

ELS JOVES I LES DROGUES EN L'ACTUALITAT

OBSERVATORI DE NOUS CONSUMS DE DROGUES EN L'ÀMBIT JUVENIL

David Pere Martínez-Oró

Psicòleg Social

Barcelona, 14 de Juny de 2010

fundació@
igenus

1.	Introducció	3
2.	Els estils juvenils. Consum, globalització i societat de baix cost.	3
3.	Marca Barcelona	5
4.	Precarietat laboral i alt preu de l'habitatge	6
5.	La influència de la crisi en els consums juvenils de drogues.....	7
6.	La influència de les noves tecnologies.....	8
7.	La relació entre la festa i el consum de drogues.....	10
8.	Àmbit Rural	11
9.	Ravers	12
10.	Referències bibliogràfiques	14

1. Introducció

El present text és una selecció dels resultats dels informes 2007, 2008 i 2009 de l'Observatori de Nous Consums de Drogues en l'Àmbit Juvenil¹ (Fundació IGenus) relatiu als fenòmens socials més destacats que afecten als joves de Catalunya així com el consum de drogues. Per un aprofundiment d'aquest àmbit d'estudi remetem a les referències originals de l'Observatori (veure bibliografia). Així doncs, aquest text sustenta teòricament i empírica la xerrada del autor titulada "*Els joves i les drogues en l'actualitat*" realitzada en marc la jornada "*¿I les drogues què?. Estat de la qüestió. Recursos i estratègies per a treballar en joves*" organitzada per la Secretaria de Joventut i celebrada a Barcelona el 14 de Juny de 2010. Al llarg de la xerrada es presentarà els diferents aspectes i fenòmens socials esbossats en aquest text, posant especial èmfasi en la relació entre els fenòmens socials que afecten als joves, como la globalització, la precarietat laboral, la influència de les noves tecnologies, entre d'altres i el consum de drogues.

La metodologia emprada per obtenir els presents resultats es poden consultar als informes de l'Observatori, especialment a Diaz et, al. (2000), Pallarés et, al. (2006) i Martínez-Oró et, al. (2009). No obstant, apuntar que les tècniques utilitzades foren l'observació participant i les entrevistes individuals.

Paraules clau: societat de baix cost, globalització, estil juvenil, joves catalans, noves tecnologies, drogues, oci nocturn.

2. Els estils juvenils. Consum, globalització i societat de baix cost.

L'estil juvenil manifestat per un jove, independentment del grau d'identificació amb ell, explica només en part el consum de drogues. Joves amb el mateix estil juvenil mantenen posicions i actituds diferents davant del consum de drogues. Els joves parlen d'estils juvenils i utilitzen aquests conceptes, però aquests tenen limitacions per explicar i diferenciar el complex "món" del consum de drogues. Seguint aquest intent de diferenciar el comportament dels joves, la

¹ A partir d'ara Observatori.

classe social, les diferències d'edat i les de gènere, així com el grup d'iguals, els estils de vida i la influència de diverses conjuntures socials², són molt més productius per a aquest fi.

El consumisme és el fenomen social que més ens pot ajudar a donar sentit a la realitat juvenil en aquest moment històric. El consum de productes carregats simbòlicament es troba en el rerefons dels comportaments dels joves, ja sigui per estar subjectes a les **necessitats juvenils que la societat va generant o per intentar desmarcar-se'n**. La posició que estableix el jove i el consumisme marca diferències entre iguals, no obstant més simbòliques que reals però diferències. **La festa i les drogues són una part més d'aquest model de consum i de diferenciació entre iguals.**

El consum de productes els diferencia entre si i els posiciona subjectivament. Així, els grups anomenats, *pijos*, *fashions* i *modernillos*, fan una **despesa elevada** en productes carregats simbòlicament, com ara la roba de marca, els complements i per sufragar-se altres despeses en la festa, entre d'altres. Per contra, existeixen grups anomenats de forma genèrica *alternatius*, molt heterogenis, però **units pel sentiment de rebuig al consumisme i la simbologia que aquest denota**. Aquests joves, malgrat el seu suposat rebuig ideològic al consumisme, realitzen consums d'altres tipus i amb d'altres significats, tot **intentant allunyar-se** –amb més o menys èxit- de la lògica de la societat hiperconsumista. Entre els uns i els altres trobem tot el ventall de joves que es posicionen de maneres diverses davant aquesta societat de consum. **Les grans corporacions de la moda s'han apropiat de les estètiques i creacions juvenils i les han convertit en productes de consum.** Per contra, moltes marques de roba i complements són plagiades i venudes a un preu molt inferior que l'original.

