

# **El camino hacia la cocaína**

**Procesos e implicaciones psicosociales por los cuáles la cocaína se instaura entre los jóvenes españoles consumidores de drogas (20-34 años)**

**Septiembre de 2009**

**David Pere Martínez Oró**

**Joan Pallarés Gómez**

**fundació@  
igenus**



## ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN .....	3
2. METODOLOGÍA .....	5
3. OBJETIVOS .....	10
4. DIFUSIÓN Y NORMALIZACIÓN DE LOS ESTIMULANTES .....	11
5. EFECTOS DESEADOS. ....	18
6. EFECTOS NEGATIVOS. ....	27
7. DIFERENCIAS SIMBÓLICAS .....	33
8. CONTEXTOS DE CONSUMO .....	37
9. GRUPALIDAD.....	40
10. ECONOMIA.....	46
11. ABANDONAR LA COCAÍNA .....	48
12. CONCLUSIONES .....	53
13. BIBLIOGRAFÍA .....	56

## 1. INTRODUCCIÓN

Presentamos el informe de resultados de la investigación *“El salto hacia la cocaína. Procesos e implicaciones psicosociales por los cuáles la cocaína se instaura entre los jóvenes españoles consumidores de drogas (20-34 años)”*, realizada durante los meses de diciembre de 2008 a septiembre de 2009. La investigación nace como continuación de dos anteriores, también realizadas por la Fundación Igenus con la ayuda del Plan Nacional Sobre Drogas (PNSD), *“Entre rayas. La mirada adolescente hacia la cocaína”* (Martínez Oró y Pallarés, 2009) y *“La mirada femenina hacia la cocaína”* (Pallarés y Martínez Oró, en prensa).

A partir de los resultados obtenidos en dichas investigaciones y en consonancia con los indicios etnográficos recogidos por el Observatori de Nous Consums de Drogues en l'Àmbit Juvenil<sup>1</sup> y el SICAM<sup>2</sup>, detectamos rasgos de un fenómeno que consideramos que debía ser estudiado más profundamente: una gran parte de los consumidores de estimulantes, después de un tiempo de experimentar con diferentes sustancias de este grupo, expresan una clara preferencia por la cocaína, descartando el consumo de speed, MDMA y otras sustancias análogas.

El aumento de las prevalencias de consumo de cocaína acaecido en España en los últimos 20 años (OED, 2008) se tradujo en una difusión de la cocaína por todo el territorio estatal, sin distinguir en variables como la clase social, la ideología, la edad, el estilo juvenil o el género. La difusión provocó una normalización del consumo de cocaína, por la cual, actualmente, el consumo de cocaína se entiende como una opción más de consumo de las que disponen los jóvenes en los contextos de fiesta.

Partimos de la constatación de que la mayoría de los consumos de los jóvenes españoles son de tipo recreativo, aunque en los últimos años han aumentado los consumos problemáticos

---

<sup>1</sup> **Observatorio de Nuevos Consumos de drogas en el ámbito juvenil**; es un programa de investigación realizado por la Fundación Igenus que estudia la realidad de los consumos de drogas y las formas de ocio juvenil en Cataluña, de forma estable y regular desde 1999. El Observatorio es un "sistema de alerta rápida" sensible para detectar los cambios en los patrones de consumo de drogas, y que también recoge el consumo de nuevas sustancias en las fases emergentes, además de la estabilidad relativa de los consumos más estables y conocidos. El Observatorio pretende detectar, con más rapidez que otros dispositivos, los problemas emergentes en el consumo de drogas, antes de que estos problemas adquieran una mayor magnitud.

<sup>2</sup> Sistema de Información Continua sobre drogas de Castilla-La Mancha, es un procedimiento de investigación similar al Observatorio.

asociados al consumo de cocaína, reflejados en el incremento de las demandas de tratamiento, las urgencias hospitalarias y los problemas económicos, principalmente.

A tenor de los indicios apuntados por las citadas investigaciones, nos planteamos distintos interrogantes que hemos intentado responder en este estudio y que podríamos resumir en tres. ¿Por qué y cómo la cocaína es el estimulante más consumido? ¿Cuáles son las diferencias y particularidades entre la cocaína y los otros estimulantes? ¿Por qué se dejan los otros estimulantes a favor de la cocaína?

## 2. METODOLOGÍA

Como hemos apuntado en la introducción, la presente investigación nace con la finalidad de ahondar en los “porqués” y en los “cómos” la cocaína es el estimulante más consumido por los jóvenes, y pretende ahondar, según los tipos de consumidores, en las particularidades y diferencias de la cocaína respecto a los otros estimulantes explicando el “salto hacia la cocaína”.

Para profundizar en las percepciones y los comportamientos de los jóvenes implicados en estos tipos de consumos de drogas hemos utilizado la metodología cualitativa. Metodología que nos permite conocer mediante el discurso de los implicados, los significados asociados al consumo de cocaína y todo aquello relacionado con éste, como son: los efectos positivos y negativos percibidos, el valor simbólico de los consumos, los contextos de consumo, la impronta del grupo y la incidencia en la economía de dichos consumidores, entre otros.

La técnica utilizada ha sido el grupo de discusión (Ibáñez, 1986; Ortí, 1986; Alonso, 1998, Gutierrez Brito, 2008). Esto es, la reunión de grupos formados por 7 u 8 personas desconocidas entre sí, de características más o menos similares, a las que se les propone hablar libremente de un tema que el propio grupo va desarrollando, bajo la coordinación de un moderador, a lo largo de unas dos horas de conversación (Conde, 2002).

Para captar a los participantes de los grupos, contamos con la colaboración de Energy Control para el grupo de Madrid y Hegoak para el de Pamplona. Además, el equipo de campo de l'Observatori de Nous Consums de Drogues en l'Àmbit Juvenil captó los participantes de los grupos de Barcelona. Desde aquí, agradecemos a todos ellos su colaboración, esfuerzo e interés.

Para coordinar y ordenar el proceso de captación, se elaboró un breve documento explicativo de los requisitos a cumplir por parte de los posibles candidatos a miembro del grupo de discusión, en el que, además, se les explicaba “lo que se les tenía que decir”, para evitar que los consumidores seleccionados tuviesen expectativas erróneas a la hora de participar en el grupo de discusión. Se puso especial énfasis en el anonimato de los participantes.

El trabajo de campo se realizó entre los meses de febrero y mayo de 2009. Los grupos de discusión se crearon a partir de un muestreo teórico (Glasser y Strauss, 1968) buscando situaciones que proporcionen información relevante, y mientras se analizan los datos se dirige la investigación a otros grupos y a localizaciones diversas que pueden ensanchar la interpretación (Trinidad et al., 2006:25).

Hemos realizado cuatro grupos de discusión. En el proceso de selección se definió como criterio que los participantes fuesen consumidores de estimulantes, además de que no realizasen consumos problemáticos<sup>3</sup> ni estuviesen en situación de marginación o conflictividad social. Los datos obtenidos en el análisis de los dos primeros grupos nos llevó a confeccionar un grupo formado por jóvenes que aún “no han dado el salto hacia la cocaína” (Barcelona Mixto), menores de 26 años con preferencia por el speed y la MDMA. Los otros tres grupos estaban formados por consumidores para los cuales la cocaína era el estimulante preferido<sup>4</sup>. Además, también decidimos para mayor contraste realizar un grupo formado por mujeres. En los grupos mixtos se buscó la paridad entre sexos.

**Tabla 1. Distribución geográfica, sexo y rango de edad de los grupos de discusión**

Ciudad	Sexo	Edad	Droga preferida
Madrid	Hombres	28-36 años	Cocaína
Pamplona	Mixto	25-35 años	Cocaína
Barcelona	Mixto	22-25 años	Estimulantes

<sup>3</sup> Valorar un consumo como recreativo o problemático, depende de diversos factores, pero también, en gran medida, de la persona que emite el juicio. A priori, los captadores contactaron con consumidores recreativos, aunque como veremos a lo largo de los resultados, algunos participantes se encuentran en la tenue frontera que separa el consumo recreativo del problemático.

<sup>4</sup> Aunque, como veremos a lo largo de los resultados, los elementos grupales y contextuales son muy importantes para determinar la preferencia hacia uno u otro estimulante.

Barcelona	Mujeres	25-33 años	Cocaína
-----------	---------	------------	---------

Los grupos de discusión fueron grabados en grabadora de voz digital para su posterior transcripción con la ayuda del software soundscriber.

El análisis de los datos cualitativos obtenidos se realizó mediante el método de análisis de la Grounded Theory (Glaser y Strauss, 1967, Glasser 1978, Glaser,1992, Strauss y Corbin 1990), que propone *“un análisis paralelo a la recogida de los datos, para generar un conjunto integrado de hipótesis conceptuales, sobre el área substantiva que es objeto de estudio”* (Glaser, 1992:16).

Para ayudarnos con el análisis hemos utilizado el programa Atlas ti. 5.2, como *“una herramienta informática, el objetivo de la cual es facilitar el análisis cualitativo de, principalmente, grandes volúmenes de datos textuales”* (Muñoz, 2005:2).

## 2.1. FICHA TÉCNICA

A continuación, presentamos la ficha técnica de cada uno de los grupos. Se recoge el sexo, la edad, la situación laboral, con quién viven, las drogas consumidas, años de consumo de drogas ilegales, y la ciudad donde se realizaron los grupos.

### **Grupo 1. Madrid**

- ✓ *Hombres.*
- ✓ *De 28 a 35 años.*
- ✓ *Trabajadores. Algunos en paro.*
- ✓ *Policonsumidores de drogas ilegales con especial preferencia por la cocaína.*  
*Algunos habían consumido heroína.*
- ✓ *Todos con más de 10 años de consumo de drogas ilegales*

✓ Madrid.

### **Grupo 2. Barcelona Mixto**

✓ Mixto.

✓ De 23 a 25 años.

✓ Estudiantes universitarios. Trabajadores en precario. Algunos en paro.

✓ Policonsumidores de drogas ilegales sin especial preferencia por la cocaína.

✓ Entre 5 y 8 años de consumo de drogas ilegales.

✓ Barcelona.

### **Grupo 3. Pamplona**

✓ Mixto.

✓ De 24 a 35 años.

✓ Trabajadores.

✓ Entre 5 y 15 años de consumo de drogas ilegales.

✓ Policonsumidores de drogas ilegales, algunos con especial preferencia por la cocaína.

✓ Pamplona.

### **Grupo 4. Barcelona Chicas**

✓ Chicas.



- ✓ De 20 a 32 años.
  
- ✓ Trabajadoras o estudiantes.
  
- ✓ Entre 4 y 10 años de consumo de drogas ilegales.
  
- ✓ Policonsumidoras de drogas ilegales, con especial preferencia por la cocaína.
  
- ✓ Barcelona.

En los capítulos de resultados, el lector encontrará citas literales extraídas de la transcripción de los grupos de discusión. Cada una de las intervenciones está precedida por una M cuando habla una mujer y por una H cuando lo hace un hombre. Las intervenciones del moderador están precedidas por una E. En cada una de las citas literales se indica la ciudad del grupo. En Barcelona, puesto que se realizaron dos grupos, para diferenciarlos se indica de la siguiente forma: “Barcelona Mixto” y “Barcelona Chicas”.

