

## **EL COMPONENT PSICOSOCIAL EN EL CONSUM RECREATIU: ENTRE LA DIVERSIÓ I EVITAR PROBLEMES**

**David Pere Martínez Oró. Psicòleg Social**

***Coordinador de l'Observatori de Nous Consums de Drogues en l'Àmbit Juvenil. Institut Genus***

### **La joventut actual en el temps d'oci**

En la present ponència presentarem el component psicosocial del consum recreatiu, per fer-ho farem un breu repàs històric que ha conduït a la situació actual, exposarem a grans trets la condició juvenil, els espais de festa que freqüenten els usuaris de drogues, i unes breus reflexions sobre la relació entre les persones i els consums de drogues.

El consum de drogues il·legals a Espanya en les últimes quatre dècades es pot dividir en tres èpoques. La primera època, a finals del setanta, durant el crepuscle del feixisme, es donar una lenta però significativa obertura cap a les noves tendències que provenien de la resta d'Europa que en resulta una "modernització" dels sectors juvenils a espanyols. Aquest procés portar la difusió de drogues il·legals que és el reflex del canvi de la condició juvenil, el consum de drogues jugaran un paper de diferenciació respecte els altres sectors de la població. La principal droga il·legal d'aquesta època és el cannabis que funcionar com a generador de la identitat contracultural dels joves de l'època. És en aquesta època quan es dona l'auge del temps d'oci, l'aparició d'espais propis i diferenciats del món dels adults. A finals del 70 i especialment en els 80 es produeix la difusió de la heroïna que castigar un sector de la població juvenil. En gran mesura la població juvenil estava desencisada per la transició política, patia uns índex d'atur elevat i la majoria vivien submergits en la crisi econòmica. L'auge del consum d'heroïna provocar una alarma social històrica i desmesurada, que tingué com a resultat que en l'imaginari social s'associés qualsevol usuari de drogues amb un jove heroïnòman delinqüent i malalt. Aquesta associació lligat a posicions moralistes sobre l'acte de consumir drogues, estengué i potenciar un estigma sobre l'usuari de drogues. Aquest estigma és vigent avui en dia i per un part de la població l'usuari de substàncies només pot ser l'addicte marginal. Com exposarem al llarg del text aquest estigma no té raó de ser.

A finals dels vuitanta i principis dels anys noranta es produeixen la difusió dels consums, primerament de cocaïna i posteriorment de MDMA i anàlegs, per part dels sectors juvenils amb finalitats recreatives vinculades totalment a la festa i l'oci. Aquest patró de consum recreatiu és l'expressió majoritari actual que caracteritzarem al llarg d'aquestes línies.

Com podem observar en les dues primeres èpoques de la difusió de les substàncies entre la població juvenil, trobem que existeix un rerafons marcat per posicions ideològiques en la primera època i en la segona unes dificultats socials que castiguen als joves. En canvi en la època actual les condicions socials en que viuen el jove no són el detonant del consum però sí que influeixen en la seva expressió ja que al tenir més d'oci poden gaudir més de les drogues. Així podríem dir que el consum de drogues actual és una expressió hedonista de la societat de consum, ja que per la majoria de joves les drogues són un bé de consum més.

Per a poder seguir l'evolució d'aquest nou consums l'any 1999 es posà en funcionament l'Observatori de Nous Consums de Drogues, pensat per a ser un sistema d'alerta ràpida que fos sensible als consums emergents de drogues. Des dels seus inicis, l'Observatori tenia com a objecte d'estudi el fenomen del consum de drogues, en relació amb els estils de vida de la població que les consumeixen i el context en el qual es produeix. L'Observatori neix de la necessitat de conèixer els nous patrons i perfils de consumidors de substàncies, que emergiren al llarg del anys noranta, com és la popularització de la MDMA i anàlegs. Aquests nous consums féu expandir el problema de les drogues fins aleshores centrat en l'heroïna. Actualment, l'Observatori continua treballant per copsar i aprehendre els canvis que es van produint any rere any pel que fa, als consums de drogues, els seus protagonistes i els contextos de festa, entre d'altres fenòmens que estan relacionats.

