Institute
- OMS. (1978. SEPTEMBER 12). *Declaration of Alma-Ata*, “Health for all” Series Núm. 1. Geneva: World Health Organization. En: DEL RÍO, M. (2001). “Reducción de daños: situación actual y perspectivas de futuro”, en *Gestionando las drogas*. Barcelona: GRUPO IGIA.
- REMENTERIA, Y. (2001) *Prevenir en drogas, paradigmas conceptos y criterios de intervención*. Santiago de Chile: CEPAL
- ROBERTSON, E.; DAVID, S.; RAO, S. (2004). *Cómo prevenir el uso de drogas en los niños y los adolescentes*. Bethesda (Maryland): NIDA
- RUIZ OLABUÉNAGA, J. (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Deusto.
- RUIZ OLABUÉNAGA, J. IZPUA, M.A. (1989). *La descodificación de la vida cotidiana*. Bilbao: Deusto.

- SALVADOR, T.; MARTÍNEZ, Y.M^a. (2000). “Marcos teóricos y su desarrollo en el ámbito preventivo.” *Contextos, sujetos y drogas: un manual sobre drogodependencias*. Madrid: Ayuntamiento de Barcelona y FAD.
- SZASZ, T. (1977). *The Theology of Medicine*. Nueva York: Harper & Row Publishers.
- A: DEL RÍO, M. (2001). “Reducción de daños: situación actual y perspectivas de futuro”, en *Gestionando las drogas*. Barcelona: GRUPO IGIA.
- TORJMAN SHERRI, R. (1986). *Preventing in the drug field. Essential concepts and strategies*. Toronto: Addiction Research Foundation.
- VELASCO, H. DÍAZ DE RADA, A. (1997). *La lógica de la investigación etnográfica*. Madrid: Trotta.

Webgrafia

- ASPB. *El consumo de cannabis entre los jóvenes: la respuesta a una epidemia emergente*. Nota de prensa.
<http://www.aspb.es/quefem/docs/nota%20cannabis%20esperan%E7a.pdf>
[12 de abril 2005]
- ESCOHOTADO, A. (1994. 16 de julio). *Sobria Ebriedad. El País*.
http://www.cuervoblanc.com/drogas_escohotado1.html [12 de abril 2005]
- IHRA. (2005). *What is Harm Reduction?*
<http://www.ihra.net/popups/articleswindow.php?id=2> [12 de abril 2005]
- UNDCP, 2000; y CSAP, 1993. European Monitoring Center for Drugs and Drug Addiction. <http://www.emcdda.eu.int/index.cfm2> [12 de abril 2005]