Los integrantes de los grupos de Barcelona se expresaban indistintamente en lengua castellana y catalana. Para facilitar su comprensión, hemos optado por traducir al castellano la totalidad del texto.

### 3. OBJETIVOS

*Objetivo principal:* Conocer con más profundidad y exactitud los mecanismos, razones, prácticas y motivaciones que hacen que la cocaína sustituya a otras drogas ilegales y se convierta en la principal droga consumida, para gran parte de los consumidores de estimulantes.

*Objetivos específicos:*

- ✓ Conocer las opiniones sobre los efectos de las drogas para explicar el “salto hacia la cocaína”.
- ✓ Aprender qué “ventajas” ven los consumidores en la cocaína respecto a otras drogas ilegales.
- ✓ Conocer las motivaciones que les llevarían a abandonar el consumo de cocaína.

#### 4. DIFUSIÓN Y NORMALIZACIÓN DE LOS ESTIMULANTES

A finales de los años 70, el consumo recreativo de cocaína empezó a difundirse entre jóvenes vinculados a movimientos contraculturales de izquierda, abiertos a las corrientes y las modas juveniles europeas (Romaní, 1999). Para estos jóvenes, el consumo de drogas ilegales, especialmente de cannabis, heroína y LSD, escenificaba la voluntad de trasgresión y el malestar contra la conservadora sociedad española en pleno período de transición democrática. Por aquel entonces, el consumo de cocaína, aunque presente, no era de uso corriente debido en gran medida, a la escasa accesibilidad y al alto precio de la misma (Uso, 1996)

A lo largo de los años 80 y de la mano de la crisis de la heroína, la cocaína se difundió entre todas las clases sociales, no obstante, fue la heroína la sustancia que despertó más alarma social relegando a la cocaína a un papel secundario en el proceso adictivo de los heroinómanos (Gamella, 1992, Hidalgo, 2007). Paralelamente al uso de la cocaína por parte de los consumidores compulsivos de heroína, los consumidores de las clases pudientes utilizaban la cocaína con fines recreativos, desvinculados de la marginalidad de la heroína y como signo de distinción social y buen gusto. Son estos consumos los responsables de la emergencia del imaginario colectivo que asocia la cocaína a la clase alta y al éxito social. Imaginario colectivo importado de los EUA (Díaz, 1998)

Entrados los años 90, continuó la paulatina difusión de la cocaína. Aunque, en estos años, fue el consumo de los derivados anfetamínicos, especialmente la MDMA (éxtasis), quien acaparó la atención de la opinión pública. El auge de la cultura del ocio, plasmada en el aumento de la oferta de espacios recreativos nocturnos y en el aumento del tiempo libre, facilitó la difusión del consumo recreativo.

Surgieron fenómenos que contribuyeron a aumentar la atracción juvenil por las largas sesiones festivas, como la llamada “ruta del bacalao”, la cual despertó una alarma colectiva sobre el estilo de vida centrado en la fiesta y el consumo de drogas. La sustancia asociada al “desfase” de la “*ruta del bacalao*” fue la MDMA, más conocida en aquel momento como “pastillas”. Aunque como apunta Oleaque (2004) “*aunque el consumo de pastillas fue el que despertó más*

*alarma social, la cocaína era la droga más consumida y presente*". Por tanto, podemos hablar de una difusión velada de la cocaína que no acaparó la atención de la opinión pública hasta finales de los 90, cuando su difusión era ya muy patente.

Desde principios de la actual década hasta la actualidad, ha continuado la difusión y normalización de la cocaína, aunque el alcohol y el cannabis han recibido mucha más atención. La vasta normalización y casi banalización del consumo de cannabis, especialmente entre la población adolescente, junto al auge del fenómeno del botellón, despertaron la atención de la opinión pública, y motivaron el auge de las estrategias de prevención e investigación centradas en estas dos sustancias. No obstante, la cocaína, tras el cannabis, es la droga ilegal más consumida y la droga ilegal que, probablemente, más problemas está causando en la actualidad.

Desde 1994 los estudios epidemiológicos realizados por el Plan Nacional Sobre Drogas, exponen una progresiva difusión del consumo de cocaína (OED, 2008), difusión que parece estabilizada en la encuesta Edades de 2007. Si comparamos la prevalencia del consumo de cocaína con la del speed y la MDMA, observamos cómo el consumo de cocaína ha sido siempre superior al de los otros dos estimulantes.

Teniendo en cuenta los datos del cuadro 1 y los discursos de los jóvenes participantes en la presente investigación, cabe apuntar que los consumidores de anfetaminas y éxtasis han consumido también cocaína pero, por otro lado, una parte de los consumidores de cocaína, nunca han consumido otros estimulantes. Este sector, según los participantes de los grupos, unido a los indicios etnográficos recabados por el Observatori de Nous Consums de Drogues (ver bibliografía), está formado en gran medida por personas que realizan sus consumos en contextos laborales.

EJES		1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007
		%	%	%	%	%	%	%
<i>Consumo alguna</i>	<i>Cocaína</i>	3.4	3.4	3.1	4.8	5.9	7.0	8

vez en la vida	Anfetamina/speed	2.3	2.7	2.2	2.9	3.2	3.4	3.8
	Éxtasis	2.0	2.5	2.4	4.0	4.6	4.4	4.3
Consumo en los últimos 12 meses	Cocaína	1.8	1.6	1.6	2.5	2.7	3.0	3.0
	Anfetamina/speed	1.0	0.9	0.7	1.1	0.8	1.0	0.9
	Éxtasis	1.3	0.9	0.8	1.8	1.4	1.2	1.1
Consumo en los últimos 30 días	Cocaína	-	0.9	0.9	1.3	1.1	1.6	1.6
	Anfetamina/speed	-	0.2	0.3	0.6	0.2	0.4	0.3
	Éxtasis	-	0.3	0.2	0.8	0.4	0.6	0.4

**Cuadro 1. Evolución de la prevalencia de consumo de cocaína (polvo), anfetamina y éxtasis, entre la población de 15-64 años (porcentajes). España, 1995-2007. Fuente: Encuesta Edades de la DGPNSD. Elaboración: Propia.**

El consumo recreativo implica, en cierta medida, un policonsumo de sustancias. La mezcla de sustancias viene determinada por la disponibilidad, el contexto, los efectos buscados, la motivación individual y también según el desarrollo y lo avanzada que se encuentre la fiesta. En este sentido, la droga más mezclada es el alcohol, ya que combina bien con la cocaína y el speed. Los fumadores de cannabis lo combinan también con alcohol y estimulantes. Los alucinógenos son las drogas que menos se mezclan. La ketamina, al ser un anestésico, se mezcla con los estimulantes para contrarrestar los efectos de ambas sustancias.

El policonsumo de drogas es muy complejo y, en parte, subjetivo según cada consumidor. Para nuestra finalidad debemos destacar que es infrecuente encontrar consumidores exclusivos de una sola sustancia. No obstante, los consumidores, en mayor o menor medida, manifiestan su preferencia por una sustancia determinada:

*“M. A mí mezclar farlopa con otras drogas tampoco me gusta mucho...”*

*M. En cambio, el speed combina mejor*

*M. El speed con el éxtasis combina muy bien*

*M. Y además, el speed para mantener el alcohol, que bebes, bebes..., una de speed y...*

*M. Y con cualquier otra droga ¿no? Lo que pasa es que nunca puedes disfrutar la sustancia en sí porque siempre te lo va a rebajar... nunca te va a subir mucho... también así te ahorras que se te vaya mucho la cabeza y eso..." (Barcelona Chicas)*

Como hemos expuesto en la ficha técnica, los grupos de discusión estaban formados por consumidores con preferencia hacia la cocaína, a excepción hecha del grupo mixto de Barcelona que, aunque consumían cocaína, sus preferencias se decantaban hacia el speed, la MDMA y, algunos, hacia la ketamina. En los grupos, trabajamos para que se hablara especialmente del consumo de cocaína.

Cabe destacar que los consumidores marcaban además de la preferencia hacia las sustancias estimulantes un rechazo hacia ciertas drogas (especialmente la heroína<sup>5</sup>). No obstante, los discursos sobre la preferencia hacia una sustancia hacen constante referencia a los contextos, los efectos perseguidos, el grupo, el estado de ánimo, la hora de la fiesta, como elementos clave para potenciar o desestimar el consumo de una determinada droga:

*H. Todos mezclamos un poco la droga, todos tomamos de todo pero yo me muevo entre mucha gente pureta, que son consumidores de coca, pero a mansalva, pero no consumen speed, tú les das una raya de speed y te dicen ¡jagg, a mí dame farlopa! farlopa y punto, no les des nada más. Salgo con gente pureta de 50 años, de 40 años, de 60... (Barcelona Mixto)*

Desde el punto de vista de los consumidores, las diferencias y las particularidades entre la cocaína, el speed y la MDMA las podemos ordenar, a partir de sus percepciones respecto a:

---

<sup>5</sup> El grupo de Madrid es el único con participantes que habían realizado consumos esporádicos de heroína.

- ✓ **Efectos positivos:** Los podemos entender como los efectos deseados, estos difieren en cada uno de los estimulantes, y es lo que marca la preferencia hacia una u otra sustancia. En los discursos de los consumidores podemos dilucidar el componente subjetivo a la hora de valorar los efectos de una sustancia, ya que el mismo efecto puede valorarse como positivo o como negativo, dependiendo de quién sea el consumidor. A grandes rasgos lo podemos ordenar como sigue:

Cocaína	Speed	MDMA
✓ Estimulación	✓ Estimulación	✓ Dar empatía
✓ Seguridad	✓ Seguridad	✓ Conectar con la música
✓ Anestesia	✓ Hablar	✓ Poder dormir
✓ Hablar	✓ Mitigar efectos alcohol	
✓ Mitigar efectos alcohol	✓ Mayor capacidad de aguante	
✓ Poder dormir	✓ Más barato	
✓ Poder comer		
✓ Compatibilidad con las tareas cotidianas		

- ✓ **Efectos y consecuencias negativas:** Los efectos y consecuencias negativas no son deseados ni perseguidos por los consumidores aunque, en gran medida, son inherentes al consumo, sobre todo cuando éste se mantiene desde hace años. Los

consumidores, conocen y conviven con estos efectos, tratando de evitar los más severos, puesto que generalmente vienen determinados por factores como la intensidad y la frecuencia del consumo. Los consumidores, para mostrar su preferencia hacia una u otra sustancia, ponen especial énfasis en los efectos negativos. Así, los consumidores consideran que el speed y la MDMA provocan más efectos negativos a corto plazo que la cocaína. El hecho de que una sustancia provoque más efectos negativos que positivos implica, en gran medida, el abandono de su consumo.

