

**PERCEPCIONES  
JUVENILES SOBRE EL  
CONSUMO  
DE SUSTANCIAS PSICOACTIVAS  
EN MADRID, CUNDINAMARCA**

**Dirección General:**  
Edgar Medina Fetecua

**Coordinación:**  
Departamento de Investigación – Asociación LETEO  
Luna Martínez Lara

**Asistentes de Investigación:**  
Stephanie Botero Martínez  
Yeison Torres Becerra

**Diseño y Diagramación:**  
Guillermo Bohórquez

**Corrección de Estilo:**  
Camilo Ríos.

**Fotografías:**  
Archivo audiovisual – Asociación LETEO

Asociación LETEO  
Marzo 2011



## **Agradecimientos**

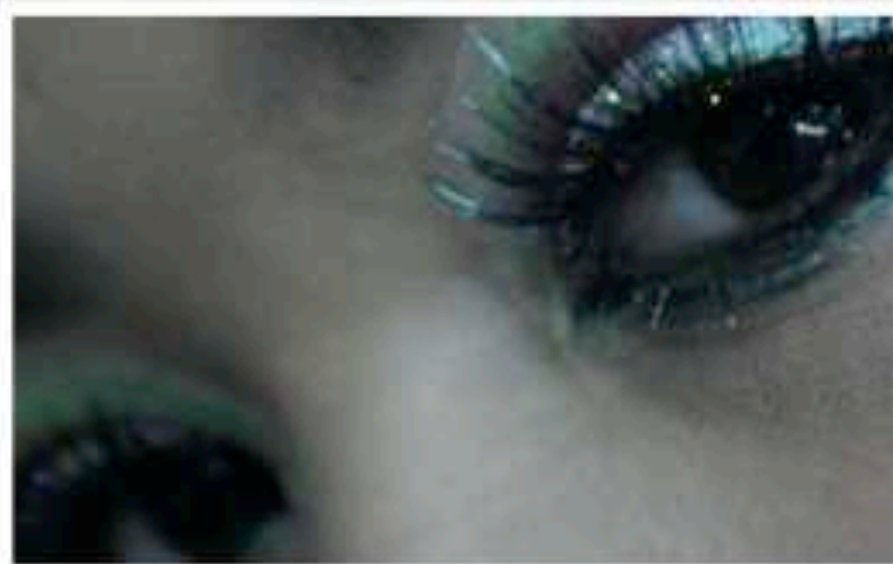
Este documento se realizó gracias a la participación de los y las jóvenes de tres instituciones educativas, dos centros de tratamiento, siete iniciativas juveniles del municipio de Madrid, tres representantes de medios de comunicación locales y cuatro Juntas de Acción Comunal del municipio de Madrid, Cundinamarca. Además, contó con el apoyo financiero del Ministerio de Protección Social – MPS, a través del convenio con la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito - UNODC, del Ministerio del Interior y de Justicia, de la Dirección Nacional de Estupeficientes y de la Asociación CIVIS - Suecia.

Agradecemos de manera especial la asesoría técnica y metodológica del señor Orlando Scoppetta D.G.; sus aportes han sido fundamentales para la realización de este análisis.

Los contenidos de esta publicación no comprometen las opiniones del Ministerio de Protección Social, la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito - UNODC, el Ministerio del Interior y de Justicia, la Dirección Nacional de Estupeficientes ni de la Asociación CIVIS – Suecia.



# Introducción



Una de las miradas que más se debe tener en cuenta al analizar esta situación es la que ofrecen los y las jóvenes, quienes son más propensos a acceder a espacios en los que se da el consumo de sustancias psicoactivas o que están influenciados por su presencia. Sus relatos y las narraciones que crean sobre experiencias asociadas al consumo de psicoactivos, así como las reflexiones que se dan cuando son expuestas ante sus pares, son indispensables para la comprensión de los diferentes elementos que componen esta problemática.



El consumo de sustancias psicoactivas es una realidad que afecta a diferentes sectores de nuestra sociedad, por lo cual, el generar documentos que den cuenta de las diferentes características de esta situación, permitirán desarrollar acciones concretas y eficaces posibilitando que la comunidad asuma una postura más crítica frente a su responsabilidad dentro de esta problemática, así como frente a las acciones que desde ella se pueden promover para posibilitar cambios en esta situación, encaminándonos a prácticas que den pie a la generación de hábitos más responsables y conscientes.

Este documento representa un análisis de los relatos de los y las jóvenes participantes en 13 grupos focales sobre consumo de sustancias psicoactivas en el municipio de Madrid, y los relatos de adultos por medio de 8 entrevistas a instituciones y medios de comunicación local, para un total de 120 personas participantes en este proceso. Las temáticas giraron en torno a la dinámica del consumo en Madrid, teniendo en cuenta: a) las sustancias de mayor consumo, b) los lugares de mayor consumo en el municipio, c) la responsabilidad de los medios de comunicación, la Administración municipal y las organizaciones sociales en la prevención, mitigación y superación del consumo, entre otras temáticas sugeridas por el equipo que lideró esta iniciativa y también que se dieron al interior de cada uno de los grupos focales y entrevistas.





Como fuentes principales, además del trabajo antes mencionado, se tuvieron en cuenta: el Estudio Nacional sobre consumo de Sustancias Psicoactivas realizado en 2008 y la Encuesta Nacional sobre consumo de sustancias Psicoactivas realizada en 2002. Ambos presentan una diferencia en cuanto a la población que constituye la muestra de cada estudio, ya que el Estudio Nacional sobre consumo de Sustancias Psicoactivas realizado en 2008 abordó población general (es decir personas de los 12 a los 65 años), mientras que la Encuesta Nacional sobre consumo de sustancias Psicoactivas realizada en 2002 abordó población escolarizada, razón por la cual los datos presentan una marcada diferencia. Sin embargo, ambos datos son relevantes para la realización de este análisis.

Esperamos que este documento posibilite nuevas reflexiones respecto a la situación de consumo de SPA en nuestro municipio y país; reflexiones en las que las y los jóvenes sean protagonistas y sus percepciones acerca de esta situación sean cada vez más relevantes en el diseño y la implementación de programas y en el desarrollo de investigaciones que se refieran de manera directa e indirecta a la situación del consumo a nivel local y nacional.





PROYECTO



## “MOVIDA JOVEN - Arte Público, Arte político en Cundinamarca”

“Movida Joven” es un proyecto que la Asociación Leteo desarrolla desde 2005, con el fin de promover y fortalecer diferentes procesos de organización y participación juvenil en municipios de Cundinamarca, partiendo del arte como herramienta de articulación y comunicación de las diferentes lecturas que tienen los y las jóvenes frente a sus propias realidades locales-municipales. La invitación de la “Movida Joven” es a que las iniciativas artísticas juveniles incorporen en sus trabajos el “Arte Público - Arte político” como herramienta que les permita dar a conocer las situaciones que han impactado desfavorablemente las relaciones de su comunidad y que han provocado, de alguna manera, su fragmentación.

Incorporar el “Arte Público” al trabajo de las iniciativas artísticas es una posibilidad para que las comunidades empiecen a hacer visible y a reflexionar en torno a su propia realidad y a los roles que cumplen dentro de ella. Se pretende que las comunidades empiecen a jugar un papel más relevante en la toma de decisiones y en el emprendimiento de acciones concretas que logren transformar sus realidades. Es ahí en donde empieza a configurarse el “Arte Político”, en tanto logra que las comunidades se articulen a las acciones transformadoras propuestas desde la población juvenil y además tomen decisiones y asuman posiciones concretas para transformar positivamente la realidad en que viven.

Las reflexiones que se generan desde la “Movida Joven” responden a su vez a dos líneas de trabajo: 1. Derechos de los y las jóvenes y 2. Prevención y mitigación del consumo de SPA. Ambas líneas se articulan y se desarrollan de manera simultánea. La línea de Derechos de los y las jóvenes propone lecturas críticas de los contextos en los que habita la población juvenil de Cundinamarca, identificando las situaciones en las que han sido vulnerados sus derechos. La línea de Prevención y mitigación del consumo de SPA busca que los y las jóvenes de Cundinamarca reflexionen acerca de las dinámicas de consumo de sus municipios y propongan iniciativas alternativas a esta situación.