### **La societat de consum com a transfons del consum de drogues**

Les societats occidentals han sofert una sèrie de canvis progressius però profunds des del final de la segona guerra mundial fins a l'actualitat, que comportaren a nivell sociològic el pas de la societat industrial a la societat de consum. En paraules de Bauman s'ha passat de l'ètica del treball a l'estètica del consum. El canvis que esdevingueren en la nostra societat comportar una reorganització de l'estructura social que es plasmaren una gran quantitat de canvis que influïren a totes les capes socials. Aquest canvis socials impactaren especialment als sectors juvenils, que es plasmaren en la precarietat laboral i les dificultats per emancipar-se. Com ha resultat s'ha produït un allargament de la condició juvenil, que per a uns joves els hi ha servit per a invertir més temps en els estudis i en la formació, per altres els ha comportat treballar amb feines poc qualificades, tot plegat a tingut com a resultat que prologuessin la seva entrada al "món adult" situant-los en un "aparcament social". La crisi del treball que viuen els sector juvenils comporta que aquestos no s'identifiquin amb models professionals, per tant ja no és la feina sinó l'oci l'entitat generadora de subjectivitat. La feina ja no ubica als subjectes en l'esfera social, sinó que és l'expressió individual del consum el que ubica els subjectes, així en el marc de la societat de consum, podríem dir de manera lapidària, "ja no som el que treballem sinó que som el que consumim". Per tant, la màxima expressió de la societat de consum entre els joves es dóna en els temps d'oci. Com a resultat d'aquest pas, "els joves actuals, fills de la societat del benestar i educats en una esfera de consum, el temps lliure és una de les característiques definitòries de la condició juvenil. Aquesta generació de joves, ho vulguin o no, és la que disposa de més temps lliure en comparació a les anteriors, que és un espai, per definició, allunyat dels papers socials que cal assumir dia a dia" (Díaz,A; Pallarès,J; Barruti,M 2001:56). És el moment en què els joves tenen temps, per a desplegar les activitats allunyades de la feina o els estudis que també els interessin, els motiven, i és el temps relacionar-se.

Una part de la població juvenil, especialment, entre aquells que des de l'Observatori vam caracteritzar com a adolescents de barri –però també en altres sectors juvenils (Díaz et al, 2003) que no s'identifiquen amb models professionals, que no veuen amb els estudis un futur i que la majoria pateixen de fracàs escolar i dèficit d'oportunitats en funció de la classe social i el barri d'origen (Furlong i Cartmel, 2001), accedeixen al mercat laboral a edats molts primerenques i són especialment sensible a la precarietat laboral degut al baix grau d'especialització. Aquestes feines amb les quals no es projecten com a futur a llarg termini ni molt menys amb les que es senten identificats, però que els hi permet obtenir ingressos a curt

termini, per a poder accedir a bens de consum que són viscuts a desitjats, -per la pressió de la societat de consum -que els hi permetrà desenvolupar una subjectivitat que els ubicarà en el pla de relacions (cotxe, moto, roba, aparells de música telèfons mòbils...), a més de poder accedir al món de l'oci amb cert poder adquisitiu, que els permetrà obtenir bens de consum per a poder gaudir de la festa amb més intensitat, entre aquestos bens trobem les drogues.

### **Els espais de festa com a reguladors de la imatge.**

Per entendre l'actual consum recreatiu de drogues ens hem d'apropar als escenaris de consum, que principalment són els espais de festa. En aquesta ponència se'ns havia demanat que relacionessin la imatge amb consum de drogues, això no és fàcil de dilucidar però sí que podem caracteritzar els espais de festa i com aquests regulen la imatge dels seus usuaris.

En l'actualitat els espais que poden donar cabuda a una festa diversos. Els espais de festa els podem classificar en dos categories en funció de la manera de concebre la festa. Uns que estan gestionats pels propis protagonistes de la festa, d'una manera col·lectiva i sense afany de lucre, entenen la festa com a oci i els que estan gestionats per empreses amb esperit comercial i amb afany de lucre, és a dir, entenen la festa com a negoci. Aquesta divisió és important en la significació que adoptar la festa. Com es pot veure, per uns la festa és oci mentre que per d'altres és negoci. Si anem a buscar l'etimologia grega d'aquestes paraules que el negoci és la negociació del oci. En l'actualitat l'oci de la població s'ha convertit en un negoci rentable, totalment en consonància amb el sistema keynesià i la societat de consum.

