

De riesgos y placeres

Manual para entender las drogas

David Pere Martínez Oró
Joan Pallarés Gómez
(eds.)

editorial
MILENIO

¿CONSUMO DE DROGAS O DROGAS DE CONSUMO?

La influencia de la Sociedad de Consumo en los consumos de drogas

David Pere MARTÍNEZ ORÓ

*Fundación Igenus. Doctorando en Psicología Social.
Universidad Autónoma de Barcelona.
dmartinez@fund-igenus.org*

Fernando CONDE GUTIÉRREZ DEL ÁLAMO

*Sociólogo. Director de CIMOP
iconde@cimop.com*

Introducción

El capítulo presenta un análisis histórico de la imbricación entre la Sociedad de Consumo con los usos de drogas. En las últimas décadas, la sociedad española ha atravesado por diversas fases en las formas de vivir el consumo. En cada una de ellas, el consumo de drogas ha jugado un papel muy diferencial con repercusiones sociales muy dispares. Más allá de otros tipos de determinantes, existe cierta relación entre las pautas de consumo generales y las modalidades específicas de consumo de drogas en cada época histórica. Frente a la idea más habitual que sitúa el mundo del consumo y el mundo de las drogas como espacios muy separados, incluso antagónicos, en este capítulo se trata de señalar la relación entre ambos mundos destacando cómo, en la actualidad, el fenómeno del consumo de drogas se inscribe en plena continuidad con el espacio más general del consumo.¹

El texto se dividirá en las cuatro etapas más recientes por las que ha travesado la Sociedad de Consumo. En cada apartado se presentará los elementos socioeconómicos y politicosociales más relevantes para dar cuenta de la imbricación entre el consumo y las drogas. Por su relevancia, se pondrá especial énfasis en los cambios acaecidos en el mercado laboral, el sistema de valores, la juventud y la evolución del ocio.

El presente capítulo pretende situar la evolución del consumo de drogas en la sociedad española, ofreciendo, a la vez, una mirada socioantropológica de cómo el consumo ha condicionado el consumo de drogas. En los siguientes capítulos el lector encontrará aspectos más concretos de la reducción de riesgos, los contextos, los colectivos y las diferentes sustancias.

1. El argumento central del presente texto se basa en la conferencia ¿Cómo intervenir en la prevención del consumo de drogas en una Sociedad de Consumo en crisis? realizada por Fernando Conde en Vilafranca del Penedès el 26 de abril de 2012, en el marco de la "II Jornada Tècnica sobre Drogues de l'Alt Penedès".

Nacimiento de la sociedad de consumo. Años sesenta y setenta

El consumo, en la acepción actual de esta noción, nace en España durante la época franquista en un marco de pobreza generalizada y de ausencia de libertades. Lo que va a marcar de forma importante la Sociedad de Consumo “a la española”. Un elemento que posibilitó su nacimiento fue la puesta en marcha del denominado Plan de Estabilización, por parte de los tecnócratas del Opus Dei en 1959. La finalidad del Plan era la reactivación económica y marcó “el fin de la autarquía y el hermetismo cultural del Régimen Franquista y preparó la abertura al capital, la técnica y la cultura occidental, que van a transformar la sociedad española” (Conde, 1994: 146). De 1960 a 1967 se produjo un fuerte crecimiento económico, con una tasa media anual del 7,2% del aumento del PIB. La producción industrial, producción en serie o fordista, posibilitó la génesis de un primer modelo del consumo en España denominado de consumo de masas que significó el acceso a unos bienes muy estandarizados y poco personalizados.

El desarrollo económico acentuó el éxodo rural, se desplazaron millones de españoles de las zonas rurales a las grandes conurbaciones industriales. La inmigración perseguía aumentar su calidad de vida y prosperar socialmente. Las ciudades crecieron considerablemente aunque en condiciones precarias e incluso insalubres (barraquismo), pero también se construyeron las primeras zonas de ocio, destinadas al entretenimiento de las clases populares. Frente a la pobreza y carencias de las décadas anteriores, la llamada clase media, protagonista imaginaria del naciente modelo de consumo, empezó a erigirse en el grupo de referencia y el centro simbólico y aspiracional de millones de españoles.

Los valores se vinculaban a la cultura del esfuerzo y al trabajo. Trabajar era una exigencia y una aspiración de la inmensa mayoría de la población masculina. Al no lograrlo en España, muchos tuvieron que emigrar a otros países europeos. Durante esta época funcionaban las pautas de gratificación diferida (Touraine, 2010), es decir, estudiar conllevaría conseguir trabajos cualificados bien pagados, y trabajar disciplinadamente implicaría una promoción laboral. Las instituciones sociales como la Familia, el Matrimonio, el Trabajo, sin olvidar la Iglesia y el Ejército, ejercían una gran influencia en la formación de las identidades sociales.

La coyuntura socioeconómica posibilitó la ampliación social de la llamada “norma del consumo de masas”, que en España conllevó el acceso a unos primeros productos de consumo, impensables para la generación anterior, como la vivienda y los electrodomésticos del hogar. El franquismo con su “slogan” “queremos propietarios, no proletarios” impulsó el acceso a la propiedad de la vivienda transformando lo que era un marcador propio de la vieja burguesía y aristocracia (Conde, 1994: 138), en un signo de la prosperidad social² de las nuevas clases medias españolas. Como se apuntó

2. Tendencia que se acentuó durante los noventa y la primera década del siglo XXI.

en Conde (1994: 146): “En ausencia de libertades y de casi cualquier otra forma de socialización “positiva”, el fenómeno del consumo se convirtió en la “salida”, en la puerta de “escape” de las frustraciones de muchos millones de españoles, con lo que el consumo se dotó de una carga simbólica de carácter positivo mucho mayor que en otros países occidentales”, con el consiguiente cambio en la cultura-motivacional de los españoles de la época.

En dicho marco histórico se fraguó la concepción de la juventud como etapa de preparación para el futuro. Las identidades juveniles se construían básicamente en el marco de la familia y el trabajo. Se consolidó la juventud como época vital diferenciada de la adultez, siendo entendida como un ritual de paso hacia ésta. La máxima responsabilidad de los jóvenes era la preparación para el futuro. Mediante el matrimonio se escenificaba la llegada a la vida adulta vinculada a la formación de una nueva familia. Las trayectorias juveniles estaban bien definidas y era improbable una ruptura. Los jóvenes sabían que integrar las normas sociales posibilitaría su integración social.