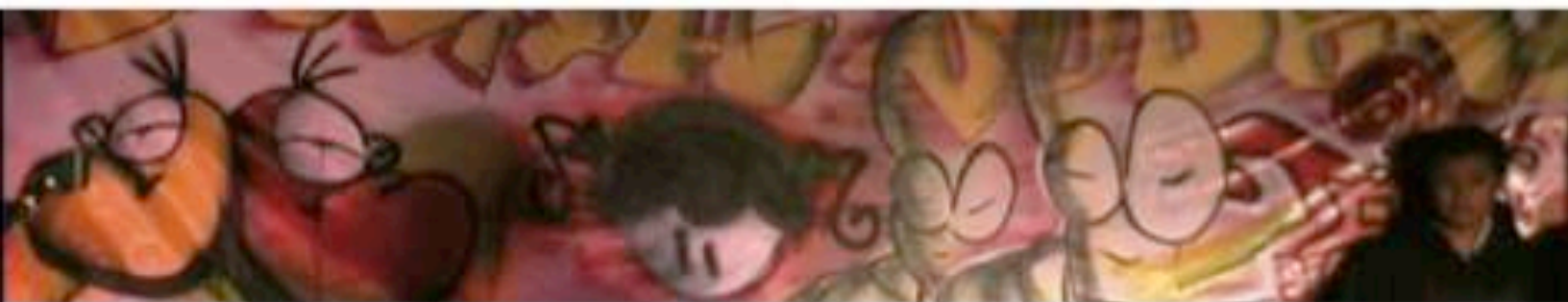


# PREVENCIÓN Y MITIGACIÓN



# PREVENCIÓN Y MITIGACIÓN

## DEL CONSUMO DE SUSTANCIAS PSICOACTIVAS



Esta línea de trabajo se desarrolla en Leteo desde 2001, gracias a la participación que tuvo en la Encuesta Nacional sobre Consumo de Sustancias Psicoactivas que se aplicó en población escolarizada (resultados en Madrid, Cundinamarca) en 2001 - 2002<sup>1</sup>. A partir de esta experiencia se desarrollaron piezas comunicativas como un camino efectivo para generar reflexiones en la población juvenil frente a la problemática del consumo local. Estas piezas comunicativas fueron difundidas a nivel departamental y nacional.

Sin embargo, el consumo de SPA ha sido una situación permanente en los diferentes municipios de Cundinamarca en los que Leteo desarrolla su labor, por lo que desde la organización se ha identificado la necesidad de retomar los resultados del estudio realizado en 2001 - 2002 para el municipio de Madrid, y presentar un documento que actualice tales resultados, dándole especial importancia a los relatos que diferentes sectores de la población madrileña han generado respecto al consumo de SPA en el municipio (jóvenes estudiantes, jóvenes artistas, líderes comunitarios, padres y madres de familia, Juntas de Acción Comunal, administración municipal, organizaciones sociales y medios de comunicación).



<sup>1</sup> Bajo la coordinación del Programa presidencial RUM305 - Observatorio Colombiano sobre Consumo de Sustancias Psicoactivas y el trabajo de campo de la Asociación de Jóvenes Leteo. Este estudio contó con un total de 2.142 encuestas y la edad promedio de los encuestados fue de 14,5.



# PREVENCIÓN Y MITIGACIÓN

Este análisis está motivado también por necesidad de identificar las causas de la creciente criminalización que han sufrido los y las jóvenes de Madrid (sobre todo cuando desarrollan actividades o iniciativas de carácter artístico), que los relaciona de manera directa con el consumo de SPA y que ha derivado en la implementación de medidas que han ocasionado que los y las jóvenes de Madrid tengan cada vez menos lugares de encuentro y de desarrollo de sus iniciativas. La experiencia nos ha demostrado que medidas como los "Toque de queda para menores" y las "restricciones en el uso de polideportivos", no solamente han sido ineficaces en cuanto a la disminución y/o superación de las problemáticas, sino que además han generado nuevos conflictos al interior de la comunidad, sobre todo referidas a: conflictos familiares, institucionales y el aumento de estigmatizaciones por parte de las autoridades locales (Alcaldía, Policía, Juntas de Acción Comunal – JAC) frente a los y las jóvenes, en donde el uso, el disfrute y la preservación de los espacios públicos es un factor fundamental de dicho conflicto.



Este documento se presenta como el primer resultado de un ejercicio exploratorio de la situación actual de consumo de SPA en Cundinamarca en general, y en Madrid en particular, que propone otra mirada frente a las diferentes investigaciones y a los planes de prevención y mitigación que se desarrollan a nivel local y nacional, y que para hacerlo le da mayor relevancia a las opiniones y experiencias que los y las jóvenes han tenido con este tipo de prácticas, de modo que se valoren más sus iniciativas y se promuevan estilos de vida alternativos al consumo desde su propia experiencia.





**SITUACIÓN ACTUAL DE CONSUMO**



# SITUACIÓN ACTUAL DE CONSUMO

## DE SUSTANCIAS PSICOACTIVAS EN MADRID

Para dar cuenta de la situación actual de consumo de SPA en el municipio de Madrid este documento se enfocará básicamente en dos fuentes de información: 1. El "Estudio Nacional sobre consumo de Sustancias Psicoactivas" de 2008, el cual fue complementado con los datos de la "Encuesta Nacional sobre consumo de sustancias Psicoactivas" (Resultados en Madrid, Cundinamarca) de 2002 y que Leteo ha manejado dentro del desarrollo del Sistema Único de Indicadores sobre consumo de Sustancias Psicoactivas (SUI)<sup>2</sup> para Madrid, y 2. Los resultados de 13 grupos focales realizados a jóvenes estudiantes, artistas y jóvenes que han tenido experiencias relacionadas con el consumo y microtráfico de SPA, así como 8 entrevistas realizadas a representantes de los medios de comunicación locales, Administración Municipal, líderes comunitarios y juntas de acción comunal de Madrid.



Estas fuentes de información se consideran complementarias, teniendo en cuenta que aunque la intención es resaltar los relatos que la población madrileña ha generado sobre el consumo de SPA, es indispensable relacionar estos datos con los proporcionados en estudios de carácter nacional en los que Cundinamarca y Madrid han hecho parte.

Es importante señalar que el hilo conductor que seguirá este documento, responde a un camino trazado por varios temas clave, así: 1. Las situaciones que posibilitan el inicio del consumo de SPA, 2. Las SPA de mayor consumo en el municipio por parte de los y las jóvenes, 3. Las razones de esta práctica de consumo, 4. Los comportamientos y consecuencias asociadas al consumo de SPA, 5. Las percepciones que se tienen de las y los consumidores, 6. La configuración del espacio público desde las prácticas de consumo de SPA, 7. El rol de las organizaciones de la sociedad civil, la administración municipal y los medios de comunicación referente al consumo de SPA en el municipio, y 8. Las iniciativas o alternativas de solución que desde los y las jóvenes se proponen para hacer frente a esta problemática.

<sup>2</sup> El sistema único de indicadores sobre consumo de sustancias psicoactivas (SUI) consiste en un conjunto articulado de conceptos y procedimientos tendientes a producir información regional y nacional confiable y estandarizada que contribuya a hacer más viable el consumo interno, sus consecuencias, así como las acciones adelantadas para reducir el consumo y mitigar sus impactos negativos. (Scopetta, 2009:1)





**1. SITUACIONES QUE DAN PIE AL INICIO DEL CONSUMO DE SPA EN MADRID.**

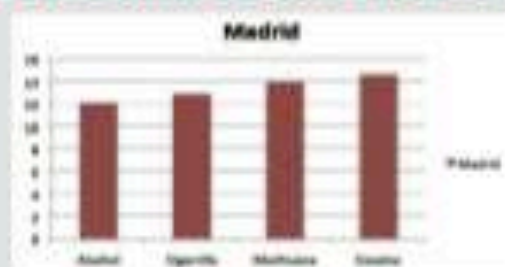


# SITUACIÓN ACTUAL DE CONSUMO

## 1. SITUACIONES QUE DAN PIE AL INICIO DEL CONSUMO DE SPA EN MADRID.

Para explorar las situaciones que dan pie al inicio de consumo de SPA, es necesario tener en cuenta las edades de inicio de consumo en Cundinamarca y en el municipio.

En primer lugar se presentan los datos de la Encuesta Nacional sobre consumo de sustancias psicoactivas de 2002 referidos a Madrid.



Gráfica 1. Edades de inicio de consumo de sustancias psicoactivas en población escolarizada de Madrid-Cundinamarca, en la encuesta nacional del año 2002.



En esta gráfica se contemplan solamente cuatro sustancias psicoactivas, tanto legales (cigarrillo y alcohol) como ilegales (marihuana y cocaína) ya que son las sustancias de mayor consumo en el municipio. Según esta gráfica la sustancia que se consume a una edad más temprana es el alcohol, que se calcula en los 12 años de edad, mientras que la cocaína se presenta como la sustancia de inicio de consumo en edad más tardía.

Precisamente, el inicio de consumo de SPA a partir de experiencias relacionadas con el alcohol es uno de los temas recurrentes en los relatos de los y las jóvenes sobre esta problemática. De igual forma, señalan que el inicio de su consumo ha sido motivado, permitido o provocado por algún miembro de su familia y que además es una práctica aceptada al interior de sus hogares.