Els que entenen l'oci com a negoci han de vetllar per els propis interessos, estan subjectes a la legislació vigent i han de complir una sèrie de normes molt estrictes, que fan que estiguin més exposats a sancions administratives per el incompliment d'aquestes. Complir amb totes les reglamentacions necessàries suposa una despesa econòmica per l'empresa que es carrega sobre l'usuari de l'espai (alt preu de les begudes, pagar per entra). Per tant, els espais de festa entesos com a negocis al estar inscrits dins del circuit comercial de la festa han d'anar a cercar clients per poder ser negocis rentable. Com descriuen els col·laboradors de l'Observatori en petites ciutats existeixen les "discoteques de poble" en que la cartera de clients no és molt preocupant, degut que per les condicions geogràfiques no tenen molta competència i acostumen a agrupar a tot tipus de joves de la contrada. En les ciutats més grans la competència és més alta i les estratègies per a captar clients són més amplies, com utilitzar promocions (en ocasions sexistes i discriminatòries), especialitzar-se amb estils música, cercar de dj's reconeguts, diferenciar-se d'altres espais a traves elements com la decoració, entre d'altres, tot això per anar a buscar poblacions diana de joves que compleixin les expectatives del local, tot plegat ajuda a ubicar el local dins del circuit de l'oci. En ocasions els locals per a aconseguir el tipus d'usuari que desitgen, i així preservar la seva idiosincràsia dins del circuit del oci, fan emmotllat uns criteris estètics als seus usuaris, que permeten diferenciar els que poden gaudir del espai i els que no poden. Això es pot regular de manera explícita, amb la presència de controladors d'accés que regulen selectivament l'usuari, o de manera implícita a través dels discursos que circulen dins de l'entramat juvenil, que els joves reben de l'espai concret i que els motiva o no a anar-hi.

Els espais de festa gestionats pels joves protagonistes de la festa tenen un enfocament qualitativament diferent. Les festes s'organitzen de manera col·lectiva amb la finalitat de gaudir-

ne i no de lucrar-se. És molt freqüent que, en ocasions, quan es produeixen beneficis en aquestes festes, siguin destinats a fins solidaris. En ser organitzades fora del circuit comercial de l'oci, poden oferir uns preus més assequibles als joves "empobrits", ja que no estant subjectes a les legislacions que regulen els locals d'oci nocturn. En alguns d'aquests espais, l'estètica és un element diferenciador entre els seus usuaris, però difícilment trobarem un control explícit per poder-hi accedir. El control implícit sí que es dona de la mateixa manera que en els espais gestionats per empreses. La majoria d'aquest espais tenen un component de denúncia social, que s'expressa de diferents maneres, però és especialment important la seva crítica a la gestió de la festa que tenen els espais comercials.

Com hem vist, la relació entre imatge i espais de festa pot arribar a ser directa. La relació entre imatge i consum de drogues és més tènue i difícil de dilucidar. Tradicionalment, certs grups juvenils que han estat conceptualitzats com a moviments juvenils se'ls ha associat a consums de drogues concretes. Com el cas del rastafaris a la marihuana, els punkys a l'amfetamina, els yuppies a la cocaïna, els hippis al LSD, els clubbers a la MDMA. En general, aquestes associacions funcionen més com a imaginari que com a realitat pràctica. Entre els usuaris de substàncies amb finalitats recreatives no podem associar de forma clara i directa una imatge amb uns perfils de consumidors. Si, però que poden apropar-nos a les diferents construccions psicosocials que permeten l'associació de consums de substàncies en l'entramat de les relacions socials.