Hacia el final del franquismo, como consecuencia de la expansión económica, y en parte por el desarrollo del consumo de masas, apareció un primer reconocimiento del tiempo de ocio vinculado al descanso físico para la recuperación funcional de la fuerza de trabajo. Un ocio familiar, caracterizado por las salidas a espacios de recreo durante las horas diurnas (Pallarés y Feixa, 2000: 25) en el que el tiempo libre de los jóvenes no difería cualitativamente del ocio adulto. Por tanto, el ocio se consolidó como un valor social propio de todas las clases y edades. En dicho entorno, se empezaron a atisbar los primeros contextos de ocio marcadamente juvenil, los guateques de carácter privado y la boîte (antecesora de la discoteca), como antesala de la eclosión del ocio nocturno de masas de los ochenta (Pallarés y Feixa, 2000: 26-28).

A finales de los sesenta aparecieron colectivos de jóvenes vinculados a movimientos contraculturales y con ellos los primeros consumos recreativos de drogas. El turismo y los viajes al extranjero fueron un efecto de modernidad no previsto por el Régimen. Llegó la música progresiva, vestimentas inauditas, nuevos valores e ideales, en definitiva, una nueva mirada hacia la realidad social. Hijos de familias acomodadas, universitarios o profesionales liberales, asimilaron como propia la mirada contracultural y el estilo de vida *progre y/o hippy*. Mirada que entró en conflicto con los valores de la España en blanco y negro. Los valores de estos jóvenes se vincularon al hedonismo, a la espiritualidad y a la autorrealización. Valores alejados de los tradicionales fundamentados en la familia, el trabajo, la moral cristiana y también de los nuevos valores como la materialidad y el éxito (Romaní, 2004: 88-100).

Mientras el conjunto de la sociedad se inscribía, de forma creciente, en el consumo de bienes materiales como signo de éxito e integración social, el consumo de drogas se planteaba desde valores contraculturales para escenificar una actitud transgresora, anticonsumista, y para reforzar los vínculos entre

iguales. En primera instancia, el cannabis y el LSD, y posteriormente, la cocaína y heroína fueron herramientas idóneas para experimentar con el propio cuerpo y la psique. No estaba escrito en el guión de la Dictadura, pero España ofreció un abastecimiento fácil de cannabis y anfetaminas. Por una parte, el contacto con los legionarios “grifotas” posibilitó la difusión del cannabis en ambientes de “enrollados” (Romaní, 1982). Por otra, aunque España ratificó la Convención Única de Estupefacientes de 1961 y el Convenio sobre Sustancias Psicotrópicas de 1971, las oficinas de farmacia ofrecieron sin receta médica gran variedad de anfetaminas hasta bien entrados los ochenta.

Para las autoridades del Régimen las drogas eran elementos extraños, consumidas por alternativos y no despertaron excesiva atención. Los consumidores de drogas estuvieron más en el punto de mira, por su ideología que por su consumo de drogas (Usó, 1995: 268-271). Durante el tardo-franquismo y la transición democrática, los significados asociados a los consumos de drogas denotaban un estilo de vida vinculado a la contracultura, una actitud enrollada, un compromiso con la agitación política y cultural y sobre todo ansias de cambio. En este sentido, los consumos de drogas en aquellos años presentaban un fuerte componente ideológico.

Durante la reforma política (1976-1978) y años inmediatamente posteriores, los consumos de drogas se popularizaron entre los jóvenes de clase obrera. El cannabis se difundió más allá de los círculos contraculturales, estuvo presente en manifestaciones, fiestas y barrios obreros. Para algunos era visto como una conquista al régimen y particularmente, como una actitud “izquierdista”. Durante la Transición la heroína, llegada a España el 1973, se desvinculó de las élites contraculturales y se empezó a difundir entre las clases populares. En 1976 se produjo la primera muerte por sobredosis de heroína (Gamella, 1989: 395) abriendo el paso a lo que luego, en los años ochenta, estalló con la llamada crisis de la heroína.

Años ochenta. Desarrollo de la fase de consumos segmentados

Con la victoria del PSOE en 1982 se cerró la Transición y se iniciaron tres procesos clave: la consolidación democrática, la modernización de España y la integración en la comunidad internacional mediante la adhesión a la CEE y a la OTAN. La modernización e internacionalización requerían cambios profundos, tanto en la estructura socio-económica, como en los modelos de producción y consumo. Una de las transformaciones fundamentales fue la reconversión industrial que significó la crisis del modelo de producción fordista y el desmantelamiento de gran parte de la industria pesada, que había representado en los años anteriores el principal motor económico en diferentes territorios,³

3. Asturias: minería y siderurgia; margen izquierdo de Bilbao: siderurgia; Sagunto: siderurgia; Ferrol: astilleros; Cartagena: industria química; o la bahía de Cádiz: astilleros.

y que abrió el desarrollo en España del sector servicios como componente esencial del desarrollo económico.

A su vez, las transformaciones económico-sociales y políticas de aquellos años propiciaron tanto el desarrollo del Estado del Bienestar (fueron los años en los que se universalizaron la sanidad y la educación), como la génesis de un proceso de dualización y segmentación social. Por un lado, se consolidaron y aumentaron las élites vinculadas al sector financiero⁴ y a las nuevas empresas de servicios. El “yuppie” era el icono de las élites. El estereotipo del “yuppie” era el de un hombre joven próximo a la adultez, agresivo y que buscaba el rápido enriquecimiento. Representaba el éxito, la modernidad y en general los nuevos tiempos. A partir de 1986, apareció la cultura del pelotazo que ilustra el rápido enriquecimiento mediante operaciones especulativas. Por otro, la figura del parado, de lo que se empezó a conocer como el parado de larga duración, representaba las dificultades para integrarse en el mercado laboral y en el consumo, en definitiva, en la modernidad.