Estètiques com la heavy, mood, rocker, punk, skin, entre d'altres, van perdent el seu contingut simbòlic i resten com a vestigis del passat carregats d'un gran component nostàlgic i romàntic. Es mantenen amb ambivalències pel que fa a la càrrega ideològica que els sustentava. Per a uns, l'estètica va lligada a una ideologia, per a d'altres, la majoria, no té cap component ideològic –o molt tènue- sinó que és un element que els posiciona dins del seu grup d'iguals.

² Com la precarietat laboral, l'alt preu de l'habitatge i els llargs itineraris acadèmics, entre d'altres.

3. Marca Barcelona

Durant els últims anys les xarxes de l'equip de camp de l'Observatori han informat sobre el desplaçament que pateixen els joves catalans pel que fa a molts espais d'oci del centre de la ciutat de **Barcelona**, on **el procés d'“old city”**³ és prou palès. Aquest procés, comporta que els joves estrangers que venen a Barcelona, ja sigui per realitzar l'Erasmus, per estades d'un cap de setmana, o per estades més llargues, ho considerin com el seu espai d'oci i festa. **Els vols barats, el clima, la laxitud acadèmica en les nostres universitats, els mites que circulen sobre com és la gent d'aquí -especialment en el component sexual, la fàcil accessibilitat a les drogues** tant legals com il·legals i, en general, uns preus més baixos (encara que cada vegada les diferències són menors), funcionen de reclam per a que Barcelona sigui una de les ciutats europees predilectes per a passar-hi uns dies, viure-hi un temps o fer-hi un Erasmus.

Això, comporta que l'oci del districte de Ciutat Vella -sobretot Casc Antic i Gòtic, però cada vegada més el Raval, així com Eixample, **tingui una gran proporció de locals destinats al públic estranger**. Pensats i dissenyats per a complir les necessitats dels visitants, com ara són: oferir futbol anglès, pubs al més pur estil irlandès, etc. Molts d'aquests locals, regentats també per estrangers i adaptats als seus gustos, exigeixen als seus treballadors que parlin anglès però no fa falta que sàpiguen castellà ni català. Aquesta situació fa que una part dels **joves nascuts a Catalunya no s'identifiquin amb aquestes zones**, dissuadits per l'ambient selectiu i els alts preus de les begudes. Per la qual cosa tendeixen a desplaçar-se cap a d'altres zones i barris.

D'altra banda, alguns joves catalans i procedents d'altres autonomies se senten atrets per **l'oferta d'oci de Barcelona a Ciutat Vella, encara que no sigui en locals per a estrangers, sinó en locals considerats *fashions* i *modernillos* no aptes per a totes les economies**. També, l'arribada d'estudiants als nous edificis de la Universitat de Barcelona ha incrementat el

³ A grans trets, podem entendre el concepte d'“Old City” (Duque 2004:45) com el procés de recuperació dels cascs antics de les ciutats europees en què hi participen les corporacions multinacionals tenint com a resultat que els carrers del casc antic de moltes ciutats europees siguin gairebé idèntics.

nombre de joves que viuen i es relacionen a Ciutat Vella, que pateix forts canvis no només en el sector de l'oci. Tot plegat, fa que cada cop hi hagi menys locals dels que **els joves consideren com a "populars" i de "tota la vida" en aquest districte, malgrat són apreciats per una part de la població juvenil catalana, que podríem associar als joves *alternatius*.**

En relació a la Marca Barcelona, la ciutat comtal i la costa catalana, no obstant la crisi continuen sent destinacions apreciades per els joves europeus i nord-americans. Això ha comportat una proliferació al centre de **Barcelona, d'apartaments de lloguer destinats a turistes**. En ocasions, les festes en aquests pisos poden generar conflictes de convivència amb els veïns degut al soroll i la brutícia en els espais comuns. Malgrat el que hem dit, sembla que **els joves estrangers residents a Catalunya** -col·lectiu en augment en els darrers anys- **rebutgen l'oci i la festa pensada pels turistes**. Aquests, independentment dels gustos i les preferències, solen utilitzar els contextos de festa dels autòctons, en part com a símbol d'integració en la societat a Catalunya. A més, la majoria estan integrats en xarxes socials autòctones, creades a partir de la feina o els estudis

4. Precarietat laboral i alt preu de l'habitatge

La precarietat laboral i alt preu de l'habitatge són dos fenòmens socials que afecten la immensa majoria dels joves. Fenòmens responsables de l'**endarreriment de la transició al món dels adults** la qual cosa provoca el manteniment de comportaments marcadament juvenils com ara el sortir de festa i el consum de drogues. Sense oblidar que aquesta conjuntura social que pateix l'actual generació de joves, incideix en la manera en que construeixen la pròpia identitat o subjectivitat, i les relacions amb els iguals, principalment.