En l'actualitat el consum recreatiu engloba a la majoria de consumidors de substàncies il·legals –a excepció del cannabis- que ha tingut com a resultat una notable socialització de substàncies, a més de les anomenades com la cocaïna i la MDMA, trobem la pròpia amfetamina, al·lucinògens tipus bolets i LSD i d'altres substàncies com la Ketamina o el GHB. Aquest auge del consum recreatiu en els context de festa entre els usuaris del món de la nit, ha tingut com a resultat que, "la majoria de consumidors veuen el seu consum compatible amb el seu entorn, considerant-lo normalitzat socialment i com un bé de consum més, no es veuen ni s'identifiquen com a drogoaddictes ni problemàtics" (Joan Pallarès; Mila Barruti; Josep Espluga; David Pere Oró; Guillermo Canales, 2007b:109). En general, la majoria de joves a llarg dels anys poden freqüentar qualsevol tipus d'espais, que sempre vindrà motivat per les condicions relacionals en què es doni la festa. Al llarg dels anys l'Observatori ha contrastat que els joves s'identifiquen més per el que rebutgen, que per criteris d'identitat suficientment diferenciadors, anomenant-se a sí mateixos com a "normals".

### **Significacions del consum recreatiu**

La experiència d'investigació dels últims anys de l'Observatori sobre joves i consum de drogues ens ha portat a deixar de considerar els diferents estils juvenils com a elements que permeten discriminar i establir diferències significatives respecte els consums de drogues i adoptar abordatges més realistes per a entendre la variabilitat de consums existents. Per una altra part els joves cada vegada més són més permeables i heterogenis, per el que es fa difícil emmarcar-los a partir de indicadors estètics (música, roba, presentació) o d'altres tipus, que sempre tendeixen a reafirma unes determinades característiques en confrontació amb altres, que després en la pràctica els diferents grups intercanvien de mil maneres i atenen a gustos i percepcions no només grupals sinó també individuals. Les modes canvien amb rapidesa i les

exigències del mercat i altres aspectes que poden passar inadvertits exerceixen notables variacions en les característiques y presentacions de les cultures juvenils.

El context de consum de drogues il·legals està ben limitat: els espais de festa. El consum que surten d'aquests paràmetres acostuma a ser viscut com a "desviat". El consumidor recreatiu compleix amb les pròpies obligacions (feina, estudis) i compleix un correcte funcionament que comporta no consumir ja que les drogues són reservades per a la festa. Com ja hem dit, el consum es considera oportú en el temps d'oci, però no en totes les festes es considera adequat consumir. Els joves busquen un context idoni i una companyia que facin agradable l'experiència ja que, a nivell subjectiu, l'efecte de les drogues es veu interferit per aquests dos factors. El coneixement que tenen els consumidors sobre les propietats de les drogues pot fer que en el moment de la festa aquestes es trobin a faltar, ja que saben que amb les drogues la situació es veu d'una altra manera i tot acostuma a anar millor (en el sentit que la intensitat de la festa augmenta, especialment, en relació amb la música i els amics) o, si més no, aquest és el resultat de l'aprehensió subjectiva. Per alguns consumidors, la festa significa consumir drogues. Aquesta associació no és viscuda com quelcom negatiu, sinó que es viu amb normalitat. Això s'observa fins al punt que alguns participants narren sense embuts que, en cap cas, no val la pena anar de festa sense consumir drogues. Si més no, consideren que poden dedicar el seu temps d'oci a altres activitats tant o més gratificants que anar de festa. Aquesta disparitat d'opinions entre els mateixos consumidors ens fa plantejar que la frontera entre el consum recreatiu i el problemàtic se'ns presenta difusa, poc delimitada. Per exemple, hem detectat que en alguns casos, el significat fruit de l'associació de la festa amb les drogues es viu com a normal mentre que, en altres casos, els mateixos consumidors perceben aquesta associació com a nociva o problemàtica (consideració que comparteix gran part de la literatura especialitzada, Aurelio Diaz, Mila Barruti, Concha Doncel, 1992:113). El caràcter constituent de la realitat que posseeix el llenguatge és el responsable que per a uns consumidors el significat dels consums siguin recreatius i per a d'altres problemàtics. La integració d'aquests significats orienta la subjectivitat del consumidor de drogues. Així, per alguns consumidors no tindran reflexivitat de ser consumidors problemàtics fins que no integrin en la subjectivitat els discursos que donen compte dels problemes com a propis.