En esos mismos años el consumo aumentó y se constituyó como un valor central de la “moderna” sociedad española. La irrupción de los llamados “estilos de vida”, especialmente notorios en el caso de los jóvenes, facilitó la segmentación de las normas de consumo. Lo que anteriormente significó la clase media como centro imaginario de las aspiraciones sociales, pasó a ser ocupado por la clase media-alta que se constituyó como el grupo de referencia simbólico y aspiracional para amplios sectores de la población. En la práctica, las élites continuaron con el consumo de productos de marca que denotaban estatus y posición social, además de empezar a consumir emociones y bienestar, mientras que las clases trabajadoras continuaron con el consumo de productos más clásicos y estándar (Conde y Alonso, 1996).

En el ámbito más específico de la juventud, la crisis del modelo fordista y del llamado pacto keynesiano, produjo una primera transformación del contrato social que la había caracterizado hasta ese momento con el alargamiento de la juventud como etapa vital, con una mayor dificultad para emanciparse, una mayor escasez de empleo y unos primeros atisbos de precariedad. La crisis del contrato social conllevó un desplazamiento de los referentes en la construcción de la identidad, se pasó de la familia y el trabajo a los estilos de vida y a los consumos como elementos identitarios. Lo que entroncó directamente con la fragmentación del consumo, el aumento del tiempo de ocio, los aires de modernidad y la centralidad de las salidas nocturnas. Se consolidaron las llamadas tribus urbanas con una alta carga simbólica e ideológica como los punks, skins, rockers, entre otras (Maffesoli, 2004). Por ejemplo, los punks mostraban la in-

4. En gran parte trabajar en el sector financiero entronca con la tradición rentista y el desprecio hacia el trabajo manual, valores que ponen en entredicho el esfuerzo y el trabajo (Conde, 1994: 139).

satisfacción con el modelo social, denunciaban las injusticias, vivían el presente y gritaban que no había futuro. Visionarios para la época, tal como ha quedado demostrado en la actualidad, con la escasa perspectiva de futuro para los jóvenes.

Se construyeron nuevas zonas de ocio en las periferias urbanas, como centros comerciales y equipamientos deportivos y lúdicos. Apareció la oferta de ocio destinado a los grupos de iguales, en consecuencia el ocio familiar pasó a un plano secundario. El tiempo libre se afirmó y consolidó con sentido en sí mismo. Aumentaron las horas de ocio y el número de población juvenil ociosa. También eclosionó la industria del entretenimiento y los servicios relacionados con el tiempo libre. Todo esto posibilitó que el ocio, en lugar de tiempo de recuperación del esfuerzo y el trabajo, se consolidase como el tiempo preferente del consumo.

Las dinámicas económicas facilitaron el auge del sector del ocio nocturno, mediante diferentes formatos (bares musicales, pubs, discotecas, conciertos), aunque el más genuino de los ochenta fue el disco-bar. La emergencia de los estilos de vida, propiciaron la primera diversificación del ocio nocturno, es decir, locales destinados a un sector determinado de la población juvenil, especializándose según corrientes musicales y estéticas (Pallarés y Feixa, 2000: 29). Se produce, por tanto, una afirmación juvenil de un tiempo de ocio autónomo y diferencial. Ir de marcha permitió conquistar un espacio relacional diferenciado, crear símbolos propios, recrear la seguridad del grupo, posibilitar un espacio de reconocimiento alejado del mundo adulto del trabajo (precario e inconstante) y también consumir drogas (Pallarés y Cembranos, 2001: 36). En los ochenta se hacen célebres las salidas nocturnas de los jóvenes españoles, como la movida madrileña, la movida de Vigo o el rock radical vasco.

A principios de los años ochenta se desencadenó la llamada crisis de la heroína, debido a su difusión entre ciertos colectivos de jóvenes, procedentes de diferentes estratos sociales y con diferentes motivaciones para consumirla (Comas, 1989; Pallarés, 1996). En primer lugar, jóvenes desencantados de la transición democrática por los pobres resultados políticos obtenidos, subsanaron el desencanto político con la heroína y pasaron del compromiso político a la heroína (García Prado, 2002). El segundo colectivo, eran jóvenes procedentes de clases trabajadoras. Los cambios socioeconómicos, la segmentación social y el impulso de los procesos de exclusión social llevaron a una parte de jóvenes proletarios a calmar sus males existenciales mediante la heroína (Gamella, 2008: 9-26). Y el tercer colectivo fueron jóvenes de las clases marginales, en gran medida familiarizados con las actividades informales para los cuales la heroína fue un medio de subsistencia más (Romaní, 2004: 105). Los ochenta son sinónimo de heroína. Sinónimo en el plano simbólico porque además de las drogas legales, también se consumieron cannabis, cocaína, anfetaminas, alucinógenos, etc.

El mundo de la heroína fue el destino de los jóvenes desplazados, excluidos hacia los márgenes de la sociedad como resultado del proceso de dualización social emergente de aquellos años. Apareció la subcultura yonqui con un es-

tilo de vida imposible de compatibilizar con una vida normalizada (Romaní, Pallarés y Díaz, 1989). Circular por los márgenes posibilitó adicciones más justificadas por la eficacia simbólica⁵ que por razones estrictamente farmacológicas (Comas, 1984). Las consecuencias funestas de la heroína, imbricadas con la alarma social provocaron la emergencia del “problema de la Droga”, con mayúsculas. Droga como quimera amenazante para la sociedad y devastadora para la juventud. Los consumidores de heroína, denominados como drogadictos, se configuraron en el imaginario social de la época como la antítesis de los “yuppies”, y se transformaron en el chivo expiatorio de los problemas sociales, atribuyéndoles la causa de los diferentes males de la sociedad.

Delincuencia, marginalidad, y con la irrupción del SIDA, la enfermedad, fueron los espacios sociales reservados para los usuarios de heroína. Espacios de exclusión del modelo social y simbólico de la modernidad y el Consumo de aquellos años. De este modo, frente a los modelos contraculturales de los consumos de drogas de las décadas anteriores más propios de ciertos sectores de jóvenes de clases medias y acomodadas, los consumos de drogas de estos años más vinculados a la heroína vinieron a significar un modelo de exclusión social para muchos jóvenes de las clases trabajadoras, de las clases medias bajas, por más que se pudieran vivir como un elemento de refugio y autoatención (Romaní, 2004: 101).