Al respecto los y las jóvenes comentan:

*"Mi papá fue quien me dio a probar el licor cuando yo tenía 9 años, él estaba con los amigos allá tomando y dijo que llamaran al pelado y me preguntó que qué me iba a tomar y yo le dije que una gaseosa y él dijo que qué gaseosa ni que nada y me dieron siete copaditas de ron."*  
(Joven Consumidor)

*"Yo he visto muchas familias en que el niño pequeño se emborracha y todos dicen: tan lindo!"*  
(Joven artista)

*"Yo creo que tenía como once. Mi papá me dio mucho ron, luego me subió a la moto y me llevó a la casa y me dejó en la puerta para que mi mamá y mi abuela no lo vaciaran. Él me decía: tome papi que eso no le hace daño"* (Joven Consumidor)



# SITUACIÓN ACTUAL DE CONSUMO

Así mismo, los y las jóvenes señalan que muchas veces al interior de las familias unas sustancias son más aceptadas que otras y se avala mucho más su consumo. El alcohol, es una de estas sustancias que se acepta al interior de las familias, pues es una práctica que también es llevada a cabo por los padres y madres de familia, quienes involucran a sus hijos e hijas en este tipo de hábitos. Además, las sustancias de tipo ilegal, todavía mantienen una condición de tabú al interior de las familias y se presenta como una situación más problemática si se llega a dar al interior del núcleo familiar. Frente a esto los y las jóvenes dicen:

*"El alcohol tiene más aceptación que el cigarrillo, porque la mamá lo ve a uno fumando y le dice algo. Pero si la mamá lo ve a uno borracho por los tíos o con un familiar, no importa."* (Joven artista)

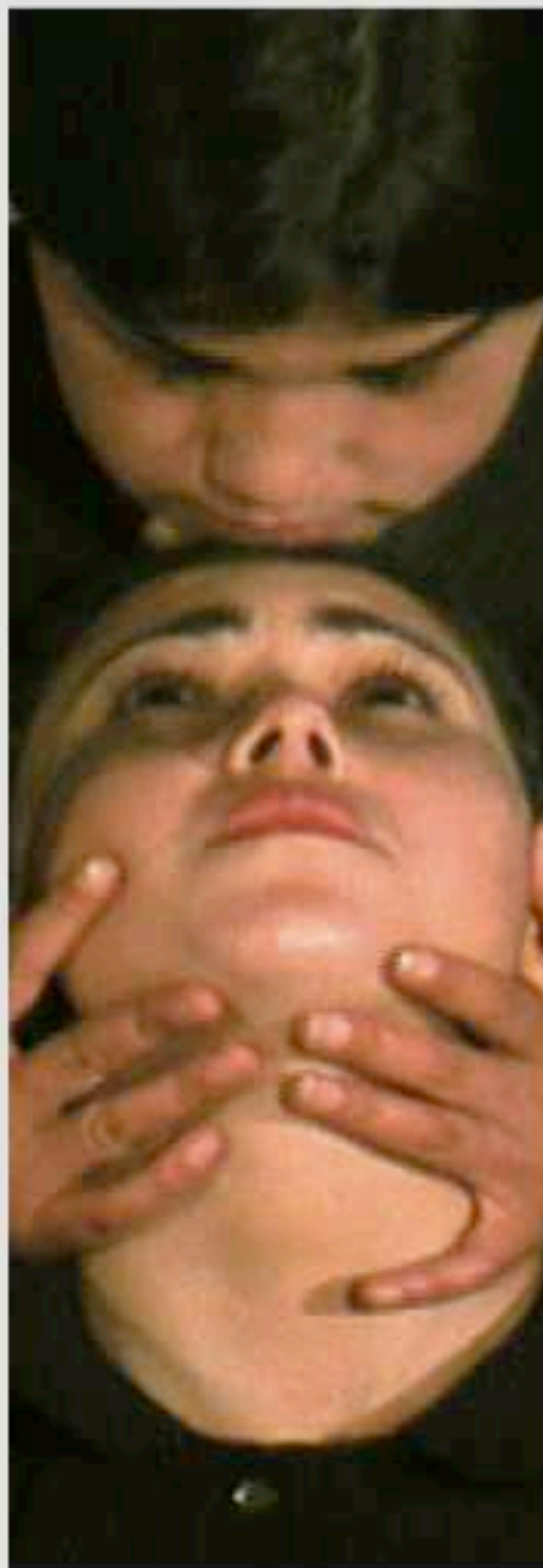
*"Uno casi no ve en una fiesta familiar que le ofrezcan cigarrillo al chino, pero sí que le ofrezcan trago."* (Joven artista)

Los amigos y las amigas son otro agente promotor de consumo de SPA, sobre todo por la curiosidad que mueve a los y las jóvenes a experimentar y por la necesidad de algunos de ellos de poseer un mayor "status" dentro de sus grupos, logrando con ello gozar de un mayor grado de "respeto". Los y las jóvenes participantes en los grupos focales señalaron al respecto:

*"Los amigos también son los que lo corrompen a uno, porque uno a veces va para la casa y lo llaman a uno para que se tome algo y usted se lo toma y luego otro y otro... y entonces usted como que ya aprendió, entonces tiene plata y hace "la vaca" y sigue tomando y ahí se queda. En fin, la mayoría de veces son los amigos"* (Joven Consumidor)

*"Pasa mucho que el joven o el man que se emborracha es como el duro, el que todo lo puede, entonces él se emborracha y entonces todo el mundo siempre quiere estar por encima de alguien y entonces intenta superar lo que hace él, entonces si se emborracha, yo me emborracho más, si él mete vicio, entonces yo también."* (Joven Artista)

*"Uno se deja influenciar de los amigos, ellos lo hacen y le dicen a uno que lo haga, que se siente rico y ahí le entra a uno la curiosidad"* (Joven Consumidor)



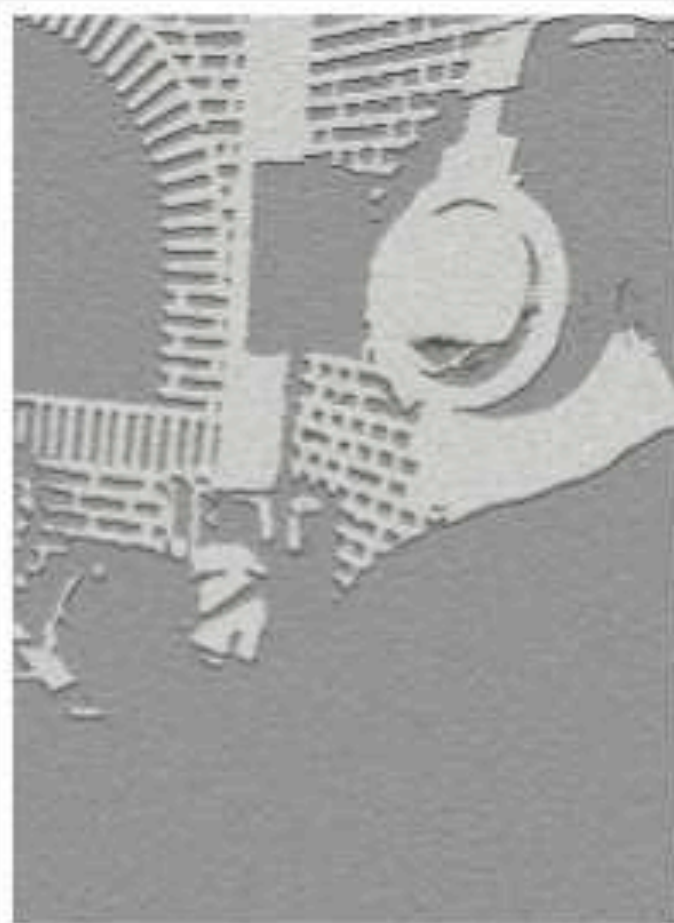


# SITUACIÓN ACTUAL DE CONSUMO

Esta situación no dista de la que se presenta a nivel nacional si se tienen en cuenta los datos que se presentan en el Estudio Nacional sobre consumo de sustancias psicoactivas realizado en 2008, en donde la población participante fue de los 12 a los 65 años (población general). En la Gráfica 2 se comparan los datos obtenidos en este estudio a nivel nacional y los de Cundinamarca. Referente al consumo de alcohol, la edad de inicio es 16,7 años para Cundinamarca, mientras que a nivel nacional es de 17,1 años.

Relacionando esta información con los relatos proporcionados por los y las jóvenes, es posible concluir que la situación en Madrid presenta una edad de inicio inferior a la de Cundinamarca en lo referido al consumo de alcohol. Sin embargo, a pesar de que Cundinamarca se mantiene cercana a los datos nacionales en lo relacionado al cigarrillo (en donde la edad de inicio es mayor a la nacional), a la marihuana, al éxtasis y la cocaína (en donde Cundinamarca presenta una edad de inicio más temprana que a nivel nacional), al basuco y los estimulantes (que presentan grandes diferencias en las edades de inicio, en donde Cundinamarca se ubica por encima del promedio nacional), y a los tranquilizantes (que presentan una condición crítica pues la diferencia de inicio de consumo es de 3 años menos en Cundinamarca que en el país), es importante resaltar que la situación más alarmante la sigue presentando el consumo de alcohol, cuyas edades de inicio de consumo siguen siendo menores a las edades de inicio de las demás SPA tenidas en cuenta dentro de este estudio.