El consum recreatiu de cap de setmana és l'expressió majoritària que adquireix el consum de drogues en l'actualitat. En la majoria de consumidors no desencadenarà una trajectòria erràtica amb final dramàtic. En altres (una minoria), però, sí que tindran problemes severos a causa de les drogues. Encara que el discurs abstencionista avalat per diversos sectors de la societat creu que consumir està associat a desestructuració social i a altres problemes de forma inevitable, això no té perquè ser així. El discurs abstencionista no és vàlid per als consumidors perquè no accepta l'ús recreatiu de substàncies. A més, associa el consumidor de drogues amb un perfil personal amb el que el consumidor recreatiu no s'identifica. El discurs de la reducció de riscos és més afí al discurs que elaboren els joves pel que fa a la gestió del propi consum. El discurs que ajuda als consumidors recreatius a interpretar "el món de drogues" és el que ells mateixos elaboren a partir de les experiències pròpies o alienes, ja que són aquestes les que construeixen els significats del que són les drogues. La integració en la subjectivitat d'aquests discurs construït conjuntament amb els altres consumidors els hi permet interpretar els significats del consum i valorar si està dins dels paràmetres de la normalitat.

Les drogues ofereixen un ampli ventall d'efectes positius i desitjats, que són els que en motiven el consum. Algunes drogues modifiquen l'estat físic, permeten mantenir o augmentar el ritme de festa mitigant la fatiga i la son i, a més, també ajuden a controlar els efectes d'altres drogues. Altres drogues alteren la percepció de la realitat provocant efectes sobre l'estat d'ànim, que permeten viure més intensament la festa, gaudir de sensacions plaents, experimentar amb el propi cos o evadir-se dels problemes quotidians, etc. A nivell psicosocial, les drogues en els espais de festa s'utilitzen com una eina que permet obtenir aquestes sensacions físiques i psíquiques plaents. Però aquesta eina, en hores i dies posteriors, es pot transformar en una arma que els "fereix". Els efectes negatius de les substàncies a curt termini són ben conegudes per els joves, ja que són part indissociable de les drogues (els "baixons", el malestar físic o emocional) es pateixen inevitablement si el consum no ha estat l'adequat. Així, a la balança que pesa els estats de gratificació i els inconvenients, quan els efectes negatius pesen més que els positius és molt probable que s'abandoni el consum de drogues.

El consum no s'acostuma a donar de manera individual sinó que normalment es produeix en el grup d'amics amb els quals es comparteix l'experiència dels efectes de les substàncies. Al llarg de l'experiència de consum, els joves van compartint amb els seus semblants el context de consum, la qualitat de les relacions personals, les vivències dels efectes positius i negatius i, en general, totes les cares que adopta "el món de les drogues". De les experiències compartides en resulta un conjunt de significats (de què són i de perquè serveixen les drogues) que s'integren en la subjectivitat dels consumidors i que són de vàlua per a orientar les experiències de consum. Aquest univers simbòlic de significats regula les pràctiques de consum que s'instauren com a normalitzades i no problemàtiques en el sí de les relacions personals. En el moment en que algun subjecte deixa d'entendre els significats en el sentit que ho fan els iguals, ja sigui augmentant la periodicitat de consum, la dosificació o travessant la frontera de consumir també en els dies feiners, aquest serà considerat com a membre "problemàtic" o "desviat" del grup. Això farà treballar conjuntament al grup i a l'individu per a trobar una nova orientació al consum problemàtic. Per contra, sí l'usuari no comparteix el significat del consum problemàtic, és probable que aquest s'integri a una altra xarxa de relacions on es comparteixin els significats de les drogues i el seu consum.