- ✓ **Valor simbólico:** La cocaína, debido a procesos colectivos, ha sido construida como una droga de más calidad y más “sibarita” que la MDMA o el speed. Además -aunque cada vez menos- se asocia a la droga de la clase alta y a los “triunfadores” que consiguen un ascenso en su nivel social de partida. El valor simbólico que se atribuye a la cocaína marca diferencias entre las sustancias y entre sus consumidores.
- ✓ **Contextos:** Los consumos de drogas, son dependientes de los contextos. La manera de conceptualizar un consumo como normal o problemático viene determinado, en gran medida, por el contexto en que se realiza y por si se hace en grupo o no. En este sentido, sabemos que los consumos se normalizan en los contextos recreativos en grupo y se entienden como más problemáticos cuando se realizan fuera de éstos o en solitario.
- ✓ **Grupalidad:** El grupo, además, marca el ritmo de consumo de sus miembros. Ser miembro de un grupo de consumidores potencia la normalización del consumo y la intensidad y frecuencia de éste.
- ✓ **Economía:** La disponibilidad monetaria de los jóvenes influye en la preferencia hacia la cocaína u otras drogas. Así, los jóvenes con poco poder adquisitivo consideran que la cocaína es cara, por eso prefieren el speed o la MDMA en lugar de la cocaína. Como veremos, un cierto poder adquisitivo, o la mejora de éste, también influyen en el *“salto hacia la cocaína”*

La interrelación de estos seis factores aparece como la explicación en los discursos de los participantes y son los responsables de que en un momento determinado se prefiera la cocaína



a otra sustancia. Vamos a presentar cada uno de estos puntos y cómo se relacionan con la preferencia y el “salto hacia la cocaína”.

## 5. EFECTOS DESEADOS.

La cocaína, el speed y la MDMA pertenecen a la familia de las sustancias estimulantes. Éstas, según los participantes, producen efectos cognitivos, fisiológicos, emocionales y también sociales y simbólicos. Al ser de la misma familia, comparten una serie de similitudes, como la estimulación nerviosa, el aumento del estado de vigilia y del sistema de alerta y la inhibición de la percepción de hambre. Además los consumidores suelen compartir rituales de consumo y complicidad grupal. A pesar de ello, los discursos de los consumidores nos presentan diversas diferencias y matices para explicar la preferencia hacia la cocaína y para justificar porqué se reduce o abandona el consumo de la MDMA y el speed.

A lo largo de los siguientes párrafos, expondremos las principales diferencias que los participantes han manifestado entre la cocaína, el speed y la MDMA, poniendo especial énfasis en las particularidades de la cocaína.

Empezaremos por presentar una diferencia que describen como el “efecto de saciedad”. Los efectos del speed y de la cocaína difieren tanto en la intensidad como en la duración. El speed, posee un poder estimulante superior al de la cocaína. Los efectos del speed duran entre 6 y 8 horas, mientras que los de la cocaína entre 30 minutos y 2 horas. El menor poder estimulante de la cocaína hace que pueda ser entendida como una sustancia ‘más light’ como nos ilustra el siguiente texto:

*“M. Yo creo que la coca dura menos porque es muy ‘light’, para mí ¿eh?”*

*M. Yo creo que da mucha ansiedad*

*M. También, también...*

*E. ¿Por qué es light?*

*M. Primero, no notas cuando te baja, a mí ese asco lo encuentro muy rico, es un asco rico*

*H. Amargor dulce ¿no?*

M. ¡Claro!

M. Primero, que al metértela no notas que te la has metido

M Sí que lo notas.” (Pamplona)

La cocaína al tener unos efectos menos duraderos impulsa a que el consumo sea más continuo:

*“H. Y también puede ser, que las rayas de coca tarden más en subir... bien, no, suben igual pero tarda menos en bajar la raya de coca que la raya de speed, de bajarte el morado y esto hace que, si tienes que estar en un sitio, si tienes que ir continuamente morado de coca, entonces, cada media hora te tienes que meter rayas, o cada tres cuartos de hora o menos incluso... Quiero decir, que para ir de fiesta tampoco puedes hacerlo físicamente hablando porque te pierdes la fiesta ¿no?” (Barcelona Mixto)*

Por el contrario, el speed, al producir unos efectos estimulantes más intensos y duraderos, conlleva que “sacie”, es decir, a lo largo de una sesión de consumo y, a medida que van administrándose la sustancia, los consumidores alcanzan un estado de sobre estimulación que les hace rehusar consumir más la sustancia ya que han obtenido el “máximo” de estimulación. Así, consumir más, solo serviría para aumentar los efectos negativos (taquicardias, ansiedad...) pero no aumentaría los efectos deseados:

*“H. Pero para ver un poco la diferencia con el speed, si el speed es bueno y estás colocado no quieres otra raya porque te deja como satisfecho, te deja como a gusto*

M. Y dura más rato

M. No tienes las ganas pero las haces igualmente por la gente, porque te encuentras a uno y tú tienes speed y ¡venga, vamos a hacer una raya!

*H. Yo consumo poco pero puedo salir con dos rayas de speed toda la noche...*

*H. Si la coca está buena quieres más*

*H. Te quedas saciado con el speed, con la coca no..., el speed es muy diferente y no te deja la cabeza... no estás pendiente de la droga sino que estás..." (Barcelona Mixto)*

Así, el intervalo de tiempo entre dosis y dosis de speed es más largo que el de cocaína:

*"H. Me pasa, me pasa... a menudo, así como con otras drogas no, si me meto una raya de speed, no se qué decirte...!horas! Hasta que me meta otra, puede que no, pero vaya... a menudo pasa mucho rato, sin embargo con una raya de coca no es ya que... sino que estoy ya pensando en la siguiente*

*H. ¿Y con el speed no?*

*H. Con el speed no*

*M. ¿Sabes por qué?*

*M. Te quedas saciado con el speed, con la coca no..., el speed es muy diferente y no te deja la cabeza... no estás pendiente de la droga sino que estás...*

*H. Exactamente...*

*M. Estás activo, divertido y no te acuerdas de meterte más porque es que no te hace falta y la coca sin embargo te lo pide, te da ahí como un clic en el cerebro...*

*H. Sí, bien, pero... otra, otra" (Pamplona)*

La cocaína, al poseer unos efectos menos estimulantes, puede ser consumida continuamente a lo largo de la sesión sin llegar a producir una sensación de “saciedad”. Lo que marca el final del consumo de cocaína es la voluntad de no querer consumir más y, en muchos casos, que se termine la sustancia:

*“H. Yo tengo un grupo de amigos que son de toda la vida, pero claro, de ese grupo de amigos... yo soy el más alternativo, ¡es igual!... son un tipo de gente... y yo voy de fiesta con lo que haya ¡me da igual! pero estos amigos son más de coca, coca, coca, ¿no? Y sí, es verdad que yo noto la diferencia cuando voy con ellos de fiesta, que el ansia que tienen ellos y la que tengo yo... si se ha acabado ¡se ha acabado! Pero ellos, si se les acaba... ¡vamos a pillar más!... La diferencia la noto, de yo que soy mucho más alternativo que me da igual lo que haya... ellos están acostumbrados a solo coca, solo coca...” (Barcelona Mixto)*

En lo que se refiere a la MDMA, las dosis están relativamente más controladas, en el sentido que, frecuentemente, los consumidores preparan las dosis (bombitas<sup>6</sup>) antes del consumo y se las administran progresivamente hasta llegar al “colocón” momento en el que dejan de consumir. Esta primera diferencia nos permite aprehender el primer elemento diferencial del consumo de cocaína, esto es: la intensidad y duración del consumo de cocaína es muy superior a la del speed y la MDMA.

Una segunda diferencia es el carácter vicioso que atribuyen a la cocaína. Los discursos de los consumidores hacen continuas referencias a la cocaína como una sustancia “muy viciosa”. Esto se escenifica en prácticas como: consumir impulsivamente en un periodo corto de tiempo (el impulso es mucho menor con el speed e inexistente con la MDMA), pensar continuamente en consumir o no saber decir que no a una invitación de cocaína, entre otras:

*“H. Para mí la cocaína es más golosa, a mí el speed no me pide otra raya, sigo de fiesta y...”*

---

<sup>6</sup> Palabra del argot para hacer referencia a la dosis de MDMA envuelta en papel de fumar.

*H. Porque la coca a mí me apalanca y me pide otra y el speed me activa mucho. Pero eso igual tiene que ver, no sé, con el efecto que tiene la coca en tu cuerpo, el efecto farmacológico, yo no sé por qué es pero desde luego que yo lo siento así y creo que es algo generalizado por otras conversaciones que tengo con la gente, que con el speed, pues bueno, te puedes meter y hay gente que incluso se mete mucho pero tampoco es esa... no sé, ese impulso de otra... otra que te llega a ocupar el pensamiento ahí de..., me meto una y a los 15 minutos que me la he metido ¡ya quiero otra!” (Pamplona)*

Los consumidores, relacionan directamente la propiedad de “ser viciosa” con mantener consumos intensivos. Éstos son en gran medida rechazados por los consumidores, aunque recurrentes en algunos de ellos:

*“H. La coca, normalmente, la tiene cada uno y, en cambio, las otras... cuando acabas la fiesta estás acabado pero por lo menos ¡estás satisfecho! En cambio la coca... cuando salía... dejé de salir porque era una hora o dos e ir a casa o ir a buscar más. La coca es mucho más viciosa.” (Barcelona Chicas)*

*“Antes incluso, es meterme una raya, salir del baño, ponerme a hablar con la gente e... incluso de llegar a estar ausente pensando en la siguiente raya, en... a ver cuando le pillo a éste y le digo ¿qué, nos vamos a meter una raya?” (Pamplona)*

Producto de la ausencia de la sensación de saciedad y por su carácter vicioso, tras el consumo de cocaína, los consumidores manifiestan “que no saben en qué momento parar”, es decir, suelen consumir hasta que la cocaína se termina:

*M. Siempre quieres más*

*H. Sí, más ciego más ciego porque una te ha sabido a poco y entonces quieres más, más, más...*

*M. Tú prueba a meterte coca sin beber alcohol ya verás como más ciego, más ciego... ¡no lo aguantas!*

*M. Acabas con una ansiedad que no puedes...*

*M. Te lo digo yo que al final acabo bebiendo (Barcelona Mixto)*

*H. Hay momentos en que dices no sé en qué momento parar...*

*H. Sí los hay sí*

*H. Sí, cuando llegas a casa...*

*H. Sí pero es muy terminal ya*

*H. Sí, cuando no hay ya*

*H. Cuando se acaba la pasta..." (Madrid)*

El speed y la MDMA provocan sensación de saciedad pero también, entonces, dejan de proporcionar los efectos perseguidos al aumentar las dosis. En cambio, los consumidores apuntan como, en cierta medida, la cocaína produce efectos aunque se haya consumido intensamente durante un periodo de tiempo:

*"El speed tiene ese problema, que llega un momento que ya, por mucho que te metas, ya el efecto ya como que... que ya como que aunque te metas rayones enormes de speed ya el efecto no lo sientes casi, en cambio te metes farlopa y sí, porque es un añadido. Por eso yo decía que los hábitos que tenía eran de por la mañana porque cuando ya no te hacía efecto nada llegaba la farlopa que ya volvías a encontrarte con la sustancia y te volvía a hacer efecto" (Madrid)*

Aunque algunos consumidores consideran que la cocaína siempre coloca, para otros, los efectos de la cocaína, al no dar un "colocón" tan importante tienen la sensación de no estar

bajo sus efectos. Esta situación hace disminuir la percepción de riesgo, ya que se considera más controlable y limpia que los otros estimulantes:

*“H. Cuando dices que es ‘light’ tienes toda la razón porque pocas veces me he notado yo ¡ostia! Estoy muy encocado... estás ciego... pero tampoco estás ahí... quieres verte más ciego, y más, y más y más y por eso acabas rápido con la bolsa” (Pamplona)*

Otro efecto apreciado por los consumidores, es el efecto anestésico de la cocaína, ausente en los otros estimulantes. Además, la sensación de amargor de la cocaína también es valorada por los consumidores.