Esto resalta la importancia de profundizar el análisis acerca del consumo de alcohol, puesto que éste representa la puerta de entrada al consumo de otras sustancias. Sin embargo, esto no implica desatender la necesidad de explorar la dinámica de consumo de otras SPA, ya sean de carácter legal o ilegal, que sin duda nutren significativamente la información sobre el consumo de SPA en general.



Gráfica 2. Edades de inicio de consumo de psicoactivos en Cundinamarca y Colombia en el estudio nacional de 2008





## 2. SUSTANCIAS DE MAYOR CONSUMO EN MADRID



# SITUACIÓN ACTUAL DE CONSUMO

## 2. SUSTANCIAS DE MAYOR CONSUMO EN MADRID



Durante la realización de los grupos focales que dieron pie a gran parte de este documento, uno de los elementos que generó mayor inquietud en el equipo de trabajo, fue la diversidad de sustancias que son consumidas y/o conocidas por los y las jóvenes del municipio. La mayoría de ellas son de carácter legal<sup>1</sup>. El Chin Chin, el Chamberlan, el Carro, el Crack, la Gasolina, el Pooper, el Eduardo Tercero, el Galopero, los Angelitos, el Bincoca, el Niquelado, el Dragón Ball Z, el Gusanillo, el Parcerito, Old Jhon, el Dick, el Kiwi y el Fels, son las sustancias que mayor recurrencia tuvieron en los relatos de consumo entre los y las jóvenes participantes.

Estas sustancias se diferencian en la forma en que son introducidas al organismo, algunas son en forma de bebida, otras a través de inhalaciones. Sin embargo, al tener en cuenta la clasificación sugerida en el Estudio Nacional sobre consumo de sustancias Psicoactivas, se ubicarían, la gran mayoría, en la categoría de alcohol y estimulantes. La tabla 1, presenta los datos para Cundinamarca obtenidos del Estudio Nacional de Consumo de sustancias psicoactivas realizado en 2008. Los porcentajes nacionales aparecen entre paréntesis en cada casilla.

SUSTANCIA	PREVALENCIA DE VIDA	PREVALENCIA DE ÚLTIMO AÑO	CAMBIO RESPECTO EN EL ÚLTIMO AÑO
Alcohol	99.9 (99.1)	99.9 (91.2)	29.2 (21.4)
Tabaco – Cigarrillo	98.9 (94.3)	27.8 (21.3)	9.9 (6.9)
Artesana	7.2 (9.2)	2.4 (3.2)	6.1 (6.7)
Cocaína	1.1 (2.3)	0.2 (0.7)	0.2 (1*)
Heroína	1.0 (1.1)	0.4 (0.2)	—
Solventes e inhalables	0.9 (0.6)	0.0 (0.2)	— (6.3)
Medicamentos Psicoactivos	2.1 (1.7)	0.2 (0.3)	0.2 (0.2)
Medicamentos Estimulantes	0.1 (0.2)	—	—
Heroina	—	—	—
Estado	0.0 (0.0)	0.3	0.0
Cualquier tipo	0.2 (0.1)	0.9 (2.7)	0.1 (0.0)

Tabla 1. Indicadores básicos de consumo de sustancias psicoactivas en población general en Cundinamarca y Colombia (entre paréntesis)<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Si se tiene en cuenta la facilidad de acceso a estas sustancias, para algunos de ellas contemplan combinaciones entre alcohol etílico y algunos saborizantes que son fácilmente adquiridos en diferentes sitios y que no cuentan con restricciones de edad ni de expendio.

<sup>2</sup> Cuando se habla de PREVALENCIA DE VIDA quiere decir si se ha consumido alguna de las sustancias alguna vez en la vida. Cuando se habla de PREVALENCIA DE ÚLTIMO AÑO quiere decir si se ha consumido alguna de las sustancias en el último año.



# SITUACIÓN ACTUAL DE CONSUMO

Se observa que Cundinamarca supera los índices de consumo de alcohol y tabaco a nivel nacional.

El 90,6% de las personas han consumido alcohol por lo menos una vez en la vida, lo que muestra un 4,5% más que la prevalencia a nivel nacional. Frente al consumo de tabaco se evidencia que hay una diferencia del 12% más que en el registro nacional. En Cundinamarca se muestra además que el promedio de nuevos casos de consumo de tabaco es mayor que en el resto del país, ascendiendo a un 5,8%.

Esta es la sustancia que sigue al consumo de alcohol en el departamento. Así, el tabaco y el alcohol son las dos sustancias psicoactivas de mayor consumo en el departamento de Cundinamarca, presentando notables diferencias respecto a la información para Colombia.

La única sustancia, aparte del tabaco y el alcohol que superaría el consumo frente a los índices nacionales, son los medicamentos tranquilizantes. En este caso, Cundinamarca muestra una edad de inicio de consumo más temprana que en Colombia, a saber, en el departamento es de 23,9 años mientras que en el país es de 26,6 años, lo que evidencia un inicio de consumo tres años más temprano que a nivel nacional. El resto de sustancias psicoactivas relacionadas en el cuadro están sobre los promedios nacionales o por debajo de ellos, al igual que las edades de inicio de consumo.

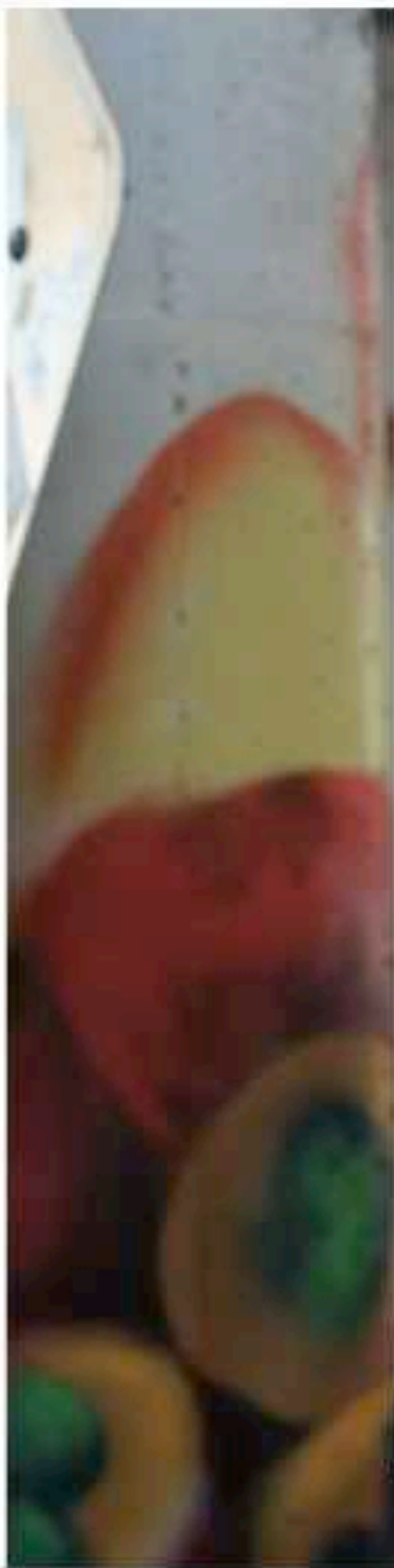


Por otro lado, la Encuesta Nacional realizada en 2002, refleja que el 85,3% de la población juvenil de Madrid consumió alcohol alguna vez en la vida; así mismo, frente a la edad de inicio de consumo, el estudio realizado en 2001 - 2002 muestra que para Madrid, esta se encuentra en 12,1 años, lo que representa alrededor de cuatro años menos que los datos en población general presentados en el estudio realizado en 2008.

Son muy diversos los tipos de sustancias que se presentan en el Estudio realizado en 2008. Para el caso de Madrid y teniendo en cuenta los grupos folaces realizados, se considerarían básicamente cuatro sustancias: 1. Alcohol, 2. Cigarrillo, 3. Marihuana y 4. Solventes e inhalables. Sin embargo, las sustancias que tienen de base el alcohol son las de mayor consumo en el municipio, según los relatos proporcionados por la población juvenil.



# SITUACIÓN ACTUAL DE CONSUMO



El consumo de este tipo de sustancias en Madrid se debe sobretodo al bajo costo que significa para los y las jóvenes adquirirlas, ya que los alcoholes tradicionales, tales como la cerveza, el aguardiente, el ron etc, tiene un costo mucho mayor al que los y las jóvenes pueden acceder. Así entonces, deciden consumir sustancias de diferente calidad o que son fabricadas de manera artesanal.

Al respecto ellos y ellas señalan: *"Calientan el alcohol etílico, a veces le echan el frutiño y para que quede más suavecito le echan agua"* (Joven artista)

Otra de las razones que conduce a los y las jóvenes de Madrid a consumir este tipo de sustancias caracterizadas por su bajo costo es la posibilidad de sentirse "borrachos" mucho más rápido que con las sustancias más comerciales.