Quan ens apropem a la relació entre els consumidors i les institucions socials a les quals estan inscrits, trobem que aquesta esdevé un instrument eficient per a controlar el consum de drogues. Tanmateix, aquest control incideix en el propi subjecte, que és qui regula el consum per poder complir amb les exigències que li marquen la feina o les relacions personals. En contra de la idea compresa pel paradigma abstencionista, que dibuixa un perfil de consumidor desvinculat de les institucions socials de les que forma part (perfil que sí que compleix l'heroïnòman), observem que, en general, el consumidor recreatiu de drogues té la necessitat o la voluntat de ser membre actiu de les institucions socials a les quals està vinculat. Aquest segon punt de vista, precisament, coincideix amb el del paradigma de salut pública. És més, la relació amb les institucions socials funciona com a indicador d'estructuració social de la que gaudeix un subjecte. En el cas que els consumidors recreatius trenquin aquestes relacions, acostuma a ser degut (i així ho desitgen) a un motiu aliè al consum de drogues. És en aquest punt on les institucions i les relacions socials funcionen com a reguladores del consum: el jove, per a continuar mantenint aquestes relacions, regularà el consum de drogues en funció de les exigències que li vinguin marcades per les institucions.

Tenint en compte que els consumidors recreatius consideren que el consum de drogues és un aspecte més de la vida reservada al temps d'oci en el context de festa, aquests consumidors tenen present que la vida és molt més que el consum de drogues. El consumidor recreatiu, doncs, té motivacions, expectatives, projectes a mantenir i a complir. I és per això que tenen present que les drogues no poden adquirir un paper central en la pròpia vida i que no volen desenvolupar problemes derivats del consum drogues.

El risc en el consum de drogues és reconegut i assumit pels consumidors, que aposten per a un consum responsable que els permeti gaudir de les drogues sense patir-ne les conseqüències negatives més extremes. Per a aquesta assumpció de la responsabilitat, els usuaris de drogues tenen una sèrie d'estratègies que observem que funcionen com a indicadors dels problemes derivats del consum no responsable. Aquestes estratègies han estat adquirides pels consumidors gràcies a la seva experiència o al contacte amb diversos agents socialitzadors (encara que no siguin protagonistes del consum). També observem el que podríem equiparar a indicadors de riscos. Els joves tenen aquests indicadors presents per a no desenvolupar problemes, com són: la freqüència de la festa i del consum de drogues; les situacions tenses generades en situacions vinculades al consum; el malestar del consum quan les drogues no fan el mateix efecte que en els primers temps de consum; etc. Un altre tipus d'estratègies observades en els participants són les que permetrien reduir riscos. Aquestes es desenvolupen mostrant, precisament, aquella responsabilitat de la que creu que està dotada el consumidor recreatiu. Entre aquestes estratègies hi trobem, per exemple: moderar la dosi de consum o la freqüència de les festes; delimitar l'espai de festa com a exclusiu per al consum; saber valorar els efectes del consum; etc.

Els consumidors per a no desenvolupar problemes derivats de les substàncies tenen una sèrie d'estratègies que posen en acció quan ho creuen oportú. Aquestes estratègies són diverses i riques en matisos; una de les més relatades és que el consum de drogues i la festa no adquireixi de centralitat en la seva vida, els joves consideren que la seva vida és molt més que anar de festa; en l'oci despleguen realitzen altres activitats. A vegades quan surten, no consumeixen. Encara que dins del amalgama de significacions que adopta el consum de drogues trobem consumidors associen de manera directa consumir drogues amb la festa no hi ha una amb l'altra. Això per una gran majoria i també si ens referim a la literatura experta, podria ser considerat com a consum problemàtic, altres ja parlarien directament d'addicció. Però el que hem de tenir present, és que aquest tipus de consum és viu com a normal.

En aquest punt voldríem apuntar dos situacions del consum recreatiu en que es pot tornar problemàtic.