Aunque tanto el speed como la cocaína potencian el habla, la cocaína lo hace de manera distinta. Los consumidores consideran que el speed produce un habla más incoherente, mientras que la de la cocaína es más lúcida y sosegada:

*“H. A veces, simplemente lo que quieres es que paren de hablar y que te dejen en paz y uno mete la chapa y ya está*

*H. También como te dé, si te da por hablar, te da por hablar, pero si te da por callarte... (Madrid)*

*M. Sí, la coca te da ganas de hablar con la gente y tal.*

*H. Te crees que eres más guai. Por eso a mí me gusta en confianza para, al día siguiente, no arrepentirme*

*H. Hombre claro, mejor entre amigos, la peña te conoce y estás... y si no, pues te corta, te corta el rollo*

*H. Y que el speed y la coca se pueden mezclar muy bien con el alcohol que es la otra droga que normalmente se toma y, en cambio, si tomas algo mucho más fuerte y normalmente buscas speed para rebajar y acabas mezclando... tres no, pero dos, seguro” (Barcelona Mixto)*



El efecto eufórico lo podemos entender como una mezcla entre la sensación de seguridad y con la de una ligera euforia que hace vivir la situación y el entorno como más controlable:

*“H. Yo, la diferencia que encuentro entre el speed y la cocaína es claramente el efecto, que la cocaína, en el mismo contexto, trabajando y delante del ordenador, te metes una raya de coca y la coca tiene un efecto como si te pusiera un poco pedo, tiene un efecto un poco embriagador que al speed no le encuentro yo ese efecto embriagador... a mí el speed me ha venido bien muchas veces cuando he tenido picos de trabajo y meterme un tiro de speed y estar ahí tacatá, tacatá y no darme cuenta, y pasar mucho tiempo sin tener la necesidad de meterme un tiro. En cambio, con la coca, si me pongo un tiro ya tengo que volcarme media papelita ahí y ponerme mis tiros ahí cada 15, 20 minutos o media hora.” (Madrid)*

*“H. Y es que con la farlopa a mí no me da tanto sabor, disfruto del morado, no del consumo en sí.” (Barcelona Mixto)*

En el plano social, los efectos de la cocaína producen una sensación de seguridad. En sus propias palabras, tienen la sensación de “ser el rey”. Esta sensación, también presente en el speed pero no con la MDMA, es muy valorada por los consumidores:

*“H. Es que tanto la coca como el speed yo creo que te dejan un poco como superior, que te sacan un poco tu ego más fuerte y más potente, el speed quizás un poco más, la coca también pero el éxtasis, te coloca más, (...) el éxtasis te deja un poco más aturdido ¿no?” (Madrid)*

Uno de los aspectos más relevantes y particulares de la cocaína es la compatibilidad que permite para desarrollar las tareas diarias, a pesar de sentirse colocado. Así, manifiestan que tras el consumo de cocaína pueden ir a trabajar, comer con la familia o estar en cualquier situación, sin que el consumidor despierte sospecha alguna entre los no consumidores, los cuales desconocen su estado. En cambio, con la MDMA o el speed, la sensación de estar colocado y exteriorizar los efectos de la sustancia, son mucho mayores:

---

*“H. Si trabajas de camarero, también puedes beber y la coca te quita mucho el alcohol y puedes seguir trabajando sin pasarte tampoco. Yo de speed he trabajado poco, he montado cosas y tal pero de coca sí...”*  
*(Barcelona)*

Esta compatibilidad con las tareas diarias es uno de los mayores riesgos que algunos atribuyen a la cocaína.

## 6. EFECTOS NEGATIVOS.

Los discursos de los participantes en los grupos de discusión, independientemente de la predilección hacia la cocaína o hacia otros estimulantes, expresan reiteradamente los efectos y consecuencias negativas de los estimulantes. Aunque estos son casi inherentes al propio consumo, su magnitud viene determinada, en gran medida, por la intensidad y frecuencia de consumo, los años de consumo, los contextos de consumo y el estado anímico del consumidor.

Los consumidores conocen los efectos negativos del consumo, tanto por experiencias propias como por las de personas cercanas. Como apuntábamos anteriormente *“los adolescentes tienen una concepción temporal en la que prima el «aquí y ahora», el placer inmediato, y no unos efectos negativos a largo plazo que se construyen lejanos e inciertos”* (Martínez Oró y Pallarés, 2009:171). En cambio, los consumidores de más edad y con años de experiencia conocen de primera mano los efectos negativos de la cocaína, ya que en la mayoría de los casos, los han vivido en primera persona. No obstante, conocer los efectos negativos no significa que se evite el consumo, como podemos observar en el próximo texto, en el que el consumidor nos expresa la peligrosidad y el alto componente adictivo de la cocaína:

*“H. Yo, la coca me parece una droga gilipollas, que no es nada gilipollas, pero que llega a un uso que puede ser gilipollas, porque cuando pasa de no ser gilipollas a mí me parece la droga más paranoica e hija de puta que hay... cuantas veces pasa que piensas, estos pibes que no dejan de mirar mi alfombra, que se le ha caído la piedra, pero dónde tienen la cabeza... ¿no?, yo lo he visto cerca, eso, lo hemos rozado... yo nunca he caído en rollos tan chungos y luego ya, la basca que se queda superdura, que no sabe como dormirse, que no sabe como tal... o sea, es una droga para gilipollear con copas o para que ya la conozcas bien y la trates hasta que te lleve hasta problemitas pero yo creo que es una droga que le tengo también un respeto que te cagas.” (Madrid)*

Como venimos argumentando, las diferencias entre el speed, la MDMA y la cocaína que motivan *“el salto hacia la cocaína”* son diversas. A pesar de ello, podemos apuntar que el

motivo de más peso para abandonar los otros estimulantes y preferir la cocaína, son los bajones producidos por el speed y la MDMA.

Bajo el significativo que los participantes atribuyen a los “bajones” encontramos diferentes significados aunque, básicamente, los podemos entender y describir como los malestares postconsumo de tipo físico, psíquico y emocional. Según los consumidores, los bajones del speed y la MDMA son más insufribles que los de la cocaína.

Los bajones de speed son de tipo más físico (cansancio y malestar general), mientras que los de la MDMA son más emocionales (estados depresivos). En este sentido, cuando los consumidores comparan los diferentes estimulantes, ponen de relieve la menor contundencia de los efectos postconsumo de la cocaína. Esta situación es clave para entender el “salto hacia la cocaína” ya que el consumidor de cocaína no sufre tales efectos y por tanto puede compatibilizar mejor sus consumos con su vida cotidiana. Los próximos textos nos ilustran sobre los bajones de speed experimentados:

*“M. No sé... yo, si prefiero consumir coca en lugar de speed o m también es por la resaca, yo lo valoro bastante esto... como que normalmente voy bastante liada, que tengo que hacer cosas y tal... ahora mismo porque no tengo dinero y casi no compro coca pero... escogería... sobre todo, a veces evito tomar speed por esto... no sé, viernes y sábado tengo que hacer cosas” (Barcelona Chicas)*

*“M. Para mí la resaca del speed es mucho peor, la psicológica es mucho peor... y la física también... pero bueno, yo ya sé que ese día, mi segundo día es de resaca mental y ¡es así! Todo lo que... que todo me parece muy pesimista pues... ¡es mi día de resaca! Y punto pelota, no me pongo a llorar ni nada porque... sí que me he puesto a llorar porque... con mis primeras veces que he tomado speed tenía una resaca que ¡pa qué!” (Pamplona)*

Los consumidores nos apuntan como los bajones de MDMA son más de tipo emocional y de efectos depresivos:

*“M. El éxtasis da un bajón muy chungo de depresión... el speed es el momento, el speed vale, no puedes dormir y entonces... bueno yo es que estoy acostumbrada, el domingo no duermo y punto, me dedico a hacer cualquier cosa manual o a estar con los colegas o a ver una peli hasta que me voy a dormir ¡yo qué sé!... ya sé que el domingo hasta las tantas de la noche no dormiré, ya lo tengo asumido... pero en cambio, con el md me quedo dormida el domingo por la mañana, no hay problema, pero el lunes estás allá con una depresión...” (Pamplona)*

*“M. Me parece que me cansa la droga al final, con el md, consumía mucho, ¡va! m, m, m, m... no, speed no quiero, yo solo quiero m, m, m,... y al final, dolor de cabeza, unas resacas superchungas y bajones muy bestias cada vez más... ¡ahhh! Speed.*

*M. Parece que la coca compagine mejor con el fin de semana y el alcohol, parece lo más habitual y que el éxtasis sea como más esporádico” (Barcelona Chicas)*

Una de las diferencias entre el speed y la cocaína, apuntada reiteradamente por los consumidores es la posibilidad de poder dormir tras el consumo de cocaína, situación más difícil o casi imposible de producirse después de un consumo de speed. Los consumidores valoran muy positivamente poder dormir después del consumo, especialmente cuando no quieren continuar la fiesta o a la mañana siguiente tienen responsabilidades. En este sentido, los consumidores explican que una vez en casa se pueden dormir. Mientras que con el speed consideran como inútil ir a casa a dormir, ya que no podrán:

*“H. Una cosa sí que es que con el speed por esa cosa de que como no duermes, no duermes porque tiene un efecto mucho más largo, igual también tiene que ver el que te metes una raya y no necesitas otra... pero es que con la coca no, ya cuando deja de hacerte efecto sino antes incluso, yo hablo de mi experiencia...” (Pamplona)*

*“H. Que con la farlopa duermes y el bajón cuando te duermes pues se va... con el speed no duermes y entonces se te prolonga durante no sé cuánto*

*tiempo y no sabes cuando va a acabar y tienes una prisa por dormirte para que se te acabe... y no te puedes ir a dormir con prisas porque no duermes.” (Barcelona Mixto)*

*“M. Con la farlopa yo puedo dormir pero con el speed hasta el domingo noche o lunes no duermo, entonces yo no puedo... si tengo que estar por la mañana en el curro entonces no habría dormido nada...”*

*M. Nada... llegas ya medio tocado que con la farlopa, quieras que no, duermes, cuando te pones, duermes...*

*M. Del speed, sobra un día...*

*M. El speed como no te acuestes a las dos o a las tres... Como sigas hasta las dos de la mañana ya la has cagado... ya no duermes ni por la tarde” (Barcelona Chicas).*

Poder dormir facilita los consumos durante las vísperas de días laborables, lo cual es una clara situación de riesgo:

*“H. A las 9 o las 10 de la mañana o a las 8, ¡es igual! Y son las 10 de la noche y te vienen los colegas ¡va, vamos a pillar farlopa! No, tío que mañana me levanto pronto ¡va, tío que nos lo partimos! ¡Va tío que si no... (?) y al final sí... ¿por qué? Porque sabes que aunque llegues a casa a las dos o a las tres de la noche dormirás un poco, porque si te ofrecen speed ya sabes que como te pongas una rayita ya toca la corneta a las cinco ¡como mínimo! Claro, es diferente, depende del día que te coja, depende del momento, la coca es mucho más... entra mucho mejor en cualquier momento que el speed...” (Barcelona Mixto)*