Els adolescents i joves que s'incorporen al mercat laboral, acostumen a sofrir precarietat laboral fins que troben un treball de qualitat, ja que predominen les ofertes de contractes d'obra i servei o temporals. Així, els adolescents que han acabat l'educació obligatòria i s'incorporen al mercat laboral, acostumen a treballar en feines **poc qualificades que els hi aporten, però, ingressos que permeten satisfer les despeses d'oci i comprar bens de consum carregats d'un alt valor simbòlic** per a ells (moto, cotxe, roba, complements, etc.), a més de mantenir despeses en el context de la festa. D'altra banda, els joves, que han obtingut una formació

superior, també tenen dificultats per a incorporar-se al mercat laboral amb treballs dignes, malgrat tenir més edat i més qualificació.

La segona conjuntura social que han de patir els joves **és l'alt preu de l'habitatge, que ha passat de ser un bé de primera necessitat a un bé de luxe**. En conseqüència, la majoria tenen serioses dificultats per a emancipar-se i, quan ho fan, sol ésser en condicions precàries. Així, sovinteja la permanència en el domicili familiar al llarg dels anys, fins i tot quan ja tenen alguna feina i/o parella, a més de la modalitat de compartir pis, cada cop més freqüent i que comporta, de vegades, que els joves hagin de conviure amb desconeguts⁴. **Aquests desajustos estructurals podem comportar en els joves disfuncions emocionals**

5. La influència de la crisi en els consums juvenils de drogues

La crisi econòmica esdevinguda a partir de 2008, ha afectat de diferents maneres als joves catalans, tant pel que fa al consum en general, com al de les drogues en particular. Els joves que no han vist alterats els seus ingressos han pogut continuar mantenint el mateix ritme de sortides i despeses tot i que, alguns, també han disminuït la despesa degut a la pressió social que porta a consumir menys. Els joves que han perdut capacitat adquisitiva han reduït les sortides i el consum de drogues.

Ha augmentat el nombre de joves, sobretot nois, que per obtenir ingressos extres, **realitzen activitats informals, com ara vendre llaunes de cervesa, drogues il·legals o artesanía**. Aquestes activitats es produeixen des de fa molts anys en les grans concentracions de joves (festivals, festes a les platges), no obstant això, durant l'any 2009 vàrem detectar que eren molts més els que ho feien i que tenien perfils més variats.

Com a conseqüència de la crisi econòmica ha augmentat l'atur juvenil, han disminuït les ofertes laborals, ha augmentat la precarietat laboral i està augmentant el preu dels pisos de lloguer -especialment en l'àrea metropolitana de Barcelona. Arran de les situacions esmentades, una part de la població jove, especialment aquells que han perdut la feina⁵, han

⁴ Això pot ser font de tensions i malestar emocional en la vida dels joves.

⁵ Alguns d'ells degut a les condicions de precarietat laboral en què treballaven no han tingut dret al subsidi d'atur

perdut poder adquisitiu. A manca d'ajudes institucionals, **la família funciona com a matalàs amortidor per pal·liar les dificultats econòmiques dels joves.**

La crisi econòmica, per a la majoria de joves, no ha alterat el nombre de sortides nocturnes, alguns, però, **han disminuït la despesa en aquestes sortides.** Alguns han augmentat el nombre de reunions en els espais privats i han disminuït la visita als locals d'oci nocturn. En general, s'han potenciat les estratègies per a gaudir de les sortides nocturnes reduint les despeses.