Les drogues funcionen a nivell psicosocial com a eina per obtenir uns efectes que són viscuts com a positius i desitjats. Aquests efectes, sovint, tenen un gran component relacional: facilita la relació amb el grup, trenca la timidesa, ajuda a expressar pensaments i emocions, entre d'altres. Una situació problemàtica se'n presenta quan les drogues s'utilitzen de manera reiterada per a modificar l'estat d'ànim i obtenir una sèrie de "guanys" relacionals que sense les drogues no es donarien. Consumir per a complir les expectatives del grup o d'una persona, tot creient que si es consumeix s'obtindrà un sèrie de beneficis personals desitjats, pot conduir a un augment del consum que pot comportar situacions problemàtiques. Així, anhelar mantenir

relacions socials amb un grup o personal i tenint com a única estratègia el consum de substàncies és una situació perillosa. En ocasions, molts grups poden viure de les aparences i l'estètica catalogant a cada una de les persones en funció de la manera com vesteixen o s'expressen dins de l'entramat social.

Quan les substàncies són el principal agent socialitzador d'un individu, que són utilitzades com a eina per a obtenir relacions socials, és probable que es converteixen en armes perilloses. Per exemple, quan una persona se'l identifica dins de la relació grupal, com un individu que té contacte amb les drogues i que permet en ocasions gaudir a tot el grup dels efectes de les drogues, tenint com a resultat que la qualitat de la festa millori substancialment, pot conduir que l'individu només generi identitat a partir de les drogues. Si els subjectes només es poden ubicar dins de l'entramat de relacions mitjançant les drogues, la possibilitat que es generin problemes augmentarà substancialment.

### **La addicció com a constructe social**

L'addicció la podríem conceptualitzar quan la relació subjecte-context-substàncies es considera problemàtica. Com hem dit, les fronteres entre consum problemàtic i recreatiu són difuses. Per tant, l'addicció sorgeix de la interpretació dels significats que circulen en l'entramat social sobre els fenòmens que es deriven del consum de drogues de tipus físic, psicològic, social i conductual d'un subjecte. La orientació que adopten els significats permeten donar compte del que és l'addicció, que en aquest moment històric té una orientació però en podria tenir una altra. En conseqüència hem de tenir present que l'addicció és producte de la reflexivitat de la qual s'han dotat els professionals, els usuaris, i la societat en general, sobre aquest fenomen. L'addicció no s'entendria tal com s'entén en l'actualitat si al llarg dels últims anys no s'hagués generat el tipus de coneixement que s'ha produït en la direcció determinada.

### **Referències bibliogràfiques**

Díaz, Aurelio; Barruti, Mila; Doncel, Concha (1992). *Les línies de l'èxit? Naturalesa i extensió del consum de cocaïna a Barcelona*. Laboratori de Sociologia. Barcelona: Ajuntament de Barcelona

Díaz, Aurelio; Pallarés Joan; Barruti Mila (2001). *Observatori de Nous Consums de Drogues en l'Àmbit Juvenil. Informe 2000*. Barcelona: Institut Genus. No publicat. Disponible a <http://www.gencat.net/salut/depsan/units/sanitat/pdf/obs2000.pdf> . Consultat el 27/07/08.

Díaz, Aurelio; Pallarés Joan; Barruti Mila (2003). *Observatori de Nous Consums de Drogues en l'Àmbit Juvenil. Informe 2002*. Barcelona: Institut Genus. No publicat. Disponible a <http://www.gencat.net/salut/depsan/units/sanitat/pdf/obs2002.pdf> . Consultat el 27/07/08.

Furlong, Andy; Cartmel Fred (2001) *Els contextos canviants de la joventut. Col·lecció Aportacions n<sup>a</sup>14*. Barcelona: Secretaria General de la Joventut.

Pallarés, Joan; Barruti, Mila; Espluga, Josep; Oró, David Pere; Canales, Guillermo,(2007b). *Sistema de informació continua sobre el consum de drogues entre los jóvenes en Castilla-La*



Mancha. Toledo: FISCAM. Disponible a <http://www.fiscam.es/od/pdfs/sistemas.pdf> . Consultat el 27/08/07

Pallarés, Joan; Barruti, Mila; Espluga, Josep; Oró, David Pere; Canales, Guillermo,(2007a). *Informe 2006 Observatori de Nous Consum de Drogues en l'Àmbit Juvenil*. Barcelona: Institut Genus. No publicat. Disponible a <http://www.genus.es/associacio/esp/estudis/docs/informe2006esp.pdf> Consultat el 27/08/07