Al respecto comentaron:

*"Esos alcoholes que son baratos no se consumen tanto porque sean baratos, si no porque lo emborrachan a uno más rápido."* (Joven artista)

Así mismo, a algunas de estas sustancias se les atribuyen algunas "bondades" sobretodo porque logran contrarrestar el efecto que causa otra de ellas. A continuación se presentan dos relatos que ejemplifican lo dicho:

*"Yo he visto personas que están así re borrachas, re borrachas y para equilibrar eso, pues inhalan perico, cocaína, y como que eso los neutraliza, y ya quedan como quietos, como que ya se me fue la borrachera, los neutraliza la mezcla entre los dos."* (Joven Artista)

*"La cocaína lo despierta a uno, digamos que uno está tomado y ya borracho, inhala los pases, se le quita la borrachera y queda como si no hubiera probado trago. Pero cuando uno quiere, tiene que echar artos pases hasta que se embala, se siente una hiperactividad..."* (Joven Consumidor)

La preferencia del consumo de estas sustancias por parte de los y las jóvenes del municipio de Madrid, responde básicamente a dos factores: 1. El bajo costo que les representa conseguir estas sustancias, facilitando su acceso. Este factor es potenciado por la inexistencia de una normatividad que restrinjan su comercialización respecto a la edad y 2. La agilidad de estas sustancias para alterar los estados en el cuerpo del consumidor.

Sin embargo, es importante profundizar esta información para determinar realmente cuáles son los efectos que a mediano y largo plazo produce el consumo juvenil de este tipo de sustancias.





3. ¿POR QUÉ EL CONSUMO DE SPA EN MADRID?



# SITUACIÓN ACTUAL DE CONSUMO

## 3. ¿POR QUÉ EL CONSUMO DE SPA EN MADRID?

Los y las jóvenes de Madrid "argumentan" o "justifican" con diversas las razones su consumo de SPA. Entre éstas se encuentran: a) los problemas intrafamiliares, b) su vinculación o afinidad con una ideología o cultura específica (sobre todo en el caso de la marihuana), c) la necesidad de obtener un rol de mayor importancia al interior de sus grupos sociales o d) simplemente porque se presenta como una excusa para pasar el tiempo y para compartir con las y los amigos.

De esta manera podemos identificar cuatro "razones" de consumo presentes en los relatos de los y las jóvenes de Madrid: 1. Conflictos intrafamiliares, 2. Identificación con una ideología o cultura, 3. Mayor status y 4. Excusa de encuentro.

La primera de las causas de consumo que se identificó se relaciona de manera directa con uno de los potenciales iniciadores de consumo, a saber, los y las integrantes de la familia. Los y las participantes de los grupos focales señalan que los conflictos que surgen al interior de sus familias son uno de los motores que los impulsa a consumir sobre todo alcohol. Al respecto uno de ellos afirma:

*"Yo a veces llego a mi casa y tengo problemas con mis papás y me siento mal y me voy a tomar" (Joven Consumidor)*

Por otro lado, reconocen que algunas de las sustancias psicoactivas que se ofrecen en el mercado son consumidas por razones ideológicas y culturales, por lo que el hecho de consumirlas no se ve como una práctica que se rechace, sino más bien como una práctica que puede ser adquirida por cualquier persona, teniendo en cuenta que muchas veces a este tipo de sustancias que tienen una gran carga ideológica y sobre todo cultural, se les relaciona con poderes curativos, logrando con ello que la práctica trascienda del terreno de lo cotidiano a lo espiritual. Frente a ello los y las participantes expresan:

*"...yo fumo porque eso es algo cultural, pero un man de veintitrés años con una niña de catorce, ¿qué va a pasar?, en menos de tres meses la niña ya está fumando al nivel que el man." (Joven Artista)*





# SITUACIÓN ACTUAL DE CONSUMO

Paralelamente, para las y los jóvenes madrileños es de vital importancia el rol que cumplen dentro de sus grupos sociales, por lo que el hecho de ganar un mayor status dentro de estos, constituye una de las preocupaciones a las que más le prestan atención. Así, reconocen que el hecho de beber más o consumir más (cualquiera de las sustancias que son aceptadas al interior de sus grupos), es un elemento fundamental en sus relaciones interpersonales. Los y las jóvenes señalan sobre esto lo siguiente:

*"El que fuma más, cree tiene las nenas más bonitas"*  
(Joven Artista)

*"Tú ves que todo el mundo está tomando y si tú no estás tomando te sientes como mal, como que empiezan a decir: tú no tomas, tú eres un bobo, entonces eso también es como la influencia que le dan a uno para que uno vaya a seguir esos mismos pasos que ellos están dando. Entonces es muy común que la sociedad o la comunidad le influya a uno esa parte".*  
(Joven Estudiante)"

Posibilitar un espacio de encuentro es otra "razón" que "justifica" el consumo de SPA, sobre todo de tipo legal, entre los y las jóvenes de Madrid. Reunirse con los grupos de amigos y amigas alrededor de un trago se ha convertido en una actividad frecuente para compartir diferentes experiencias y concepciones. Es un espacio de encuentro diferente a los espacios formales como la escuela o el hogar en el que también se reúnen y comparten.

A pesar de que esta última "razón" parezca manejable y se presente como un espacio sin mayor nivel de conflictividad, los y las jóvenes reconocen que la poca regulación del consumo les ha generado problemas. Por esta razón el equipo de trabajo identificó la necesidad de explorar a continuación los comportamientos y las consecuencias derivadas del consumo de SPA.





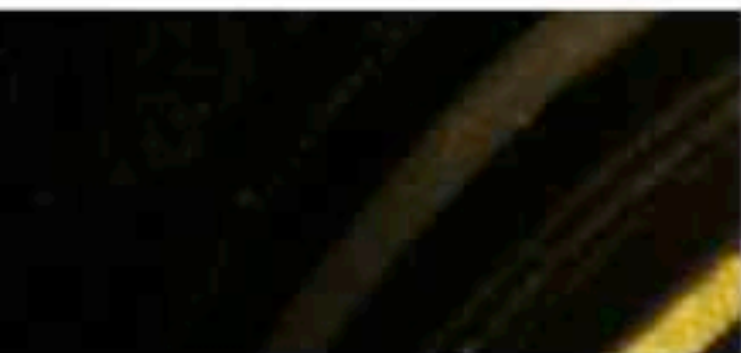


**4. COMPORTAMIENTOS Y CONSECUENCIAS ASOCIADAS AL CONSUMO DE SPA**



# SITUACIÓN ACTUAL DE CONSUMO

## 4. COMPORTAMIENTOS Y CONSECUENCIAS ASOCIADAS AL CONSUMO DE SPA



Para determinar e identificar los comportamientos que genera el consumo de SPA ya sean legales o ilegales, las y los jóvenes madrileños hacen hincapié en la necesidad de diferenciar las sustancias, pues cada sustancia genera consecuencias diferentes y cada persona reacciona de manera diferente a la sustancia que consume.

Es por ello que muchos de estos comportamientos y reacciones van desde estados de máxima agresividad a estados de relajación total. Sin embargo, ambos logran llamar la atención de las personas que se encuentran alrededor de quienes consumen y en ocasiones logran incomodar a quienes son testigos de la práctica de consumo. Frente a estos estados, los y las participantes señalan:

*"La persona se vuelve fastidiosa, empieza a joder y a montársela a uno. Es que yo tenía un tío que era bien fastidioso cuando empezaba a tomar. Él me decía tome, tome, ahí tan niña y empezaba así. Por eso digo que era fastidioso" (Joven Consumidor)*

*"Hay manes que se enfrentan a uno cuando están borrachos: 'ahí que usted esto, usted lo otro', y uno pues: '¿yo qué le estoy diciendo a usted?, ¿porqué habla estas cosas?'. o gritan, se paran en la alcaldía y gritan cosas cuando qué, a la alcaldía qué le va a importar que le griten a media noche unos borrachos." (Joven Artista)*

*"A veces cuando fumo, por la mañana me sudan las manos y me da mareo, y digo que no voy a fumar más y al ratico ya estoy fumando otra vez." (Joven Consumidor)*

*"A mi hermano que es drogadicto, cuando fuma bazuco, no se le puede nombrar la policía porque se asusta, se pone todo paranoico" (Joven Consumidor)*



# SITUACIÓN ACTUAL DE CONSUMO

Indagando sobre las consecuencias del consumo, fue determinante identificar que dentro de los relatos, muchos de estos terminan repercutiendo en el ámbito de lo privado y muchas veces prefieren ser mantenidas dentro de él, ya que aún no se ha logrado consolidar la cultura de la "Palabra" como mecanismo para hacer frente a las diferentes acciones que terminan convirtiéndose en consecuencias del consumo de SPA, sobretodo del alcohol. Aún la censura frente a esta temática permanece en el sentido común de los pobladores de Madrid a pesar de que los y las jóvenes lo han identificado y han empezado a hablar en diferentes espacios sobre esto.

Por ejemplo, el hecho de que al interior de las familias haya algún miembro adicto o que como consecuencia del consumo se generen problemas de salud o de violencia intrafamiliar, son situaciones que se quieren mantener en el terreno de lo privado. Incluso los y las jóvenes participantes señalan que este tipo de prácticas lograron poner en riesgo a sus amigos.