No obstant, apuntar que molts joves ja **vivien en crisi abans de l'adveniment de la crisi econòmica global**, degut a fenòmens com la precarietat o l'alt preu de la vivenda. Així doncs, per alguns **la crisi global ha refermat la crisi estructural en la qual vivien.**

6. La influència de les noves tecnologies.

Les noves tecnologies de la informació i de la comunicació adquireixen cada vegada major **protagonisme en els àmbits relacionals dels joves i influeixen en les sortides nocturnes i en el consum de drogues.** A més l'ús de **les noves tecnologies té cada cop més importància per marcar el ritual de pas cap a la joventut entre els adolescents, i està traient-li protagonisme en aquest camp al consum de cànnabis.** A destacar:

- Les noves tecnologies, com els mòbils, les consoles, però especialment els ordinadors, **han adquirit un paper rellevant, gairebé central, en la vida quotidiana** de molts adolescents i joves.
- **Els adolescents i els joves**, en el seu afany de diferenciar-se dels comportaments paternals i dels adults en general, troben en aquestes tecnologies **una nova manera de relacionar-se i d'escenificar la seva distància amb els adults**, excepte una minoria que ja està mancada de dedicació de temps per parts dels seus pares.
- Alguns adolescents i joves passen molt de temps davant les pantalles. Són una minoria, però cada vegada **es detecten més adolescents per als què gairebé l'única activitat lúdica del cap de setmana és jugar i relacionar-se amb els amics mitjançant l'ordinador.**

- En la socialització dels adolescents i joves cada cop té més pes la comunicació mediada per ordinador (CMO). Les xarxes socials virtuals, la missatgeria instantània i els jocs en xarxa són molt apreciats per ells i incideixen en llurs formes de comunicació, aprehensió de la realitat i socialització. **Els paràmetres relacionals que regeixen la CMO i els significats construïts en entorns virtuals, són qualitativament diferents als que es donen en les relacions directes “cara a cara”, i en part, disminueixen els encontres personals. Per tant, les emocions, els conflictes i les relacions es gestionen mitjançant nous paràmetres relacionals, diferents als de la majoria dels pares i de gran part dels adults.**

En conseqüència i pel que fa als fenòmens d'estudi:

- Per a molts joves, comprar i ser usuaris de certes tecnologies és un ritual de pas cap a l'adolescència i la joventut. **Si, fins ara, per a molts joves aquest ritual venia marcat per les sortides nocturnes i el consum de drogues ara, en part, aquest ritual s'ha dirigit cap a l'ús sense la presència adulta d'aquestes noves tecnologies de la informació i de la comunicació, la qual cosa pot estar endarrerint l'inici al consum de drogues o disminuint-ne el consum.** També pot estar generant una menor presència d'adolescents i joves en els espais públics de sociabilitat i de consum de drogues.
- **Una part dels adolescents d'entre 13-15 anys estan retardant el moment d'incorporar-se als contextos d'oci nocturn degut al consum de pantalla (CMO).** La majoria poden realitzar algunes sortides nocturnes, però la freqüència, la intensitat i, sobretot, el valor simbòlic que adquireixen aquestes sortides, són diferents a com eren per a les generacions anteriors.

Contràriament, aquestes tecnologies també introdueixen canvis en les maneres de sortir de festa i en els consums de drogues:

- **Els locals d'oci nocturn, coneixedors del poder de les noves tecnologies, difonen les festes, regalen entrades o fan descomptes, a partir de les xarxes socials virtuals.** Per tant, els joves connectats tenen més oportunitats d'assabentar-se de les ofertes festives i de gaudir-ne.

- **Les xarxes socials virtuals són un bon mecanisme per a difondre festes privades**, especialment d'aniversari però cada cop més, també *raves* i d'altres festes (festes per estudiants Erasmus, etc.)
- Les xarxes socials virtuals són un espai idoni per a difondre els registres digitals (fotos i vídeos) de les sortides nocturnes. Aquestos permeten reviure la festa entre els grups d'amics, mitjançant els seus comentaris escrits. **Això, a més de possibilitar una major difusió del succeït en la sortida nocturna, pot estar influïent en magnificar determinats comportaments, entre d'altres, els generats pel consum de drogues, sobretot dels més intensius, ja que permet recrear l'esdevingut la nit anterior i comparar-ho amb els comportaments d'altres joves repetidament.** Aquests comportaments poden donar conversa per a molts dies i fins i tot preparar una "festa" més gran en un futur i, en certa mida, potenciar el consum de determinades substàncies que afavoreixin no avergonyir-se d'aquestes activitats.
- Els joves utilitzen la xarxa virtual per **buscar informació sobre les diferents drogues**, els consums i els seus efectes, tant en el que són blogs i pàgines personals, com en fòrums especialitzats, pàgines comercials, etc.
- Aquests espais virtuals, per a una minoria, **són una oportunitat per comprar drogues**, "parafernàlia" per la seva producció i precursors de les mateixes.