El anterior texto nos apunta cómo el consumo de cocaína es compatible con cualquier situación, mientras que el consumo de speed está más inscrito en las salidas nocturnas. Esta situación posibilita el consumo de cocaína más allá de los consumos recreativos ya que, como

hemos apuntado en el anterior apartado, permite compatibilizar los consumos con las tareas diarias:

*“H. Sí, yo lo que veo por mí es que yo en cualquier momento puedo meterme un tiro o fumarme un porro pero no me puedo meter en cualquier momento una chupadita de M ¿sabes? Pero el perico es una droga que... por eso he dicho que en cualquier momento yo me meto, si estoy en un momento bueno... yo, aunque esté en el baño y luego vaya a cenar con mis padres en Nochebuena ¿sabes?”*

*H. ¡Claro!*

*H. Pero en cualquier lado, el perico en cualquier lado...*

*H. Es que tú te metes una raya y te dura el efecto ¿cuánto? 20 minutos...*

*H. Claro, por eso es que...*

*H. Sin embargo el m qué son, 6 horas...” (Madrid)*

Una de las consecuencias del alto poder estimulante del speed es la inhibición del hambre, en cambio con la cocaína esta inhibición es mucho menor:

*“H. Lo que pasa es que luego la panza, no comes... tienes la panza muy así... yo por lo menos...”*

*H. ¿Con la anfeta?*

*H. Sí con la anfeta... y acabas hecho mierda del estómago y las encías tío... las encías fatal, las piorreas, aunque te limpies... no sé qué tiene el puto speed que... aunque solo sea un verano... 150.000 para arreglártelos... joder, prefiero...” (Madrid)*

Los bajones de speed también provocan malestar digestivo. Malestar casi inexistente tras el consumo de cocaína:

*“H. Sí con la anfet... y acabas hecho mierda del estómago y las encías tío... las encías fatal, las piorreas, aunque te limpies... no sé qué tiene el puto speed que...” (Madrid)*

Para glosar lo que estamos argumentando, veamos un texto que expone diferentes factores explicados en este punto, los cuales resumen el abandono del speed y la preferencia hacia la cocaína:

*“H. Eso es porque es muy golosa, tú ve poniendo farlopa y te dirá una de cada 10 que no y speed te dirán la mitad por lo menos que no. En mi cuadrilla, todos empezamos metiéndonos anfetamina y pa, pa pá ¿qué pasa? Que ahora se han vuelto farloperos*

*M. Yo creo que también la cocaína se acaba antes porque no es tan fuerte como el speed ¿no? Por ejemplo tú has dicho de speed porque la resaca no te mola*

*H. De speed no, igualmente con 16 años pues también todos los fines de semana, dejé de meterme speed y me metí en farlopa y luego ya... el speed es que no me dejaba dormir, antes estaba acostumbrado y dormía con lo que me echaran. Podía meterme un gramo de speed e irme a la cama y dormir pero ahora como no duermo, no me meto...” (Pamplona)*



## 7. DIFERENCIAS SIMBÓLICAS

Los participantes en los grupos se han referido a las diferencias de tipo simbólico que se establecen entre los consumidores de cocaína y que se refuerzan al llevar a cabo ciertas actividades, como puede ser la invitación a consumir cocaína. Además, el precio de la cocaína o su apreciación de ser “viciosa”, marca cierto status entre los consumidores. Derivado de estos factores, los consumidores hablan del “*rollo farlopero*”, de manera que esta expresión la utilizan para hacer referencia a las diferencias simbólicas entre los consumidores de cocaína y los de otras sustancias.

Debido al precio del gramo de cocaína, desde los ochenta se le ha atribuido o supuesto al consumidor de cocaína cierta clase o “buen gusto”, esto tiene como resultado que el consumo de cocaína implique dinámicas grupales diferentes respecto a las producidas por los consumos de otros estimulantes:

*“M. Yo creo que también es por el tipo de gente que toma cocaína y por el tipo de gente que toma speed, la coca es más sibarita, más de me gusta lo bueno, mi casa, mis colegas y tal... y el speed es ¿quién quiere? ¿Quién quiere? Tipitipití... ¿no? También es un poco la gente que lo toma.”  
(Barcelona Chicas)*

*“H. Es que se crea una complicidad, entre colegas tío, se crea una complicidad... que con una mirada ya...”*

*H. ¡Ya lo sabes!, ya lo sabes, te miras y ya lo sabes*

*H. Y, además que lo mezclas con alcohol... yo lo que noto es que se centra mucho en los de antes, yo tengo colegas que... esto tal vez también pasa con los porros y en el mundo de la droga pero con la coca también pasa, colegas que están todo el día hablando de la coca, alguna cosa tiene que no sé...”*

*H. No, es que cualquier tontería... eh, vigila con la línea... una línea ¿dónde? Es que cualquier tontería, cualquier palabra te lo recuerda... Sí,... vamos a tomar una coca-cola... ja, ja, ja... medio filipino o media pizza”  
(Barcelona Mixto)*

En parte, a los consumidores, al querer denotar y escenificar un status a partir del consumo de cocaína, les lleva a defender y mostrar una clara preferencia por la cocaína, desestimando el consumo de los otros estimulantes:

*“H. Yo creo también que la cocaína, por lo menos en mi caso, que he tomado varias drogas... porque siempre, algún amigo mayor o que toma cocaína te introduce en este ritual ¿no? yo la primera vez que lo hice tenía 14 años y fui a cenar a (...) y no me lo notaron nunca y aquella gente sólo tomaba cocaína... en cambio, cuando yo comencé a tomar otras drogas, como con la gente con la que iba tomaban tres o cuatro drogas y llevabas tres o cuatro, o hachís o éxtasis con speed o esto o después la keta... entonces también te es igual, en cambio la gente que sólo están tomando coca y además están invitando, es muy y muy importante... los invito a todos a cenar y es igual, pero... con la coca es mucho más, sólo tomo aquella droga y sabe que cuando se acabe va a buscar más o no quedará y tal... en cambio en el otro lado, si uno tiene speed tal vez el otro tiene md o el otro tal vez tiene keta...” (Barcelona Mixto)*

Fruto del precio y del carácter vicioso de la cocaína, los consumidores destacan un carácter egoísta, que ven como inherente a la cocaína, y que conduce a consumir en solitario. Aunque cuando el consumo es intensivo y en solitario se asocia a problemas adictivos:

*“H. Es lo que decía él, esto es al principio... yo con mis colegas sí siempre te enteras porque han invitado a alguien o porque te enteras... pero la gente ésta mayor que te digo que voy con ellos, que son gente que lleva años y años y que se han metido de todo y que se han quedado con la coca les es igual meterse ellos solos, no te invitan ni nada, se lo tienes que decir ¡eh! ¡Invítame! Y entonces sí pero si no, no...”*

*H. Es mucho más individual...*

*H. Yo lo decía en el sentido éste de gente que sabes que tiene ¡venga, va una raya! ¡Venga va una raya! pues tómatela tú ¿no? Y ¿cómo es que pasa esto? Pues, a veces pasa porque alguien quiere consumir y lía a los otros... quieres hacerlo con alguien, no quieres solo... que sí, venga que no sé qué... y es el otro quien quiere consumir y el otro cae... pero tú tienes ganas y... venga que sí que una raya...” (Barcelona Mixto)*

Como observamos en el anterior texto, este “rollo farlopero” los consumidores lo relacionan con el liar a los amigos, y potencia la invitación para compartir los consumos, quizás también para evitar el consumo en solitario y anular así el sentimiento de culpabilidad. Estas invitaciones conducen a consumos no planificados por el consumidor:

*“H. Lo que pasa es que con la rayas de farlopa la gente se pelea por las rayas pero con el speed... es que hoy en día la gente está hasta los cojones, como que no le gusta lo mismo ¿no? Con la farlopa como que hay un poco de eso, de ritual...”*

*M. Sí que todo el mundo se concentra en la raya pero que tal vez es más de actitud, que tal vez a tí y a mí nos gusta mucho pintar rayas ¿no? Pero la historia es de todos concentrados en aquella raya... y con el speed he de ir buscando a la gente, ¡eh tú! que la tengo, que la tengo...” (Barcelona, Mixto)*

*“M. Yo creo que es por la pasta y por la adicción que tienes, creo que no es el ritual, yo creo que no, es por la pasta, sino por la adicción que tienes... que si tienes un gramo entre unos cuantos y uno se va al lavabo... ¡voy a ver si se mete más!...”*

*H. Es que la adicción que tienes, es por la droga en sí misma que te vicia un poco a que haya un ritual alrededor de eso, la droga es un poco así, que te dan ganas de meterte más siempre*

---

*“H. Lo que yo creo... hay gente que es más así, hay momentos en los que somos más así que aun siendo de... no, yo me drogo sólo para, por el efecto... pues muchas veces también lo haces por el puro vicio... eso de me voy al baño que también hay otros ahí, que tiene su costumbre, su componente de acto social...” (Pamplona)*

## 8. CONTEXTOS DE CONSUMO

Los contextos son el cuarto factor a tener en cuenta para entender “*el salto hacia la cocaína*”. Los consumidores dan un peso muy importante al contexto para explicar los significados asociados a la cocaína. Según el contexto, los consumos son entendidos como normalizados o problemáticos, aunque los discursos están llenos de matices.

Atendiendo a los discursos de los participantes, a grandes rasgos, encontramos tres grandes contextos de consumo:

- ✓ **Contextos recreativos:** La normalización del consumo de cocaína en los contextos recreativos se relaciona con la preferencia hacia la cocaína respecto de otras sustancias.
- ✓ **Contextos privados:** En los últimos años hemos observado el aumento del consumo de cocaína en los contextos privados (casas, segundas residencias, locales alquilados...). La tranquilidad a la hora de consumir y estar con los amigos es la principal razón. Estar en contacto con consumidores en estos contextos potencia los consumos y la preferencia hacia la cocaína.
- ✓ **Contextos laborales:** Los consumos en contextos laborables se pueden producir esporádicamente para mitigar los efectos negativos postconsumo. Si los consumos en el trabajo son frecuentes se acostumbran a entender como problemáticos. No obstante, los trabajadores del sector de ocio nocturno pueden consumir en sus trabajos sin que ello despierte especial alarma.