*"Yo entreno fútbol por la tarde y en la noche. Hace como dos meses llevé dos litros de niquelado, hicimos "la vaca" con unas amigas y pues yo la compré y me las llevé para el entrenamiento. Entonces antes de jugar un partido que teníamos nos metimos un litro, pues quedamos súper tomadas, nos lo tomamos entre cuatro chicas. Entonces nos pusimos a jugar y de un momento a otro una pelada se desmayó, claro pararon el partido, entonces nos requisaron a todas y pues a mí fue a la que me encontraron el niquelado, me pegaron severa vaciada y me lo botaron."*  
(Joven Consumidora)





# SITUACIÓN ACTUAL DE CONSUMO



*"Un día uno de mis amigos metió tanto dick que de un momento a otro se desplomó y quedó inconsciente como un minuto y yo cogí y le dije: 'parce, ya no meta más, se acabó de caer' y él no creía que se había caído, me decía que era que yo no le quería vender más. Otro amigo un día estábamos en una casa y él disque abriendo unas cortinas porque estaba en unos quince, unas cortinas imaginarias y todos éramos muertos de la risa, y también se cayó y tampoco se acordaba. De resto no más... Ah sí, una vez a un amigo que vendía marihuana llegaron a comprarle y él le armó el bareto con popó de vaca, porque el man que llegó a comprar estaba reloco y ya no se daba cuenta ni qué era lo que se fumaba!" (Joven Consumidor)*

Poner en riesgo a familiares o amigos es una de las grandes preocupaciones que desde los y las jóvenes se perciben cuando relatan sus experiencias de consumo. De igual forma, reconocen que el hecho de consumir SPA ya sean de carácter legal o ilegal puede incluso empezar a alejarlos de sus seres queridos.

Al respecto señalan:

*"Los amigos como que ya no son tan amigos y se empiezan a ir, y cuando uno cuenta con ellos, por estar echando esa maricada, ya se les olvida, ya le sacan el culo, ya prefieren otras maricadas, ya porque les da fastidio que uno los vea. Uno está bien y empiezan: 'tome, tome, tome', y al principio es chistoso pero ya después es mamón. Entonces ya empieza a desagradarle a uno esa persona, se generan rivalidades y ya, se corta la amistad" (Joven Artista)*

Estos comportamientos y consecuencias asociadas al consumo se relacionan de manera directa con la forma en que son percibidos las y los consumidores, lo cual además también depende de la sustancia que consuman. Este tipo de percepciones también dependen del grado de cercanía que tengan con la persona que está haciendo las lecturas del comportamiento. Sin duda, estas percepciones y la manera en que son leídas por los y las jóvenes en Madrid son fundamentales para la comprensión de las diferentes particularidades de esta problemática.





## 5. PERCEPCIONES SOCIALES FRENTE A CONSUMIDORES Y/O CONSUMIDORAS



# SITUACIÓN ACTUAL DE CONSUMO

## 5. PERCEPCIONES SOCIALES FRENTE A CONSUMIDORES Y/O CONSUMIDORAS

El tema del consumo de SPA es tabú para nuestra sociedad. Son pocos los espacios para conversar respecto a sus consecuencias y a las razones que impulsan a los y las jóvenes a iniciar prácticas que involucren el consumo de este tipo de sustancias. Por esta razón, es común que se generen estigmatizaciones frente a las personas que desarrollan estas prácticas en su cotidianidad. Y por ello, las percepciones sociales y especialmente familiares que se construyen acerca de estos sujetos, son esenciales para la comprensión integral de esta problemática.

Para muchas familias es difícil entablar relaciones con personas consumidoras, sobre todo cuando su adicción esta relacionada con el abuso del consumo de SPA. Los y las jóvenes participantes señalaron que dentro de las familias tiene mayor "aceptación" el hecho de tener un "borracho" como miembro de la familia que un "drogadicto", lo que demuestra que el consumo de alcohol es una práctica aceptada al interior de las familias y cuyas consecuencias no generan grandes conflictos al interior de ellas. Sobre esto los y las jóvenes dicen:

*"Muchas veces la gente dice: no, si usted toma no es tan malo como si se traba." (Joven Artista)*

*"La gente, como que justifica más el consumo de sustancias legales (porque son legales), dicen que 'una cerveza no le hace daño a nadie.' Pero un porro tampoco!, ahí, pero eso si no lo aceptan." (Joven Artista)*

*"Yo creo que en mi familia, se ve más bronca con los drogadictos que con los alcohólicos, por el mismo hecho que ya dicen que bueno, los drogadictos ya están ahí y no se pueden salir, el man no tiene salida. En cambio con el alcohol, ¿qué pasa?, pues que hasta ellos mismos han pasado por eso." (Joven Artista)*





# SITUACIÓN ACTUAL DE CONSUMO



Las relaciones que se entablan con los consumidores son de cierta indiferencia, si se tiene en cuenta que en muchas ocasiones se prefiere no prestar atención a sus acciones siempre y cuando éstas no los afecten directamente. Esta indiferencia conduce a la lógica del “dejar hacer, dejar pasar”, una de las principales características que tiene esta problemática. Al respecto los y las jóvenes participantes señalan:

*“Si lo roban o si esta jarto es porque él quiere, entonces si vemos a un drogadicto que baja a un borracho, pues es problema de ellos.” (Joven Artista)*

Este tipo de situaciones relacionadas con la forma en que las y los consumidores son percibidos, se enlazan con la construcción que, desde este tipo de prácticas, se hace del espacio público. Esta dimensión es muy importante para la comprensión de las diferentes características de esta problemática, puesto que es en el espacio público en el que se configuran diferentes relaciones y en el que construye el tejido social de las comunidades, que cotidianamente se encuentran en un ejercicio continuo de configuración y resignificación de sus lugares de encuentro a través de las prácticas que se desarrollan en ellos.





## 6. CONFIGURACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO Y PRÁCTICAS DE CONSUMO DE SPA



# SITUACIÓN ACTUAL DE CONSUMO

## 6. CONFIGURACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO Y PRÁCTICAS DE CONSUMO DE SPA

Cuando se habla de consumo de SPA legales, se piensa comúnmente en espacios de encuentro que son generados por la concurrencia de varias personas, ya sea en un bar, en una casa o en la calle. La configuración del espacio público, el consumo y la comercialización de SPA, son temas que se encuentran directamente relacionados y que son de amplia relevancia en un municipio como Madrid. La Administración Municipal ha generado diferentes políticas para controlar el acceso a estos espacios, basados sobretodo en la necesidad de mantenerlos constantemente vigilados y controlados, dada la relación que tienen las prácticas de consumo a los hechos de inseguridad y violencia en los diferentes barrios del municipio.



Algunas medidas implementadas por la Administración Municipal de Madrid, como el "Toque de Queda a Menores" desde las 10:00 pm o restringir el acceso, uso y disfrute de los Polideportivos a partir de las 8:00 pm en coordinación con las Juntas de Acción Comunal, suponen "mantener" el espacio público al margen del consumo y de las problemáticas asociadas a él (violencia, inseguridad etc).

Sin embargo, en Madrid la realidad ha sido otra, pues este tipo de medidas lo que han ocasionado es que las comunidades se abstengan de hacer uso de sus propios espacios, puesto que el hecho de prohibir su circulación en la noche, ha permitido que estos se conviertan en sitios ideales para el consumo y especialmente favorables para el microtráfico. Los y las jóvenes dicen sobre esto que:

*"El problema es que acá no hay nada que hacer y la Alcaldía en cambio de generar cosas para los peñados lo único que piensa es en cerrarnos los polideportivos y mandarnos a cascar de la policía. Lo máximo que se le ha ocurrido es encerrarnos en las casas, como si andar viendo televisión fuera muy productivo, incluso son ellos mismos los que andan por el pueblo jartando y armando los problemas" (Joven Artista)*

*"Lastimosamente he visto muchas cosas, como ya no podemos andar por la calle, en mi casa por ejemplo armábamos resto de fiestas y la mayoría de niños metían dic, marihuana, perico y hasta bóxer ¿y qué? ¿cómo se controlan entonces estas cosas? (Joven estudiante)*



# SITUACIÓN ACTUAL DE CONSUMO



A partir de estas medidas, Madrid está acudiendo a una nueva configuración de sus espacios públicos, caracterizado por medidas represivas desde la Administración Municipal, el desarrollo de prácticas que en su mayoría no son aprobadas por la comunidad juvenil y especialmente la imposibilidad de permitir que la comunidad se encuentre, dialogue y con ello mantenga y fortalezca sus lazos sociales. Estas restricciones han sido aceptadas y hasta promovidas por las directivas de las Juntas de Acción Comunal de algunos barrios, quienes en coordinación con la policía llevan a cabo acciones que vulneran los derechos de los y las jóvenes al impedir el uso del espacio público y generando violencia, maltrato, abuso de autoridad y hasta detenciones ilegales.