Veladamente, durante los ochenta empezó la difusión de la cocaína, eclipsada social y mediáticamente por la alarma que se construyó alrededor de la heroína. Un consumo de cocaína que simbolizó la segmentación social de los ochenta en dos modalidades de consumo polares: los consumidores de heroína excluidos, que eran tan adictos a la heroína como a la cocaína por vía parenteral, incluso más a la cocaína (Gamella, 2008: 145), y los “yuppies” consumidores por vía intranasal, con más presencia mediática lo que ayudó a configurar el imaginario de la cocaína como símbolo de éxito y prestigio social (Díaz, Barruti y Doncel, 1992: 318). La cocaína esnifada se consideraba limpia, no adictiva y compatible con los quehaceres diarios. Entre las élites jugó un papel inclusivo, y a la vez exclusivo, porque sólo una minoría se podía relacionar con estas élites.⁶

Sociedad de consumo glocal. Período de entre crisis (1994-2008)

Los fastos del 92 cumplieron el objetivo, mostrar a España como un país moderno y preparado para competir en el nuevo orden mundial, aunque la

5. Se puede entender la eficacia simbólica como los efectos producidos por el sistema de creencias integrados en un sistema sociocultural determinado. Creer en ciertas prácticas las hace reales, por ejemplo, creer en la magia la hace eficaz (LÉVI-STRAUSS, 1973: 152).

6. Y también exclusivo a nivel económico porque durante los ochenta un gramo de cocaína valía unas 15.000 pesetas, cuando el salario mínimo interprofesional el año 1985 era de 37.170 pesetas mensuales (mayores de 18 años, sin prorrateo de pagas extras). A 2012 el salario mínimo es de 641,40€ (sin prorrateo) y el gramo vale 50€. En 1985 el salario mínimo interprofesional equivalía a 2,48 gramos de cocaína y en 2012 a 12,82 gramos de cocaína.

consecuencia fue entrar en crisis en 1993. La recesión económica implicó un aumento de las tasas de desempleo, situándose en el 24,1% en noviembre de 1993, el PIB cayó 1,5% respecto la media europea y la peseta se devaluó tres veces en 9 meses. Nuevos términos como globalización, flexibilidad, precarización, deslocalización empresarial, inseguridad, incertidumbre, empezaron a ser moneda corriente por aquellos años como significantes asociados ineludiblemente a las consecuencias de la nueva etapa de desarrollo del modelo de consumo y de la nueva fase del capitalismo financiero que algunos han denominado modelo de consumo glocal (Conde y Alonso, 2002: 28).

Los procesos de financiarización y glocalización supusieron una intensa desregulación de la vida económica y social, una amplia privatización de empresas y servicios,⁷ un debilitamiento del Estado del Bienestar y de los consumos públicos, además de una mercantilización absoluta de los más diversos planos de la vida social (Conde y Alonso, 2002: 33), con la consiguiente crisis y transformación del papel de los Estados nacionales. En palabras de Alonso y Conde (1996: 94-95):

Los Estados nacionales que antes regulaban fundamentalmente la ciudadanía en función de los derechos laborales y sociales, en estos momentos son incapaces de generar una cultura de la seguridad y de garantía laboral, porque tienen que competir a nivel internacional en mercados cada vez más turbulentos y más dinámicos. Este espacio de la competitividad internacional hace que los estados, en buena medida, más que intervenir para garantizar los derechos de la ciudadanía, intervengan para generar situaciones mercantiles eficientes y, por lo tanto, atender antes a los derechos de propiedad que a los derechos del bienestar.

El modelo glocal, bajo el impulso de la financiarización, posibilitó la desregularización del mercado laboral, con la acentuación de dinámicas sociales y simbólicas de precarización generalizada. El mercado laboral continuó ofreciendo contratos de futuro a una minoría social, normalmente procedente de las clases privilegiadas (Furlong y Carmel, 2001: 8) como puedan ser las élites vinculadas a las grandes corporaciones glocales. Por otro lado, una mayoría social fragmentada en la que los trabajos precarios representaban la forma de supervivencia, cada vez más mayoritaria (Alonso, 1999) y en un contexto cada vez más hostil. De esta forma, la segmentación de las normas sociales propias de los años anteriores, se transformaron en fracturación de las mismas con la consiguiente aparición de diferentes “modelos simbólicos de referencia” (Conde, 2002: 293-295), al punto que las propias clases medias que tradicionalmente jugaban el papel imaginario de unificación social empezaron a adquirir conciencia de su crisis y de su proceso de declive y desintegración.

7. Hasta el momento se habían mantenido al margen del libre mercado como las comunicaciones (Telefónica) y la energía (Endesa, Repsol), entre otros sectores.

La caída de la capacidad de compra, de los salarios, la precarización generalizada de la vida de amplios sectores de la población se trató de compensar, de hecho se compensó, durante los años de la llamada burbuja inmobiliaria, con el incremento de los precios de la vivienda y con un generalizado acceso al consumo vía créditos baratos y fácil acceso a los créditos hipotecarios, con el consiguiente desarrollo del llamado “efecto riqueza” y la configuración del consumo como el mejor indicador de integración y de éxito social de la época. Como señala Bauman (2005: 43-48), las personas dejaron de construir su identidad a partir del trabajo y la familia y pasaron a configurarla en torno al consumo.

Se creía que todo el mundo podía disfrutar de todo, lo que implicó la aparición de nuevas aspiraciones y nuevos comportamientos. Las desigualdades sociales crecientes se ocultaban bajo la mezcla simbólica de los hábitos y particularidades de consumo de las diferentes clases sociales. Consumo amnésico, de olvido suicida de la desigualdad social, caracterizado por “los gastos “improductivos”, consuntivos, disipativos y degradadamente ociosos” (Conde, 1996: 76). Los consumidores se volvieron más imprevisibles y volátiles y especialmente atentos a la calidad de vida, a la comunicación y la salud (Lipovestky, 2008). El consumo se organizó, de forma creciente, en función de objetivos, gustos y criterios individuales con el apoyo de las estrategias de marketing denominadas de personalización de los consumos.