Entre los discursos de los participantes aparece reiteradamente la expresión “*la cocaína no da fiesta*” que a priori nos puede parecer contradictoria, ya que los consumos recreativos de cocaína se dan en los contextos de fiesta. Esta expresión desarrollada por todos los grupos, la debemos de entender en el sentido que la cocaína no es una droga que proporcione un gran “colocón”, como puede ser el de la MDMA o incluso el de speed, sino que es una droga que, como acabamos de ver, compatibiliza bien con el alcohol, permite hablar, da seguridad, entre

otros, pero no es una droga que altere la percepción sensorial ni amplifique la empatía (como sí que lo hace la MDMA). No obstante, como venimos explicando, los contextos recreativos son los espacios en que se normaliza su consumo y en los que la cocaína está más presente:

*"M. Yo creo que no..."*

*H. Estoy completamente de acuerdo*

*M. Sí, yo creo que no es droga para la fiesta*

*H. No, para la fiesta, no*

*H. Bueno, depende de qué fiesta... coca y güisqui...*

*M. Después sí que baja ¿no?*

*H. Fiesta nos referimos a fiesta, salir por ahí, ir por aquí, moverte hacia allá... coger el coche, entrar en una discoteca... tener que socializar con la gente... yo con la coca tampoco socializo demasiado*

*M. Y es el inicio de la fiesta muchas veces, si no tienes mucha... empezamos la fiesta, te haces una raya y luego ya vienen las otras drogas...*

*H. La coca te deja como un segurata, te deja serio, te deja más callado, más...*

*M. Más paranoico*

*H. Y también es el grupo, te relacionas mucho menos porque has salido con la coca y estás pendiente de lo que decimos, que no se vaya a hacer una raya el que la lleva, que no se escape sin ti...*

*H. Sí, sí, sí es descarado con la coca..*

*H. Es que cambia, ves alguien que no tenía e iba borracho y le apetece y se encuentra allá contento y se hace una raya y se queda serio... en cambio, con otras drogas no pasa tanto, sigues con la fiesta y conllevan fiesta. No hay muchos festivos cuando la gente toma coca sola, como mínimo o es un tipo de gente que..." (Barcelona Mixto)*

En los últimos años ha proliferado el consumo de cocaína en los contextos privados. El consumo en estos contextos permite consumir más tranquilamente con los amigos. Las reuniones particulares de consumidores en casa para cenar, hablar, jugar a videoconsolas u otros pasatiempos, pueden estar acompañadas del consumo de cocaína. En estos contextos, los consumos pueden hacerse más intensos y frecuentes y se manifiesta claramente la preferencia que venimos explicando por el consumo de cocaína, en lugar de otros estimulantes, ya que la cocaína permite realizar diversas actividades en casa, mientras que el speed o la MDMA son más incompatibles con las reuniones y las actividades de este tipo:

*"H. Claro, para ir de fiesta el speed, para quedarte en casa, con los colegas, la coca.*

*H. Cuando vas de speed la cosa es como mucho más dispersa y, en cambio con la coca, es... eso, eso, eso, eso y cuando se ha acabado aquello, aquello, aquello, creo que es más... creo que es más el patrón éste que en una casa puedes estar hablando con alguien porque tal vez en una conversación te puede atrapar mucho más... a mí con el 'speed a mí no me pasa... cuando alguien habla mucho de speed... sólo hablas tú... en cambio la coca es mucho más... También soy una persona que con la coca me despejo mucho más y en cambio con el speed me deja mucho más... sí, a mí me tranquiliza, yo voy ciego y no tengo sueño pero voy mucho más tranquilo, soy muy nervioso yo... y la coca sí que me da más vidilla para hablar pero en cambio el speed puedo aguantar, ir tirando pero no siento este efecto... incluso cerrarme a hablar con alguien me altera."*  
*(Barcelona, Mixto)*

Los consumos en el trabajo son entendidos en gran medida como problemáticos y suelen asociarse a problemas adictivos. No obstante, nos encontramos que, en ocasiones, después de una fiesta, los consumidores pueden consumir en el trabajo para evitar los bajones y poder realizar la tarea encomendada. Cuando los consumos en el trabajo son frecuentes se entienden como problemáticos.

Ya nos hemos referido anteriormente a que los consumidores normalizan los consumos cuando se trata de un trabajo de ocio nocturno (bares, pubs y discotecas), estos consumos, al darse en contextos de consumo, en ocasiones puede que también se extiendan a los trabajadores. En este sentido, debemos apuntar que los consumos en estos espacios de trabajo, por parte de los trabajadores, son claramente una situación de riesgo, ya que la cocaína les permite estar trabajando sin dar la sensación a los clientes de estar extremadamente colocados, y también en este caso, la cocaína gana la batalla al resto de estimulantes:

*“H. Si trabajas de camarero, también puedes beber y la coca te quita mucho el alcohol y puedes seguir trabajando, sin pasarte, tampoco. Yo de speed he trabajado poco, he montado cosas y tal pero de coca sí.*

*H. Yo he trabajado más de coca que de speed, de speed trabajas un día y al día siguiente estás muerto.*

*M. Yo me acuerdo de haber trabajado en el bar y al final de la noche alguna vez, de éxtasis pero así cuando ya estamos recogiendo y... pero ¡para currar es imposible!*

*M. Cuando trabajas necesitas algo que te haga tocar un poco... con los pies en el suelo. (Barcelona Mixto)*

## **9. GRUPALIDAD**

El quinto factor a tener en cuenta para entender el “salto hacia la cocaína” es el componente grupal del consumo. El grupo es una pieza clave para entender los consumos de drogas, especialmente en el momento de iniciarse. Además, como venimos argumentando, cuando los consumos se realizan desmarcados del grupo son entendidos como desviados:



*“H. Sí, no es una cosa de que una vez te lo metas solo sino que es de...*

*H. De que entras en un círculo vicioso, en un proceso ya...*

*H. Entonces lo peligroso es que deje de ser lo que es, que deje de ser social, que deje de ser una droga social porque si deja de ser una droga para estar con la gente y es para ti es peligroso entonces. (Madrid)*

*“H. Yo, con colegas, indudablemente, es que sino no la entiendo la droga, es como el alcohol, no lo entiendo solo, tampoco iré a drogarme solo y a beber alcohol solo, me parece superaburrido.*

*“H. Yo estoy totalmente de acuerdo, es que no entiendo la droga solo, nunca me drogué solo, necesito tener como otro enfrente para poder hablar y poder...” (Madrid)*

La importancia del grupo para explicar la preferencia hacia la cocaína yace en aspectos simbólicos como es la complicidad entre los iguales:

*“H. Pero llega un momento en que todo es buena ocasión para celebrar... yo... sí, el rollo de estar con los amigos y no sé qué ¡vamos a celebrarlo! O no sé qué, ¡vamos a pillar! Venga, vamos a pillar... un rollo de vamos a celebrar que nos hemos visto...*

*H. Y si es con ellos ya... llevas unos años yendo con los mismos...*

*H. Yo me siento peor... yo, en mi caso, me siento un poco peor si lo hago solo*

*H. ¡Claro! Porque te sientes protegido de la otra manera, te sientes menos culpable, como el otro lo está haciendo...*

*H. Yo hay veces que lo he hecho solo porque me apetecía pero, evidentemente si lo hago solo pues... ya es una cosa de si lo sigo haciendo..." (Madrid)*

Consumir en grupo genera complicidad entre los usuarios, además de normalizar los consumos en el seno grupal:

*H. ¡Claro! Porque te sientes protegido de la otra manera, te sientes menos culpable, como el otro lo está haciendo...*

*H. Yo hay veces que lo he hecho solo porque me apetecía pero, evidentemente si lo hago solo pues... ya es una cosa de si lo sigo haciendo...*

*H. Sí, no es una cosa de que una vez te lo metas solo sino que es de...*

*H. De que entra en un círculo vicioso, en un proceso ya..." (Madrid)*

*"H. Yo estoy de acuerdo con esto que decís pero, a parte también el círculo de amistades que tenemos sí que nos conducen a consumir o no porque yo puedo estar con los colegas y es lo que decíamos... que si salgo con ellos me meto porque no hay más y más si bebo alcohol, y en cambio por otro lado puedo estar tres meses yendo de viaje o cosa así o en Barcelona con gente que no se mete y no tengo ningún problema, el problema lo tengo cuando estoy con mis colegas y ellos se meten y yo no me meto, para mí es inconcebible" (Barcelona Mixto)*

Compartir e invitar es un símbolo de complicidad entre los miembros del grupo. La complicidad, con el paso de tiempo, se puede traducir en una necesidad de consumir y en la dificultad para rehusar una invitación a tomar cocaína:

*"H. Y luego el compartirlo con amigos, el estar en una fiesta y estar metiéndote coca es otra dimensión, es otra experiencia con esa misma droga, es como dos experiencias totalmente diferentes... y lo otro te da el*

*rollo social, estás ahí bebiendo copas no sé qué, metiéndote tiros...”*  
(Madrid)

*“H. Yo me voy de fiesta solo y no conozco a nadie y no me voy a pillar un gramo para mí para estar ahí solo... cuando tenga una borrachera cojo y me voy a dormir, pero si estoy con dos o tres amigos o cuatro, ¡va, cogemos algo y tal! Que nos vamos aquí y nos vamos allí... también es cosa de la gente conocida, de estar un poco más a gusto con tu ambiente...”*

*M. Y también del carácter, de que encuentras alguna cosa que te falta, no sé...”*

*H. Sí, que no se relaciona del todo y sabe que coge y se pone a hablar con todo el mundo” (Barcelona Mixto)*

Generalmente, para consumir, los consumidores buscan las mejores condiciones para hacerlo. El ritual de buscar un espacio, retirarse del contexto de fiesta, preparar las rayas, son aspectos que generan afinidad entre los consumidores y un ritual que sólo los iniciados en el consumo viven. Ritual que sirve para producir distancia simbólica con los no consumidores y unión con los consumidores:

*“H. Cuando compartes un consumo con un grupo de gente pues mientras estás consumiendo tienes como un nexo con ellos, porque estás consumiendo... como un acto ilegal, en cierta manera, como que te tienes que apartar de la gente para hacerte un grupi, al final ya eres un grupi de consumidores que no pararía de meterse rayas o... tienes que andar buscando donde hacerlas, el hecho de hacerlas en la calle es estar atento a ver si viene alguien, si te ven si no te ven... pues esa adrenalina también la genera el cuerpo y eso también está dentro del consumo, eso lo generas tú...” (Madrid)*

Ser miembro de un grupo de consumidores, en el que el consumo está plenamente integrado en las prácticas grupales, puede ser un problema si se decide abandonar o relajar el ritmo de consumo:

*“H. Luego también está el tema de cuando tienes una época de que te apetece estar relajado y te empiezas a dar cuenta de que la gente que te acompaña son todo consumidores y si estás con ellos al final te metes en el consumo otra vez y a mí me ha pasado de tener todas mis relaciones, todos mis amigos, toda la gente con la que me muevo, ser todos consumidores y de pronto tú decir... te rayas por lo que sea y decides parar un poco ¿no? Pero en ese momento te das cuenta de que toda la gente que está a tu alrededor son todos consumidores y que tú estás, no por nada en concreto sino que decides hacer un parón y al final, no es que no puedas, pero tienes que decidir o no meterte y ya forzar la relación; no soportarlos, porque ya llega un momento que cuando estás en casa con ocho allí todos metiéndose farlopa y metiéndose copas como locos, bueno, al final ya es una locura que si no estás dentro de eso no lo soportas”  
(Madrid)*

Como hemos explicado, los consumos son normalizados por el grupo, pero también son controlados por el grupo, es decir, cuando un consumidor de cocaína intensifica los consumos por encima de los del grupo, se puede producir un toque de atención por parte del grupo, esta situación, no obstante, puede conducir a que el consumidor abandone el grupo y continúe con sus consumos intensivos:

*“H. Sí pero luego hay otra cosa y es que, de repente, si tienes un grupo de colegas que consumen y tal y de repente ya los buscas para consumir, llega un momento en que si no los encuentras y te apetece consumir pues ya vas tú... no es una cuestión... o sea, no tienes por qué ver al colega, si le ves, le ves, porque te apetece. Yo sí creo que hay un punto de inflexión entre... por lo menos en mi caso, en tomar drogas con amigos y tomar drogas yo solo. Yo creo que ya es un paso si lo hago o no con colegas porque lo hago menos y porque yo creo que ahí hay una cosa de las*

*drogas y es que las drogas hacen especiales momentos que no lo son. Cuando ves a un colega, para mí sí, es un momento especial, de alguna manera se puede interpretar como una celebración y de la otra manera es, pues eso, hacer especial cada momento de tu vida cuando evidentemente, hay muchos momentos que... que estás esperando el autobús o estás en el dentista o..." (Madrid)*

## 10. ECONOMIA

Los componentes económicos son el último factor a tener en cuenta para explicar el salto hacia la cocaína. La cocaína es una sustancia cara para la mayoría de los jóvenes puesto que el precio oscila entre 50 y 60€ el gramo, precio que hace desestimar el consumo a gran parte de los más jóvenes (Martínez Oro y Pallarés, 2009). No obstante, la estrategias para conseguir dinero son diversas y se puede comprar cocaína, ya sea individualmente o a escote con los amigos. Si comparamos los precios de la cocaína con los del speed (20€/gramo) y MDMA (50€/gramo) y la dosis necesaria para conseguir los efectos deseados, la cocaína resulta la sustancia más cara:

*“M. La coca es que es así, es que estás pendiente de a ver cuándo te vas a hacer la próxima raya, que si tienes un gramo que si se la hacen todos... y en cambio tienes ahí un gramo de speed que te ha costado 10 euros y te da igual quien se mete una raya de speed más.” (Barcelona Mixto)*

Cuando el poder adquisitivo de los jóvenes consumidores de estimulantes aumenta, también suele aumentar el consumo de cocaína. Como podemos observar en el próximo texto representativo de otros discursos similares:

*“Yo antes sí que me importaba lo que me gastaba en la coca. Ahora, tengo pasta y ya no me duele tanto, o sea no me duele tanto el tema económico, me duele más el tema personal de lo que implica el tener un consumo habitual todas las semanas, me parece mucho más preocupante que el dinero que te puedas gastar porque al final en realidad te estás jodiendo a ti mismo...”(Madrid)*

*“M. Es que no lo conocen... allá en el pueblo es gente que trabaja y... durante la semana es el trabajo y el fin de semana es la coca con la pasta que tienen” (Barcelona Mixto)*

Es frecuente que los consumos de cocaína se terminen cuando se termine la cocaína. En ocasiones, los consumidores vuelven a comprar cocaína en el mismo espacio de fiesta incluso cuando no tienen más dinero y lo prestan, ésta situación puede conllevar deudas y problemas económicos. No obstante, la mayor parte de los consumidores son conscientes de su capacidad económica y no compran por encima de sus posibilidades económicas:

*“M. Pero aquí encontramos que la coca y el speed te atrapan...”*

*H. Sí, pero diferente...*

*H. Es que la coca si no hay más dinero se acabó la fiesta, se acabó la farlopa, se acabó el dinero y ya no hay fiesta y en cambio, el speed te atrapa y te metes en tu rollo pero siempre te da más por reírte, por la fiesta*

*H. Y cuando se acaba lo que quieres es otra, lo que no quieres es estar mucho tiempo parado porque parado te empanas demasiado*

*H. Son como un poco lo contrario ¿no? Speed y coca*

*M. Sí, tomas coca para estar por ahí y...*

*H. Si tomas speed para estar en un lugar, te atrapa y si tomas coca ¡de puta madre!...” (Barcelona)*

## 11. ABANDONAR LA COCAÍNA

En los grupos de discusión planteamos a los participantes que discutiesen sobre el hecho de abandonar la cocaína. A grandes rasgos, los motivos esgrimidos para abandonarla los dividimos en dos categorías:

- ✓ **De tipo individual:** Esta categoría engloba los problemas personales, como es desarrollar una adicción, problemas psicológicos (ansiedad, manía persecutoria) u otros malestares de tipo físico.
- ✓ **De tipo social:** Esta categoría engloba las razones de tipo social como contraer mayores responsabilidades con la pareja, más compromiso en el trabajo o dejar de frecuentar los espacios de fiesta.

Los de tipo individual son atribuidos a problemas personales. Los consumidores deciden abandonar la cocaína porque ésta les produce problemas de tipo psicológico, como ansiedad o manía persecutoria. En ocasiones, una mala experiencia, como un ataque de pánico, potencia el abandono del consumo por miedo a que se repita.

Algunos de los consumidores participantes en los grupos en épocas anteriores habían mantenido consumos intensivos. Cuando esto es así y aparecen problemas asociados se replantearon los consumos, haciéndolos más esporádicos e intentado evitar los efectos negativos más severos:

*“H. Yo me acuerdo en mi época supercompulsiva que estaba con mis primos, llevábamos dos días de fiesta metiéndonos coca y alquilamos un apartamento en Marbella y nos metimos allá a jugar al Risk y bueno, en un momento dado, era como un camping que tenía un apartamento y tal y en un momento dado oímos un ruido y yo en mi paranoia veo como una rata y ya empezamos a perseguir por toda la habitación una rata inexistente y ya hubo un momento que... teníamos una bandeja toda llena de coca y en un momento dado a mí ya no me entraba ¿sabes? Ha sido la vez que he*



*llegado al punto que no me entraba nada por la nariz ya... o sea, me voy al espejo, me miro y las pupilas ni se me dilataban, estaban completamente fijas, no había... ¡era brutal! Ahí fue una de las veces que dije ¡hasta aquí he llegado! Y estar a veces en una habitación de un hotel, a punto de darme un ataque al corazón y seguir metiéndome, o sea, decir, me meto otra y me meto otra ¿Sabes? Y sentir que me voy a quedar ahí, sentir hormigueo ya por el brazo y tal y me voy a quedar aquí ¡pero sigues! ¿sabes? ” (Madrid)*

Vivir malas experiencias, como es un ataque de pánico o problemas psicológicos severos, son motivo para replantearse y abandonar el consumo:

*“H. Yo el md lo he dejado para siempre, tomé una pastilla y lo dejé de golpe porque tuve un chungo muy chungo de una semana y me dijo el médico ¿qué has tomado? Pues no lo tomes porque para tu metabolismo no va bien, y cada vez que tomes te volverá a pasar esto... has estado mucho tiempo sin que te pase y ahora te ha vuelto a pasar, no lo vuelvas a tomar... y si te lo dice el médico bueno, no va a ser... si no lo acepto y no me sienta bien entonces no me lo tomaré nunca más... y no he tomado nunca más... claro que las primeras veces te ofrecían y decías... ¡bua!... pero no he tomado más. Es lo que decía él, tal vez es que la adicción es muy psicológica” (Barcelona Mixto)*

En ocasiones, no hace falta vivir malas experiencias propias, sino que las experiencias negativas de terceros pueden ayudar a replantearse los consumos:

*“M. Yo tengo unos amigos con mucho enganche de la coca que se ponen a mansalva, hasta que un amigo se murió por culpa de esto y a partir de aquí dije, bueno tío, frena, quítate esto de la cabeza porque no vamos bien... y entonces es cuando me puse a buscar otras alternativas... es que como que siempre piensan en esto yo no lo... va, vamos a coger otra cosa, y la semana que viene me voy a la montaña y me pongo unas setas ¿no? y a partir de aquí sí que he empezado a probar otras cosas, es que es*

*verdad lo que él dice que igual ahora mismo yo estoy por ahí y viene un colega y me dice ¿eh, vienes al lavabo? Y... ”(Barcelona Chicas)*

Cuando existe la clara conciencia de haber desarrollado una adicción a la cocaína, y se percibe así, muchos deciden abandonar el consumo:

*“H. Yo creo que también está la manera como consumes las drogas, yo cuando he consumido una droga a saco la he tenido que dejar radicalmente, en cambio si el consumo es de vez en cuando es más fácil tener un control porque realmente no es una necesidad y es más fácil suavizar el consumo y hacerlo más de vez en cuando y tal... pero cuando me he metido en algo a saco aquello de estar superligado he tenido que dejarlo radicalmente porque no he podido de ahora lo haces poco... no, no he podido, he tenido que dejarlo” (Barcelona Mixto)*

Los motivos de tipo social para abandonar la cocaína se relacionan con el aumento de las responsabilidades sociales. Cuando los jóvenes se incorporan al mundo adulto y adquieren más compromisos con la familia y el trabajo, disminuyen las salidas nocturnas y, en consecuencia, el consumo está menos presente. Por ello cuando desaparecen las salidas nocturnas también se abandona el consumo de cocaína:

*“M. Mucho más que ahora y claro, pensaba que el mundo era una mierda y al día siguiente era... vaya resaca de mierda que tiene esto ¿no? Pues a partir de ahí ya empecé a decir, bueno, vale, pues mañana me voy a sentir fatal... ¿mañana tengo que estar con mis padres? Pues vale, hoy no salgo de fiesta porque si no, mañana me voy a poner a llorar cuando me echen la bronca... cada uno ya se conoce su cuerpo y tienes que saber lo que puedes y lo que no puedes tomar...” (Pamplona)*

Aunque los consumidores nos explicaban los motivos que les harían abandonar el consumo, algunos consideran que no saben si llegarán a abandonarlo. Esta situación es producto de la sensación de control que mantienen sobre los propios consumos. Así, creen que siempre podrán mantener consumos enmarcados en contextos y tiempos determinados, sin que sean incompatibles con su vida, independientemente de la edad y otras consideraciones:

*“H. Yo creo que tú eliges también... tú eres muy consciente de que estás enganchado a algo, en un momento u otro eres consciente de que estás enganchado... yo estoy enganchado a los porros, lo que tú dices, esto está clarísimo... ¿a la coca? Pues no, empiezo a estar enganchado... más que otros pero es lo que tú dices, no diré, tal día dejo la coca... porque no, porque cuando tenga 50 años, si todavía estoy vivo, quiero meterme... yo solo y si me apetece un día me meteré pero no aquello de pin, pin... porque no, porque no es bueno... directamente... pero tampoco es malo de vez en cuando darte una fiesta y por un día... no lo dejaré definitivamente nunca! Tal vez sí, pero no me plantearé dejarlo, no porque esté enganchado porque si estuviera enganchado tomaría cada día o necesitaría o me haría falta cada fin de semana y no es así ¿no? Sí que sé que en un momento u otro me apetecerá porque sé lo que es y me apetecerá porque sé que existe” (Madrid)*

En el sentido del texto anterior, algunos consideran firmemente que no abandonarán las drogas y asumen su situación:

*“H. Yo creo que es si te gusta, si te gusta... porque yo, cuando lo dejé, sabía salir y aguantaba lo mismo que los otros hasta al mediodía y tal y solo bebiendo y los veía y la manera de dejarlo fue invitarlos a rayas, no desvincularme del mundo porque, a ver, yo no quiero tomar pero... esto me gusta... y tras un tiempo... mira, pues hoy lo pruebo, tomé y dije ¡cojones! No sé si me podré meter, pero dejarlo, nunca, aquello de decir... la última vez será hoy... no creo que lo pueda decir nunca porque aquello de... no quiero tampoco, me gusta y siempre que haya algún día... pensar que un día será el último... aunque no sea cada día entonces ¡ya está bien! Tienes que controlarlo, pero hay gente que no, que no le gusta tanto y que lo probó un día, lo tenía claro, para conocer la experiencia y ¡se acabó! y no lo repetirá o tendrá más facilidad, yo qué sé” (Barcelona Chicas)*



## 12. CONCLUSIONES

En la actualidad, el patrón de consumo de cocaína más extendido es el patrón recreativo. Los jóvenes, en sus itinerarios de consumo, utilizan diferentes drogas siendo muy común la mezcla de sustancias. Así, el policonsumo es muy frecuente, aunque luego, después de un tiempo de consumo, los jóvenes pueden ser más selectivos al utilizar diferentes drogas.