7. La relació entre la festa i el consum de drogues

Des de els inicis del Observatori vàrem detectar dos tipus de joves en relació amb la festa i el consum de drogues. L'un, el més estès, **es correspon amb els que surten amb una assiduïtat variable, però no tots els caps de setmana, amb itineraris semblants a la mitjana dels joves, que consumeixen alcohol, una part també cànnabis i, ocasionalment, fan consums d'altres drogues il·legals, principalment cocaïna.** Es retiren abans dels espais de festa abans. És infreqüent que vagin a *afters* i *raves* o que realitzin d'altres activitats durant el matí després de la festa.

El segon tipus és menys nombroses correspon amb els joves que surten assíduament, gairebé tots els caps de setmana, de vegades més d'un dia. El cicle estacional influeix poc en el nombre de sortides, però degut a la menor oferta, a l'hivern poden reduir la durada de les sortides. Alguns freqüenten *raves* i *afters*. A més del consum d'alcohol i

cànnabis, estan més propers als estimulants i una part important d'ells els consumeixen, principalment cocaïna, d'altres també MDMA, speed i, en menor mesura, d'altres drogues. En aquest grup trobem joves que, a més, surten algun dia entre setmana en funció de l'estació anual i de la relació que tinguin amb els estudis i/o la feina.

A partir de 2007 vàrem donar compte d'un tercer tipus, minoritari, detectat amb anterioritat a 2007, però que a partir d'aquest moment s'ha dibuixat com una tendència més consolidada, i ha anat en augment fins a l'actualitat -i accentuat arran de la crisi econòmica. Aquest perfil està conformat per **joves que van deixar de sortir durant un període de temps (almenys amb la intensitat i regularitat amb que ho feien abans), principalment pel fet de tenir parella, voler disminuir el consum de drogues (també alcohol) i freqüentment perquè havien assumit més compromís amb la feina i/o la família.** Després de canviar la relació amb la feina o la parella, tornen a incorporar-se a la festa recuperant-ne la intensitat i la regularitat d'èpoques anteriors. Aquest segment de joves acostuma a tenir més de 25 anys.

8. Àmbit Rural

Des dels inicis de l'Observatori s'han seguit els indicis diferenciadors dels consums de drogues en els àmbits rurals i urbans. A grans trets, els elements que diferencien els consums als pobles i a les ciutats, són els següents:

- **Major mobilitat:** Els joves dels pobles es desplacen més lluny per anar als locals d'oci nocturn. Als pobles més petits l'oferta d'oci és molt limitada o inexistent, de vegades hi ha només un local-bar d'ús polivalent segons dies i horaris. Això comporta que els joves es desplacin cap a poblacions més grans, normalment capitals de comarca o província. Aquest desplaçament implica assumir més riscos, ja que és freqüent l'ús del vehicle privat (cotxe, moto), conduir sota els efectes de l'alcohol i tornar per carreteres secundàries per evitar els controls d'alcoholèmia.
- **Accessibilitat a les substàncies:** Als pobles, contràriament al que podria semblar, l'oferta de drogues sol ser estable i els adolescents i els més joves tenen més oportunitats per ser invitats o comprar drogues il·legals, ja que pertanyen a grups

d'amics d'interval·ls d'edat més variades. També la relació amb germans i parents més grans facilita els desplaçaments, l'arribada a casa més tard i l'obtenció de drogues.

- **Llogar locals:** En els contextos rurals és més freqüent llogar locals, pisos o masies (cases rurals) entre el grup d'amics, la qual cosa facilita la celebració de festes i el consum de drogues. També és freqüent disposar de cases i locals familiars d'algun amic del grup.

No obstant, degut a la major mobilitat dels joves, els mitjans de comunicació i la globalització cada vegada són menors les diferències entre els joves urbans i rurals.

9. Ravers

Raver o raveró és un terme d'argot juvenil utilitzat per a denominar a la persona que freqüenta les festes denominades *raves*, i fer-ne d'aquest fet un element identitari. En els últims anys hem assistit a la progressiva difusió d'aquest estil juvenil. En l'actualitat, encara que minoritari, aglutina joves marcadament diferenciats dels altres estils juvenils, ja que solen freqüentar menys els altres espais i locals de festa, la seva preferència per la música electrònica (hard-teck, drum&bass, trance i altres) i una estètica característica⁶, a més de tenir propers certs tipus de drogues no tant difoses entre la resta de joves (l'speed, la MDMA i la ketamina⁷).