Un ejemplo paradigmático de esta transformación de la vida social y de consumo ha sido la propia juventud. La precarización laboral y la dificultad del acceso a la vivienda obtuvo la emancipación de los jóvenes rompiendo, de hecho, la caracterización de la juventud como etapa de preparación para el futuro. La juventud dejó de representar un ritual de paso a la vida adulta para convertirse en un ritual de “estancia” cuyo principal medio de construcción de su identidad pasó a ser el consumo, en lugar del tradicional papel jugado por la familia y el trabajo a este respecto. El consumo pasó a un primer lugar en la expresión de las identidades juveniles. Esto provocó la fragilidad de los vínculos entre los jóvenes con la consecuencia de que las relaciones sociales entre los mismos se volvieron más efímeras e inestables (Bauman, 2007).

Como se señaló en Conde (1999), la disponibilidad de los ingresos procedentes del trabajo precario, siendo insuficientes para la emancipación, eran más que suficientes para desarrollar un alto ritmo de consumo, incluido el de las drogas. Alto ritmo de consumo que con sus propios circuitos, marcas, productos y espacios específicamente juveniles alcanzó su máxima expresión en el espacio-tiempo del ocio y el tiempo libre. En este sentido, el ocio continuó con la tendencia iniciada durante los ochenta y se inscribió definitivamente en el ámbito del consumo. El gasto cuya masificación y generalización, en el caso de la juventud, alcanzó su máxima expresión en la aparición del llamado “parque temático” en el cual recalaron una amplia mayoría de jóvenes, situados en una especie de burbuja singular, en una especie de vía muerta en

la que se entretenían y divertían, en la que predominaba el hedonismo y el presentismo mientras desaparecía el contrato social (Conde y Rodríguez, 2005) que, hasta ese momento, les había vinculado a la sociedad.

La comercialización del ocio nocturno y la inscripción de los consumos de drogas en los tiempos de consumo, convirtieron las drogas en un bien de consumo más. El acento recayó en el consumo y no en las drogas. Consumo de marcha, de ropa, de coches, de emociones y también consumo de drogas, principalmente de alcohol y cannabis, pero también de éxtasis, anfetaminas, cocaína, y en menor medida, ketamina, alucinógenos y GHB (Díaz, Pallarés y Barruti, 2000; Pallarés, Díaz, Barruti y Espluga 2006). A corte ilustrativo, se diversificó el consumo de alcohol, las marcas se vincularon a ciertos estilos de vida. El propio consumo de éxtasis desplazó mediáticamente a los consumos de heroína. El nombre de pastillas de diseño fue una estrategia comercial, así como el GHB, que fue comercializado a finales de los noventa como éxtasis líquido, para aprovechar el gancho del éxtasis, aunque farmacológicamente no tuviesen ninguna similitud. Relativo al cannabis, apareció a finales del siglo xx una potente industria, proliferaron los grow-shops y ya en el siglo xxi aparecieron las ferias del cáñamo. Aparecieron “marcas” y presentaciones de cocaína y speed para distinguir la calidad —más simbólica que real—, como por ejemplo, la cocaína gallega o la alita de mosca; el speed vasco, el amarillo o el de manzana. Estrategias de comercialización para hacer atractivas las drogas a los jóvenes deseosos de consumo. A partir de ese momento, las drogas han ido de la mano del consumo y el marketing.

Desde este punto de vista, de nuevo el consumo de drogas vuelve a tener una estrecha relación con las formas sociales y de consumo más características de cada época histórica. Frente a los consumos contraculturales de drogas en una sociedad, como la de los sesenta y setenta, con un amplio afán de posesión de los bienes materiales, frente a los consumos de drogas marcados por la exclusión social en una sociedad, como la de los ochenta, marcada por fuertes movimientos de promoción social, en los primeros años del siglo xxi, emerge una sociedad en la que se promovió una precarización generalizada de los jóvenes y una fragilización de sus relaciones sociales. El consumo de drogas entre la mayoría de jóvenes jugó el rol de compensar simbólicamente dicho movimiento a través de lo que podríamos llamar la normalización de los consumos de drogas, en el doble sentido de la sociabilización y de legitimación de las drogas en ciertos contextos y tiempos, y de normalidad social de los consumidores, que continuaron con sus obligaciones y responsabilidades diarias (Martínez Oró, 2010), y del fomento del rol de las drogas como consumos relacionales y de “integración social”.

En este sentido, los consumos mayoritarios de la juventud en esta primera década del siglo xxi han sido consumos inclusivos realizados mayoritariamente en grupo y con fines relacionales. El ocio nocturno ha sido el principal tiempo de consumo y los espacios de baile los contextos mayoritarios para

hacerlo. De hecho, se acentuó el ocio como tiempo para cansarse; los lunes se estaba cansado físicamente y los martes anímicamente porque aparecía el bajón emocional característico del consumo de éxtasis. Consumos más mayoritarios y normalizados de drogas por parte de amplios sectores juveniles que hicieron pasar, a un segundo plano mediático y de preocupación social, las dinámicas de exclusión de los consumidores de drogas por vía parenteral, que en aquellos años alcanzaron un alto nivel de cronificación, tanto de la adicción como de la exclusión social.

Crisis actual e incertidumbre del modelo de salida. 2008-actualidad

La actual crisis ha implicado una serie de profundos cambios en el modelo social. En mayo de 2008 se empezaron a escuchar los primeros ecos de la crisis económica, a partir de una desaceleración económica, que en septiembre desencadenó el otoño negro de 2008.⁸ En un primer momento, la crisis se situó en el sector financiero internacional. Con el tiempo, los efectos de la crisis han afectado diferentes ámbitos y han generado una profunda crisis social. La implementación del modelo de financiarización y glocalización económica durante los noventa ha mostrado su cara más negra con la primera gran recesión. Se ha acentuado el debilitamiento del Estado del Bienestar, el trabajo está aún más desregularizado, y se ha observado en el parquet diplomático cómo los gobiernos Estatales han perdido su soberanía frente a la dictadura de los mercados (Ramonet, 2009).