Los factores implicados en *“el salto hacia la cocaína”* tienen que ver con las vivencias que sienten los jóvenes en relación a distintos factores, entre ellos, los más importantes son: los efectos positivos, los efectos negativos, el valor simbólico de la cocaína, la grupalidad, los contextos y los factores económicos.

Son diversos los efectos positivos que atribuyen a la cocaína en comparación con la MDMA y el speed. Así, según los consumidores, la cocaína siempre provoca los efectos positivos buscados, los más instrumentales, mientras que el speed y la MDMA provocan una saciedad (saturación) en el consumo y dejan de aportar los efectos perseguidos después de una larga sesión de consumo. Aunque por otra parte, la cocaína es construida como más adictiva (viciosa y golosa) respecto las otras drogas, lo que conduce a consumos compulsivos. Tales situaciones pueden conducir a situaciones de riesgo ya que los consumos de cocaína pueden tener una frecuencia, intensidad y duración más larga durante una sesión de consumo.

El consumo de alcohol potencia el consumo de estimulantes, pero es la combinación de alcohol y cocaína la que está más difundida y es la más apreciada por los consumidores. La asociación casi inquebrantable entre alcohol y fiesta que hacen muchos jóvenes, puede llevar a que algunos prefieran consumir cocaína a otros estimulantes puesto que para ellos combina mejor con el alcohol.

La mayor seguridad, la capacidad para hablar coherentemente, la euforia y la sensación de anestesia son los efectos de la cocaína que son valorados positivamente y que la dejan mejor situada respecto al speed y la MDMA, por tanto están implicados en *“el salto hacia la cocaína”*.

De los efectos diferenciales a favor de la cocaína quizás el más importante es la compatibilidad que tras el consumo se mantiene con la posibilidad de desarrollar las distintas tareas diarias. Ésta es una de las situaciones de riesgo más patentes del consumo de cocaína y está relacionada con el consumo problemático.

Por lo que refiere a los efectos y consecuencias negativas, los estimulantes tienen en común que pueden provocar ansiedad, taquicardias y efectos psicológicos más o menos graves. No obstante, los consumidores apuntan que los bajones de speed y MDMA son mucho más fuertes que los de la cocaína. Los de speed son físicamente más severos mientras que los de MDMA lo son emocionalmente (síntomas depresivos).

Además, la cocaína es menos agresiva en cuanto a las consecuencias fisiológicas, ya que permite dormir y comer tras el consumo, además de no alterar tanto el tracto digestivo. La mayor intensidad de los efectos negativos de la MDMA y el speed, especialmente los bajones, son los responsables de la preferencia hacia la cocaína.

Los consumidores también pueden preferir la cocaína debido a aspectos simbólicos. La cocaína, al estar asociada a determinados contextos y determinado perfil de consumidor, hace emerger una visión positiva y de éxito, que los consumidores denominan como el “rollo farlopero”.

Los contextos de consumo determinan el patrón de consumo de cocaína, siendo en el de ocio nocturno donde está más presente. Aunque, en los últimos años, han proliferado los consumos en espacios privados de fiesta y, en menor medida, en contextos laborales. Los contextos ayudan a normalizar los consumos de manera que la difusión y la accesibilidad de la cocaína en los espacios de fiesta, unido a su funcionalidad con las actividades desarrolladas en ellos, así como la mezcla con el alcohol, contribuyen a la normalización del consumo.

El grupo es otro factor a tener en cuenta para explicar “*el salto hacia la cocaína*”. El hecho de invitar y compartir los consumos genera una complicidad entre los miembros del grupo. Complicidad que en ocasiones obliga a consumir para no “fallar” al compañero. Además, el grupo contribuye a normalizar los consumos intensivos en contextos festivos.

Cuando los consumidores poseen un poder económico más bajo tienden a preferir el speed y la MDMA. En cambio, cuando su poder adquisitivo aumenta, algunos dan el salto al consumo de cocaína. Suele coincidir con el abandono de la adolescencia y el aumento de la autonomía a causa del trabajo y, por tanto, se relaciona con los otros factores, especialmente con los de tipo de simbólico que marcan la posibilidad de éxito.

Por lo que se refiere a los motivos para abandonar la cocaína, algunos consumidores consideran que no ven la necesidad de abandonarla mientras no provoque efectos negativos severos. Por eso, en sus discursos, consideran que podrán seguir consumiendo sin excesivos problemas.

Los motivos para abandonar la cocaína se pueden dividir en motivos de tipo individual y de tipo social. Los de tipo individual, hacen referencia a problemas de tipo psicológico (ansiedad, ataques de pánico...) y a problemas adictivos. Los motivos de tipo social hacen referencia al aumento de las responsabilidades sociales y a la disminución de las salidas nocturnas.

### 13. BIBLIOGRAFÍA

- Alonso, L. E. (1998). *La Mirada cualitativa en sociología*. Madrid: Fundamentos.
- Conde, F. (2002). *La mirada de los padres: Crisis y transformaciones de los modelos de educación de la juventud*. Madrid: Fundación CREFAT.
- Díaz, A. (1998). *Hoja, pasta, polvo, roca. El consumo de los derivados de la coca*. Bellaterra: Servei de Publicacions de la UAB.
- Díaz, A., Pallarés, J., y Barruti, M. (2000). *Primer informe (1999). Observatori de nous consums de drogues en l'àmbit juvenil*. Barcelona: Institut Genus. Informe Online.
- Díaz, A., Pallarés, J., y Barruti, M. (2001). *Observatori de nous consums de drogues en l'àmbit juvenil (2000)*. Barcelona: Institut Genus. Informe Online.
- Díaz, A., Pallarés, J., y Barruti, M. (2002). *Observatori de nous consums de drogues en l'àmbit juvenil. Informe 2001*. Barcelona: Institut Genus. Informe Online.
- Díaz, A., Pallarés, J., y Barruti, M. (2003). *Observatori de nous consums de drogues en l'àmbit juvenil. Informe 2002*. Barcelona: Institut Genus. Informe Online.
- Díaz, A., Pallarés, J., Barruti, M., y Espluga, J. (2004). *Observatori de nous consums de drogues en l'àmbit juvenil. Informe 2003*. Barcelona: Institut Genus. Informe Online.
- Gamella, J. F. (1992). *La historia de Julián*. Madrid: Popular.
- Glaser BG, Strauss AL. (1967) *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. Chicago, Aldine.
- Glaser, B. (1978). *Theoretical sensitivity: Advances in the Methodology of Grounded Theory*. Mill Valley C.A: Sociology Press.



- Glaser, B. (1992). *Basic of Grounded Theory Analysis: emergence vs. Forcing*. Mill Valley, C.A.: Sociology Press.
- Gutiérrez Brito, J. (2008). *Dinámica de los grupos de discusión*. Madrid: CIS.
- Hidalgo, E. (2007). *Heroína*. Madrid: Amargord.
- Ibañez, J. (1986). *Perspectivas de la investigación social: el diseño en las tres perspectivas*. En García Ferrando. M., Ibañez, J., y Alvira, F. "El Análisis de la realidad social: Métodos y técnicas de investigación". Alianza Editorial. Madrid.
- Martínez Oró, D.P., Pallarés, J., Barruti, M., Espluga. J., y Canales, G. (2008). *Observatori de nous consums de drogues en l'àmbit juvenil. Informe 2007*. Barcelona: Institut Genus. Informe Online.
- Martínez Oró, D.P., Pallarés, J., Barruti, M., Espluga. J., y Canales, G. (2009). *Observatori de nous consums de drogues en l'àmbit juvenil. Informe 2008*. Barcelona: Institut Genus. Informe Online.
- Martínez Oró, D.P. y Pallarés, J. (2009). *Entre rayas. La mirada adolescente hacia la cocaína*. Lleida: Milenio.
- Muñoz Justicia, J. (2005). *Análisis de datos textuales con Atlas.ti 5*. No publicado.  
Disponibile en <http://psicologiasocial.uab.es/juan/>
- Observatorio Español sobre Drogas (OED). (2008). *Informe 2007*. Madrid: Plan Nacional Sobre Drogas. Ministerios de Sanidad y Consumo.
- Oleaque, J.M (2004). *En éxtasi*. Barcelona: Ara llibres.
- Ortí, A. (1986). *La apertura y el enfoque cualitativo o estructural: la entrevista abierta semidirectiva y la discusión de grupo*" En García Ferrando. M., Ibañez, J., y

Alvira, F. "El Análisis de la realidad social: Métodos y técnicas de investigación".

Alianza Editorial

Pallarés, J., Díaz, A., y Barruti, M. (2004). *Sistema de Observación Continua (SOC).*

*Informe 2003.* Barcelona: Instituto Genus. Informe no publicado.

Pallarés, J., Díaz, A., Barruti, M., y Espluga, J. (2005). *Observatori de nous consums de*

*drogues en l'àmbit juvenil. Informe 2004.* Barcelona: Institut Genus. Informe no publicado.

Pallarés, J., Díaz, A., Barruti, M., Espluga, J., y 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. Agència de Salut Pública de Barcelona. Àrea de Benestar Social de la Diputació de Barcelona.

Pallarés, J., Barruti, M., Espluga, J., Martínez Oró, D.P., y Canales, G.(2007). *Observatori*

*de nous consums de drogues en l'àmbit juvenil. Informe 2006.* Barcelona: Institut Genus. Online.

Pallarés, J., Barruti, M., Espluga, J., Martínez Oró, D.P., y Canales G.(2007b). *Sistema*

*de información continua sobre el consumo de drogas entre los jóvenes en Castilla-La Mancha.* Toledo: FISCAM.

Pallarés, J., Barruti, M., Espluga, J., Martínez Oró, D.P., y Canales G. (2008). *Sistema de*

*información continua sobre el consumo de drogas entre los jóvenes en Castilla-La Mancha.* Toledo: FISCAM.

Pallarés, J. y Martínez Oró, D.P. (en prensa). *La mirada femenina hacia la cocaína.*

Lleida: Milenio.

Romaní, O. (1999). *Las drogas. Sueños y razones.* Barcelona: Ariel.

Strauss, A.L y Corbin, J. (1990). *Basics of qualitative research: Grounded Theory procedures and techniques*. London: SAGE.

Trinidad, A., Carrero, V. y Soriano, R.Mª. (2006). *Teoría fundamentada "Grounded Theory"*. Madrid: CIS.

Usó, J.C. (1996). *Drogas y cultura de masas. España 1855-1995*. Madrid: Taurus.