Entre els que es consideren a sí mateixos com a ravers, podem trobar dos tipus de joves: un, per als quals aquest element identitari defineix gran part de la seva vida social, i un altre, per als quals les raves solament són el seu espai de festa preferit durant el cap de setmana.

Els *ravers* són un col·lectiu que mereix una especial atenció donades les conductes de risc que n'assumeixen. Entre les que destaquem:

- **Llargs desplaçaments.** Les *raves* organitzades en zones rurals, a les quals s'hi arriba, normalment, per camins i pistes forestals, comporten un major risc en el desplaçament.

⁶ Roba fosca, normalment negra, gorra amb complements metàl·lics, cinturons de punxes, botes de muntanya o bambes. Poden portar rastes o crestes als cabells.

⁷ Una minoria la consumeixen, així com l'heroïna, punxada.

- **El consum de drogues.** El consum de drogues està molt present i proper en els *raveros*, aquesta proximitat comporta la possibilitat de construir una normalitat en el consum de drogues, disminuint, en conseqüència, la percepció que tenen del risc.
- **La duració de les festes.** Les festes duren normalment més de 12 hores i, en ocasions, més d'un dia. Això, unit al consum de drogues, comporta que es dormi i mengi insuficientment.

Una part en augment dels joves menors de 30 anys usuaris dels recursos de reducció de danys, provenen del col·lectiu *ravero*, especialment travellers europeus. Els esmentats recursos, a més de ser útils per a realitzar consums "segurs", són apreciats pel component de "calor" que ofereixen.

Alguns adolescents estan adoptant l'estètica *raver* per a diferenciar-se dels iguals, a més de simbolitzar una transgressió i un malestar vers el món dels adults.

10. Referències bibliogràfiques

Díaz A, Pallarés J, Barruti M. (2000) *Primer informe (1999). Observatori de nous consums de drogues en l'àmbit juvenil*. Barcelona, Institut Genus, Online.

Díaz A, Pallarés J, Barruti M. (2001) *Observatori de nous consums de drogues en l'àmbit juvenil (2000)*. Barcelona, Institut Genus, Online.

Díaz A, Pallarés J, Barruti M. (2002) *Observatori de nous consums de drogues en l'àmbit juvenil. Informe 2001*. Barcelona, Institut Genus, Online.

Díaz A, Pallarés J, Barruti M. (2003) *Observatori de nous consums de drogues en l'àmbit juvenil. Informe 2002*. Barcelona, Institut Genus, Online.

Díaz A, Pallarés J, Barruti M, Espluga J. (2004) *Observatori de nous consums de drogues en l'àmbit juvenil. Informe 2003*. Barcelona, Institut Genus, informe no publicat.

Martínez Oró, D.P, Pallarés J, Barruti M, Espluga J, Canales G. (2008) *Observatori de nous consums de drogues en l'àmbit juvenil. Informe 2007*. Barcelona: Fundació IGenus. Online.

Martínez Oró, D.P, Pallarés J, Espluga J, Barruti M, Canales G. (2009) *Observatori de nous consums de drogues en l'àmbit juvenil. Informe 2008*. Barcelona: Fundació IGenus. Online.

Martínez Oró, D.P, Pallarés J, Espluga J, Barruti M, Canales G. (2010) *Observatori de nous consums de drogues en l'àmbit juvenil. Informe 2009*. Barcelona: Fundació IGenus. Mimeo.

Pallarés J, Díaz A, Barruti M, Espluga J. (2005) *Observatori de nous consums de drogues en l'àmbit juvenil. Informe 2004*. Barcelona, Institut Genus, Online.

Pallarés J, Díaz A, Barruti M, Espluga J, Canales G. (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 J, Barruti M, Espluga J, Martínez Oró DP, Canales G.(2007) *Observatori de nous consums de drogues en l'àmbit juvenil. Informe 2006*. Barcelona, Institut Genus. Online.



Aquesta obra està subjecta a una llicència Reconeixement-No comercial-Sense obres derivades 2.1 Espanya de Creative Commons. Per veure'n una còpia, visiteu <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.1/es/> o envieu una carta a Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California 94105, USA.