En la actual situación, según palabras de Touraine (2010: 16) “existe un mundo de esclavos libres, y un mundo de tecnócratas, una élite que dirige la sociedad”. A pesar de la recesión económica y la situación de pesimismo, las élites financieras y empresariales glocales han continuado recogiendo beneficios.⁹ En cambio, para los esclavos libres la crisis ha comportado una fuerte intensificación de las dinámicas sociales y simbólicas de precarización y exclusión social. Las políticas de recortes han provocado el fuerte deterioro de los consumos públicos. Esto unido a una mayor presión fiscal con el aumento del IVA y el IRPF, mientras que las Sociedades inversoras de capital variable (SICAV) tributan el 1%, ha provocado una pérdida del poder adquisitivo y el empobrecimiento de la población. El estallido de la burbuja inmobiliaria ha hecho visibles, los fenómenos de intensa desigualdad social que ésta impulsaba y ocultaba. La reforma laboral de 2012 y las medidas de incentivación económica y del

8. El 29 de setiembre de 2008 se desplomaron las bolsas mundiales, la de Nueva York cayó un 6,98% y el IBEX un 3,88%. El viernes 30 de setiembre *La Vanguardia* publicaba en portada un ilustrativo “¡Crash!”.

9. En el año 2011 el banco de Santander ganó 5351 millones de euros, Telefónica 5403 millones euros, Facebook 1000 millones de dólares, IKEA 2970 millones de euros, Philip Morris 8591 millones de dólares, Inditex 1932 millones de euros. Todas estas empresas aumentaron su beneficio respecto el 2010. Goldman Sachs ganó 1010 millones de dólares, aunque perdió un 67% respecto el 2010.

empleo, hasta la fecha no se han traducido en una mejoría de la situación,¹⁰ en consecuencia, las fuerzas centrífugas continúan bien activas expulsando población de la vulnerabilidad hacia la exclusión. Situación que presenta la exclusión y la desconexión social como riesgos fuertes para los trabajadores.

La actual situación presenta una incertidumbre sobre los modelos de Consumo de salida de la crisis. La profunda fragmentación, casi centrifugación social conlleva diferentes niveles de consumo. En términos globales, en los últimos cuatro años las familias españolas han realizado una fuerte contracción cuantitativa del consumo.¹¹ A pesar de esto, las élites no han visto descender su poder adquisitivo y han continuado con los consumos de estatus, bienestar y también de productos de lujo.¹² En cambio, las familias en situación de vulnerabilidad son las que han reducido más profundamente su consumo y han aumentado las familias que consumen exclusivamente “lo necesario”.

Relativo a la relación entre los jóvenes y el consumo, podemos atisbar una compleja relación entre estos dos significados. La segmentación de las identidades juveniles implica diferentes manifestaciones y significados del consumo juvenil. A pesar que la actual generación juvenil ha crecido en el calor de la Sociedad de Consumo, en términos generales, han reducido el consumo. Entre los más precarios y vulnerables el consumo es de “lo necesario”, algunos sobreviven gracias al colchón de la familia, que garantiza lo mínimo y algún que otro capricho. Para estos quedan lejos los consumos voraces y desenfrenados propios de la época anterior.

Entre los jóvenes se ha agravado la situación de aparcamiento social con altos índices de paro y dificultades para emplearse, muy especialmente entre los jóvenes sin estudios (España, en mayo de 2012, era el tercer país de la Unión Europea con mayor tasa de abandono escolar¹³). Los jóvenes experimentan profundos malestares emocionales al verse imposibilitados para cumplir sus expectativas y planes de vida (Martínez Oró, 2012), especialmente entre los jóvenes universitarios que observan como España es el país de la Unión Europea con más sobre calificación.¹⁴ Como panacea para mitigar la situación, las administraciones ofrecen a los jóvenes la cultura de la emprendeduría o de

10. “España bordea a finales de 2012 los 6 millones de parados.” *Pública*, 23 de enero de 2013. La noticia apunta “Que la reforma del mercado de trabajo no ha sido buena para el empleo lo ejemplifica bien el hecho de que, durante 2012, se hayan destruido casi el mismo número de puestos de trabajo que en los dos años anteriores.”

11. “España modera su recesión en el tercer trimestre tras la menor caída del consumo”. *El País*, 15 de noviembre de 2012.

12. “El lujo “made in Spain” sortea la crisis con un aumento de las ventas del 15 por ciento”. *El País*, 25 de diciembre de 2012.

13. Según el Eurostat el 28% de los jóvenes entre 18 y 24 años no prosiguieron sus estudios tras haber cursado la enseñanza básica obligatoria. La tasa media de la Unión Europea es del 14%.

14. Según el Eurostat España tenía en 2011 el 31% de los trabajadores sobre cualificados mientras que la media de la Unión Europea era del 19%.

la emigración (como en los sesenta), que en caso de fracaso no tendrá coste alguno para el Estado. Para los adolescentes, ahora más que nunca, construir una identidad y pensar en el futuro genera más incertidumbre y angustia que nunca. Estos reciben discursos pesimistas sobre el futuro, en consecuencia algunos van a desistir del esfuerzo de estudiar. Un sector de ellos, en un marco muy disciplinante, recuperan ciertos valores del trabajo y del esfuerzo.

Entre los más jóvenes, especialmente los adolescentes aún en proceso de maduración, continúa cierta fascinación por el consumo y entre algunos de ellos vive el deseo por el consumo y la presión para satisfacer las necesidades configuradas en las anteriores épocas (Martínez Oró, 2013), aunque sus niveles reales son bajos. A pesar de ello, la mayoría de estos, al entrar en contacto con la precariedad, ven trastocado su deseo hacia el consumo y sus gastos se centran en lo más necesario. Entre las élites y una minoría llamados popularmente como “fashion victims”,¹⁵ el deseo persiste como en la época anterior, los primeros porque su poder adquisitivo así se lo permite y los segundos a costa de las tarjetas de crédito y de realizar malabarismos con su economía.

El uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), se presenta como una de las pocas características identitarias comunes para la actual generación juvenil, a pesar que los diferentes usos y significados que se traducen en diferentes influencias en la identidad. Las TIC posibilitan la emergencia de una identidad virtual colectiva. El boom de las redes sociales y de los dispositivos de pantalla ha modificado las pautas relacionales. Los consumos fáticos (Conde y Alonso, 2002) estimulan las relaciones interpersonales inmediatas, por ejemplo, mediante el teléfono móvil posibilita que los jóvenes se mantengan continuamente conectados. Consumos fáticos que resignifican las pautas relacionales y potencian la inmediatez de los hechos personales sin la necesidad de estar reunidos.

En estos momentos difíciles, austeros, de precariedad generalizada, se produce una cierta penalización de la cultura del ocio. Los tiempos de ocio, en términos cuantitativos, se han mantenido estables aunque algunos han recuperado el sábado como laborable. El ocio es más proximal, para reducir gastos se evitan grandes desplazamientos. En relación con el ocio nocturno, los altos precios, el bajo poder adquisitivo, la ley del tabaco, entre otros elementos, han obligado a los jóvenes a recuperar los espacios privados como espacios de diversión. Además, en los últimos años se ha acentuado el proceso de penalización del uso de los espacios públicos, gran cantidad de ayuntamientos han aprobado ordenanzas municipales para perseguir el “botellón” mediante estrategias punitivas,¹⁶ que se traduce en una menor presencia de jóvenes y acentúa el proceso glocal en qué los espacios públicos están pensados para el Consumo y no para la reunión.

15. Expresión popular en auge para definir las víctimas del consumo.

16. *El País* el lunes 23 de julio de 2012 recogía la noticia “No puedo pagar 600 euros de multa” referido a un joven de Madrid que fue multado por realizar botellón.

En la actualidad el consumo se configura como el mecanismo para obtener todo tipo de satisfacciones, y esto imbrica con el consumo de drogas. Relativo al uso de drogas, la tendencia hacia un mayor control en su consumo existente antes de la crisis (Conde y Gabriel, 2005) se ha visto reforzada por la contracción del ocio y el consumo asociado con la crisis, con la consiguiente repercusión en un descenso cuantitativo de consumidores (OED, 2012), así como de la frecuencia y la intensidad del uso de drogas (Martínez Oró, Pallarés, Espluga y Barruti, 2010; Martínez Oró y Pallarés, 2009). La normalización social de las drogas entre los jóvenes en situación de vulnerabilidad llegó a su máximo durante el período 2000-2005. A partir de este periodo, los consumos de drogas ilegales han descendido, y su presencia en los contextos de fiesta es menos notorio. El cannabis y la cocaína se utilizan en menor medida que hace diez años. Los consumos de speed, ketamina y MDMA son minoritarios. La única droga que mantiene su nivel anterior es el alcohol, configurándose así como la droga de la época actual.

El alcohol adquiere unos significados ambivalentes en función de los tiempos y contextos de consumo. Para los jóvenes y adolescentes su consumo se normaliza durante el ocio nocturno, en ocasiones se bebe intensivamente, ya que algunos buscan la embriaguez más que los efectos moderados del alcohol en grupo. Para los adolescentes y jóvenes es fácil comprar alcohol, así se evita el contacto con el mercado negro, esto unido a la tradición de beber alcohol en nuestro contexto hace que se normalice y sus riesgos se relativicen. La ambivalencia del alcohol se manifiesta en aspectos como, por una parte se relaciona con la fiesta, los tiempos informales y pasarlo bien, pero por otra parte con las borracheras y los problemas derivados de estas (violencia, accidentes, suciedad, intoxicaciones), así como con el alcoholismo. Los jóvenes y adolescentes justifican su uso —o abuso— de alcohol como una práctica social normal porque según ellos “todo el mundo bebe” (Pallarés y Martínez Oró, 2013). En los tiempos actuales tanto jóvenes como adultos utilizan recurrentemente el alcohol como herramienta de autoatención para mitigar diferentes males, esta práctica es ambivalente porque por una parte puede ayudar a sobreponer momentáneamente los malestares, pero a largo plazo puede implicar serios daños para el consumidor.

Además de los consumos de alcohol, las tendencias de los últimos años, hacen destacar tres tipos de sustancias por su estrecha relación con el consumo y los estilos de vida consumistas. El primer tipo son los *legal highs* y los *research chemicals* vendidos por Internet, intentan atraer nuevos consumidores mediante estrategias de marketing y presentaciones muy vistosas. Drogas minoritarias pero que se deberá de atender a su evolución por el fácil, seguro, barato y “legal” acceso. En segundo lugar, los anabolizantes, la presión de la sociedad hacia ciertos modelos de belleza, hace entender como atractivos los cuerpos musculosos. Se asume el riesgo de consumir hormonas para obtener el beneficio inmediato de la supuesta belleza, sin atender ahora en los efectos a largo plazo,

reflejo claro del pensamiento presentista. El tercero, los psicofármacos, en estos momentos de ansiedad generalizada y profundo malestar emocional, la industria farmacéutica trabaja para aumentar las ventas y por extensión sus beneficios, con la complicidad del estamento médico, el consumo de psicofármacos ha aumentado considerablemente. Sin lugar a dudas, los consumos de alcohol y de estos tres tipos de sustancias ya no responden al consumo de drogas, responden a las drogas de Consumo.

Referencias bibliográficas

- ALONSO, Luis Enrique (1999). *Trabajo y ciudadanía: estudios sobre la crisis de la sociedad salarial*. Madrid: Trota.
- ALONSO, Luis Enrique & CONDE, Fernando (1996). “Las paradojas de la globalización: la crisis del estado del bienestar nacional y las regiones vulnerables”. *Revista de Estudios regionales*, 44, 87-124. Ejemplar dedicado a: X Jornadas de Estudios Andaluces: Las autonomías en el Estado español: un balance.
- BAUMAN, Zygmunt (2005). *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*. Barcelona: Gedisa (original 1998).
- BAUMAN, Zygmunt (2007). *Temps líquids. Viure en una època d'incertesa*. Barcelona: Viena edicions.
- COMAS, Domingo (1984). *Las bases simbólicas de concepción del uso de drogas como enfermedad*. III congreso de Antropología. San Sebastian, mimeo.
- COMAS, Domingo (1989). “La construcción social de la imagen del drogodependiente: consecuencias para la prevención y atención”. En Jornada de Psicología de la intervención social, *Insero*, 2, 233-261.
- CONDE, Fernando (1994). “Notas sobre la génesis de la Sociedad de Consumo en España”. *Política y Sociedad*, 16, 135-148.
- CONDE, Fernando (1996). “Crisis de las sociedades nacionales de consumo de masas y nuevas pautas de consumo de drogas”. *Revista de Estudios de Juventud*, 37, 71-86.
- CONDE, Fernando (1999). *Los hijos de la des-regulación. jóvenes, usos y abusos en los consumos de drogas*. Madrid: CREFAT.
- CONDE, Fernando (2002). *La mirada de los padres. Crisis y transformación de los modelos de educación de la juventud*. CREFAT: Madrid.
- CONDE, Fernando & ALONSO, Luis Enrique (1996). “Crisis y transformación de las Sociedades de Consumo: de los modelos nacionales al modelo glocal”. *Revista de Estudios de Consumo*, 36, 12-26.
- CONDE, Fernando & ALONSO, Luis Enrique (2002). “Gente conectada: La emergencia de la dimensión fática en el modelo de consumo glocal”. *Política y sociedad*, 39 (1), 27-51.
- CONDE, Fernando & GABRIEL, Concha (2005). *Las concepciones de salud de los jóvenes. Informe 2004. Instituto de Salud Pública*. Madrid: Dirección General de Salud Pública y Alimentación. Comunidad de Madrid.
- CONDE, Fernando & RODRÍGUEZ, Elena (2005). “Crisis del modelo de pacto social”. *Revista de Estudios de Juventud*, 54, 63-70.
- DÍAZ, Aurelio; BARRUTI, Mila & DONCEL, Concha (1992). *Les línies de l'èxit? Naturalesa i extensió del consum de cocaïna a Barcelona*. Barcelona: Laboratori de Sociologia. Ajuntament de Barcelona.
- DÍAZ, Aurelio; PALLARÉS, Joan & BARRUTI, Mila (2000). *Primer informe 1999. Observatori de nous consums de drogues en l'àmbit juvenil*. Barcelona: Institut Genus.

- FURLONG, Andy & CARTMEL, Fred (2001). *Els contextos canviants de la joventut*. Col·lecció aportacions. Barcelona. Secretaria General de la joventut.
- GAMELLA, Juan Francisco (1989). *La peña de la vaguada. Análisis etnográfico de un proceso de marginación juvenil*. Tesis Doctoral. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
- GAMELLA, Juan Francisco (2008). *La historia de Julián*. Madrid: Popular (original 1990).
- GARCÍA PRADO, Gonzalo (2002). *Los años de la aguja: del compromiso político a la heroína*. Zaragoza: Mira Editores.
- LÉVI-STRAUSS, Claude (1973). "El hechicero y su magia". En *Antropología Estructural*. (151-167) Buenos Aires: Siglo XXI (original 1958).
- LIPOVESTKY, Gilles (2008). *La felicidad paradójica*. Barcelona: Anagrama (original 2007).
- MAFFESOLI, Michel (2004). *El tiempo de las tribus. El ocaso del individualismo en las sociedades posmodernas*. México D.F: Siglo XXI (original 1998).
- MARTÍNEZ ORÓ, David Pere (2010). "Lo normal y lo desviado en los consumidores de drogas". *Actas del X Congreso de Sociología Española. FES*.
- MARTÍNEZ ORÓ, David Pere (2012). *El saludable malestar. Análisis crítico de los adolescentes españoles*. Barcelona: Fundació Igenus.
- MARTÍNEZ ORÓ, David Pere (2013). "El malestar emocional entre los jóvenes precarios. Causas, consecuencias y estrategias de alivio del malestar". *Actas XI Coloquio REDAM. Jóvenes, desigualdades y salud*. (en prensa).
- MARTÍNEZ ORÓ, David Pere & PALLARÉS, Joan (2009). *Entre rayas. La mirada adolescente hacia la cocaína*. Lleida: Milenio.
- MARTÍNEZ ORÓ, David Pere; PALLARÉS, Joan; BARRUTI, Mila & ESPLUGA, Josep (2010). *Observatori de nous consums de drogues en l'àmbit juvenil. Informe 2009*. Barcelona: Fundació Igenus.
- Observatorio Español sobre Drogas (2012). *Informe 2011*. Madrid: Delegación del Gobierno para el Plan Nacional Sobre Drogas.
- PALLARÉS, Joan (1996). *El placer del escorpión. Antropología de la heroína en Cataluña*. Lleida: Milenio (original 1995).
- PALLARÉS, Joan & FEIXA, Carles (2000). "Espacios e itinerarios para el ocio juvenil nocturno". *Revista de Estudios de Juventud*, 50, 23-41.
- PALLARÉS, Joan & CEMBRANOS, Fernando (2001). "La marcha, la pugna por el espacio". *Revista de Estudios de Juventud*, 54, 35-45.
- PALLARÉS, Joan; DÍAZ, Aurelio; BARRUTI, Mila & ESPLUGA, Josep (2006). *Observatori de nous consums de drogues en l'àmbit juvenil. Metodologia i Informe evolutiu (1999 - 2005)*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Departament de Salut.
- PALLARÉS, Joan & MARTÍNEZ ORÓ, DAVID Pere. (2013). *¿Beber para crecer? El consumo adolescente de alcohol*. Lleida: Milenio.
- RAMONET, Ignacio (2009). *La catástrofe perfecta. Crisis del siglo y refundación del porvenir*. Barcelona: Icaria.
- ROMANÍ, Oriol (1982). *Droga y subcultura: una historia cultural de "haixis" a Barcelona (1969-80)*. Tesis doctoral. Barcelona: Edicions Universitat de Barcelona.
- ROMANÍ, Oriol (2004). *Las drogas. Sueños y razones* (2ª edición). Barcelona: Ariel (original 1999).
- ROMANÍ, Oriol; PALLARÉS, Joan & DÍAZ, Aurelio (2001). "¿Dependencia o estilo de vida? La vida de un grupo de heroinómanos catalanes en los 80s." *Trabajo Social y Salud*, 39, 205-216.
- TOURAINÉ, Alain (2009). "Extranjeros en su propia sociedad". En Félix Tezanos (ed.), *Juventud y exclusión social* (11-20). Sevilla: Editorial Sistema.
- Usó, Joan Carles (1995). *Drogas y cultura de masas (España 1855-1995)*. Madrid: Taurus.