Lamentablemente los y las jóvenes no han denunciado oportunamente estas situaciones, permitiendo que continúen estas vulneraciones a sus derechos. Al respecto una Junta de Acción comunal señala:

*"Yo misma empecé un proceso allá en mi barrio que tiene celaduría, pero como no le hacían caso al celador pues yo misma me salía a cogerlos. Primera norma que yo establecí: hasta las ocho de la noche" (refiriéndose a la restricción de movilidad por las calles del barrio)." (Presidenta de Junta de Acción Comunal)*





# SITUACIÓN ACTUAL DE CONSUMO

Son varios los sitios que los y las jóvenes identificaron como claves en el consumo y expendio de SPA legales e ilegales en Madrid. Estos sitios recorren al municipio a lo largo y ancho, caracterizándose además no sólo por la concurrencia de jóvenes sino también de menores de edad, a pesar de las restricciones existentes a nivel nacional sobre la venta de este tipo de sustancias y sobretodo de SPA legales a esta población. Sin embargo, uno de los elementos más preocupantes de esta situación es que poco a poco se ha ido normalizando y las comunidades han empezado a tolerar este aspecto.

Precisamente, las y los jóvenes madrileños señalan al respecto que:

*"En Madrid siempre ha existido un problema y es el problema del alcohol; y la comunidad también lo ha asimilado"* (Joven Artista)

*"En Madrid hay un nivel de aceptación de tomar licor a cualquier hora y en cualquier lugar. Se podría decir que es un problema social de Madrid y de los municipios de la Sabana, son municipios que toman cerveza todo el tiempo y está permitido; y no estamos hablando ni de estratos y de personas que trabajan en flores, está abierto a todo el mundo"* (Joven Artista)

Esta normalización de las prácticas de consumo y expendio de SPA, además de estar relacionadas con la facilitación por parte de varios establecimientos de sustancias de carácter legal para que sean consumidas por menores de edad, han aumentado la desconfianza de los y las jóvenes del municipio frente a la Administración Municipal, las Juntas de Acción Comunal y la Policía pues perciben que estas instituciones vulneran sus derechos y abusan de su autoridad, en cambio de trabajar por superar la problemática del consumo.



Algunas lecturas de los y las jóvenes participantes de los conversatorios, respecto a esta situación son las siguientes:  
*"Aquí no ha habido alguien que se pare y diga vamos hacer esto con la policía, o si entonces no lo hace la policía, pues reunámonos con los padres de familia de los colegios para erradicar esto, no podemos andar matando a los jóvenes o cogiéndolos a palo."* (Joven Artista)

*"Solo persiguen a los menores de edad con lo del toque de queda, pero todos sabemos que los que más consumen son los adultos, y a ellos ¿qué les hacen?, les piden los papeles y eso, pero no les hacen nada"* (Joven Estudiante)

Teniendo en cuenta las diferentes características que asume el espacio público a raíz de las configuraciones que hace la comunidad a través de sus prácticas, es importante identificar los actores claves en el mantenimiento de la armonía de los lazos de confianza de las comunidades, dado que sus acciones intervienen de manera directa en las tareas de resignificación de "lo público". Estos actores son las Administraciones Municipales, las organizaciones de la sociedad civil y los medios de comunicación, entre otros.





**7. EL ROL DE LAS ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL, DE LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL Y DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA DINÁMICA DE CONSUMO DE SPA**



# SITUACIÓN ACTUAL DE CONSUMO

## 7. EL ROL DE LAS ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL, DE LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL Y DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA DINÁMICA DE CONSUMO DE SPA

Las dinámicas propias del consumo de SPA, no sólo están mediadas por quienes practican este tipo de acciones, las y los responsables del expendio, de la administración del espacio público y sus configuraciones, sino también por diferentes modos de organización comunitaria que tienen la responsabilidad de proponer acciones concretas desde sus labores para hacer frente a esta problemática de una manera más eficiente.

Al respecto Madrid tiene una gran ventaja respecto a otros municipios con características similares y es la cantidad de medios de comunicación y formas de organización de la sociedad civil que han desarrollado diferentes acciones para interlocutar con la población y reconocer sus necesidades, apuestas y opiniones respecto a diferentes temáticas.

A estos actores se une sin duda alguna la Administración Municipal, que como representante del Estado en el municipio, debe garantizar unos mínimos vitales a su población y su acceso a bienes y servicios. Uno de los aspectos que cuestionaron a los y las jóvenes participantes de los conversatorios, fue precisamente la importancia de reconocer los roles y sobre todo las responsabilidades de estos actores dentro de la problemática del consumo de SPA en el municipio. Para cada uno de estos actores, los y las jóvenes participantes identificaron una serie de responsabilidades y actitudes que se tienen actualmente o que tienden a ser asumidas por ellos, dado el rol que deben cumplir dentro de la sociedad.




Por ejemplo, frente a los medios de comunicación los y las jóvenes son enfáticos en señalar que la relación que tienen con la publicidad, ya sea para promocionar o no a las SPA de carácter legal, crean confusiones en la población, invitándolos continuamente a generar prácticas de consumo. Además, reconocen que son mucho menores las piezas alusivas a la prevención del consumo o a su autoregulación, que las que promueven el consumo de este tipo de sustancias, situación que los y las participantes relacionaron con una marcada falta de responsabilidad social.

Al respecto los y las jóvenes señalan:

*"Uno ve que a los medios lo único que les importa es la plata que les pagan por la pauta, porque la del trago sale gigante y a todo color, pero nunca se ve que promuevan nada para evitar estas cosas!"*  
(Joven Artista)



# SITUACIÓN ACTUAL DE CONSUMO



*"Hablando de este tipo de publicidad, la que está en contra del cigarrillo la pasan como tres veces al día, en cambio la que está a favor del cigarrillo la pasan como mil!" (Joven Artista)*

Frente a estas percepciones que tienen los y las jóvenes del municipio, se tuvieron en cuenta las opiniones de los y las representantes de los medios de comunicación local, quienes reconocieron que no desarrollan campañas de prevención a través de sus medios. Sin embargo, tal como lo indica el siguiente testimonio, señalan que en algunas ocasiones han publicado artículos, reportajes o notas de prensa, dando a conocer la problemática que se vive en el municipio:

*"Campañas como tal no hemos hecho, pero artículos si se han sacado, se han sacado artículos sobre la historia de los muchachos que consumen droga, sacamos uno hace como unos cuatro o cinco meses más o menos de la historia de un jibaro donde ellos cuentan su historia, cómo empezaron y algunos pues dan sus anécdotas. Tratan de dar un mensaje diciendo qué es lo que se ha hecho, porque es fácil entrar pero difícil salir!" (Representante Medio de Comunicación)*

*"La primera estrategia es la denuncia, pero no solo nos debemos quedar allá, se debe buscar alternativas y las razones del porqué consumir" (Representante Medio de Comunicación)*

Frente a la responsabilidad que tiene la Administración Municipal en lo que esta problemática implica, los y las jóvenes manifestaron que la falta de lugares de esparcimiento y de goce de sus libertades, es una de las actuales características del municipio. Generar y fortalecer espacios para el uso del tiempo que representen una forma de vida productiva para los y las jóvenes es una tarea fundamental. Igualmente se debe reconocer que los espacios artísticos y culturales son una vía para hacer frente a la problemática de consumo de SPA en el municipio. Sobre esto los y las jóvenes participantes señalan:

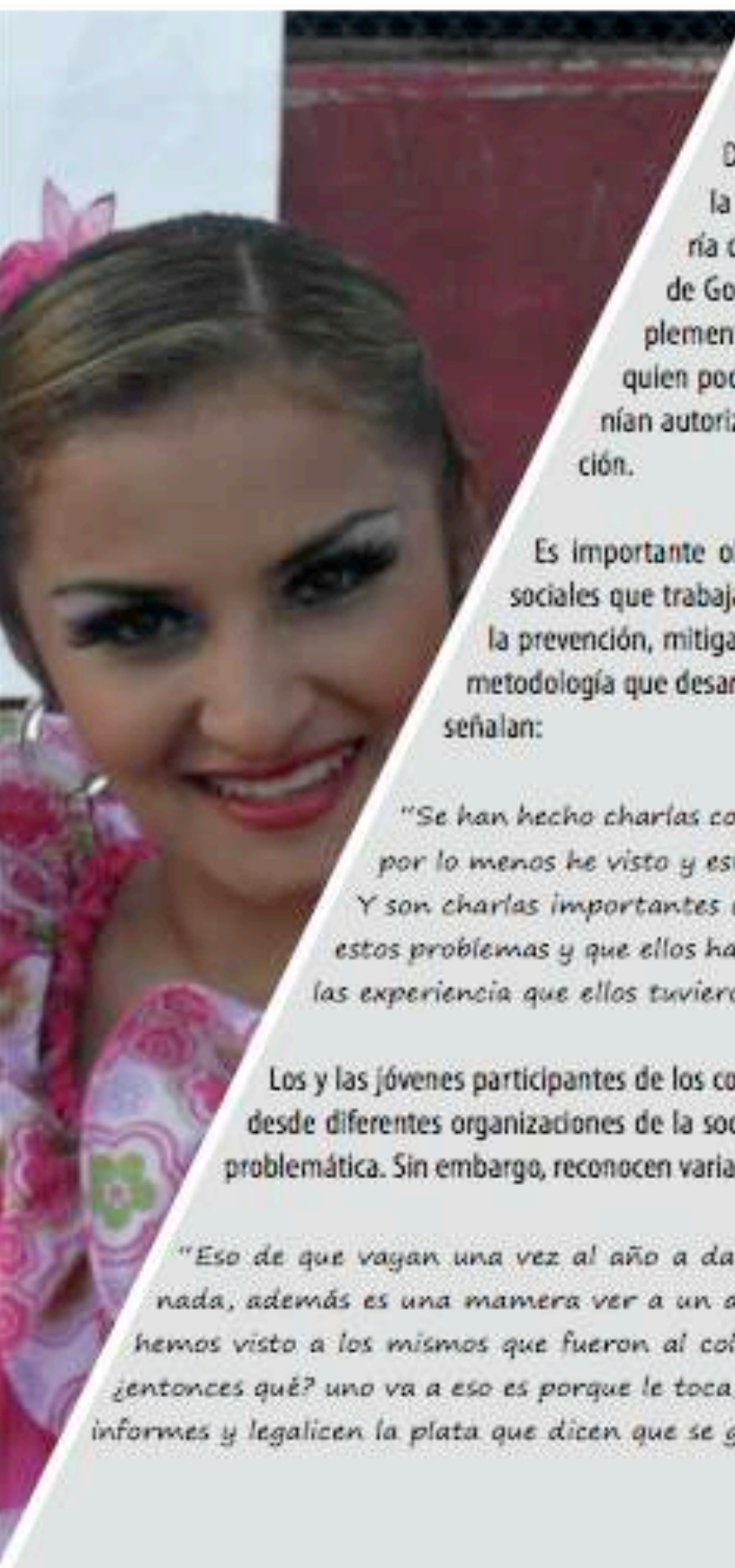
*"Acá no hay cineñas ni otras actividades que estén al margen del licor!" (Joven Artista)*

*"Lo que está de moda acá es quitar espacios y quitar cosas y quitar y quitar todo y no dar nada, es el problema básico aquí!" (Joven Artista)*

Al parecer, desde la Administración Municipal también se vienen desarrollando acciones y actividades de prevención y mitigación de riesgos y daños del consumo de SPA (por lo menos así lo contempla una de las metas del Plan de Desarrollo Municipal "Construyendo Madrid con sentido social. 2008-2011"). Sin embargo, a pesar de solicitar en repetidas ocasiones y por diferentes medios (cartas, solicitudes verbales, etc.), encuentros con el Secretario de Gobierno del municipio para hablar de las propuestas y los resultados que la Administración ha implementado al respecto, no fue posible tener acceso a la información.



# SITUACIÓN ACTUAL DE CONSUMO



Durante las entrevistas realizadas a otras dependencias de la Administración Municipal (Comisaría de Familia y Secretaría de Educación), los funcionarios reiteraron que la Gerencia de Gobierno tenía los documentos respectivos (programas implementados e informes) y que era únicamente esa dependencia quien podía suministrar dicha información puesto que ellos no tenían autorización para permitirnos acceder al derecho a la información.

Es importante observar el trabajo que desde diferentes organizaciones sociales que trabajan en el municipio se vienen desarrollando en relación a la prevención, mitigación y superación del consumo de SPA. Al respecto de la metodología que desarrollan, los representantes de una de estas organizaciones señalan:

*"Se han hecho charlas con la comunidad, diferentes charlas a todo nivel; y por lo menos he visto y estado en charlas con los muchachos de los colegios. Y son charlas importantes con personajes que les muestran a los muchachos estos problemas y que ellos han sido consumidores, personajes que les muestran las experiencia que ellos tuvieron." (Representante organizaciones sociales)*

Los y las jóvenes participantes de los conversatorios reconocieron que las labores que se realizan desde diferentes organizaciones de la sociedad civil en Madrid, son claves para el manejo de esta problemática. Sin embargo, reconocen varias fallas en sus procedimientos:

*"Eso de que vayan una vez al año a darle a uno una charla en el colegio no sirve para nada, además es una manera ver a un adicto que se ponga a cantar un eslogan. Incluso, hemos visto a los mismos que fueron al colegio, en la noche, todos drogados por el pueblo, ¿entonces qué? uno va a eso es porque le toca, para que la alcaldía tome sus fotos, presente sus informes y legalicen la plata que dicen que se gastan." (Joven estudiante)*



# SITUACIÓN ACTUAL DE CONSUMO

*"Las fundaciones que trabajan acá tratan de hacer lo mismo, ponerle un afiche a las personas y decirles: no fumen y no tomen, cuando no hay una herramienta real."*  
(Joven Artista)

*"Usted no puede pretender sacar las drogas de la calle poniéndose a mantener un poco de gente. Eso era lo que hacían ellos, cogieron un poco de drogadictos y se pusieron a darles comida y dormida. Báñense y vístanse bien, pero eso no puede durar toda la vida, los están enseñando a mantenidos; y cuando ya no hubo, no se pudo mantener."* (Joven Artista)



Indagar sobre las formas de proceder de estos actores en la problemática de consumo de SPA en Madrid, condujo a que los y las jóvenes participantes discutieran en torno a puntos esenciales como: ¿Qué continuidad tienen las acciones que desde cada uno de estos actores se emprenden?, ¿Realmente se están generando los cambios propuestos?, ¿Qué tan efectivo está siendo este trabajo?, ¿La comunidad está reflexionando respecto a su responsabilidad dentro de esta problemática?, ¿El trabajo de estos actores se está desarrollando de manera articulada?

Estas preguntas surgidas desde los y las jóvenes participantes, son supremamente importantes y requieren serias reflexiones respecto al papel que cada uno de estos actores pretende cumplir y respecto del papel que efectivamente está cumpliendo dentro de una sociedad como la madrileña, en donde el consumo de SPA, es una realidad que aún no se ha analizado de manera detallada.



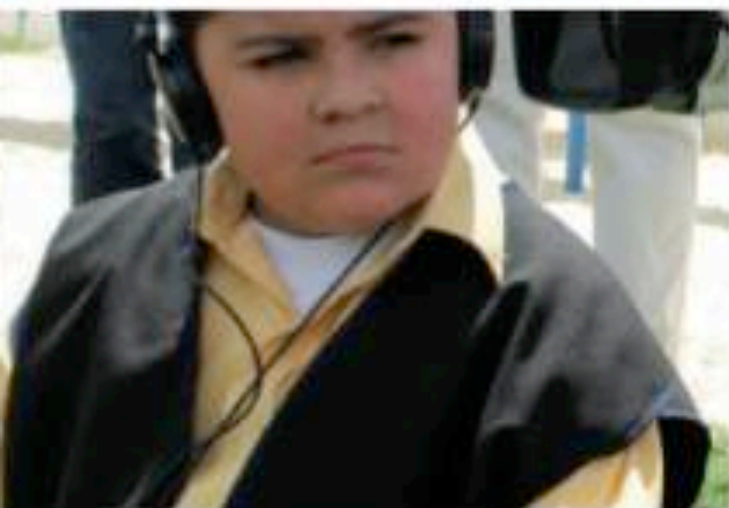
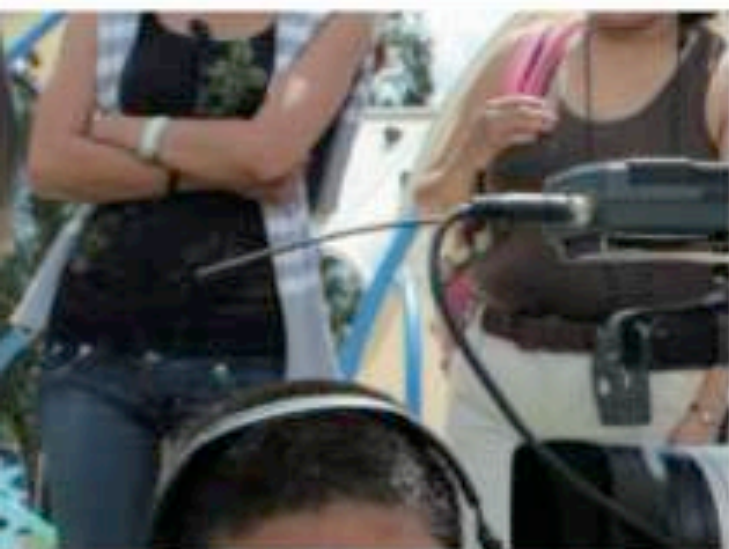


## 8. ALTERNATIVAS PROPUESTAS POR LOS Y LAS JÓVENES



# SITUACIÓN ACTUAL DE CONSUMO

## 8. ALTERNATIVAS PROPUESTAS POR LOS Y LAS JÓVENES

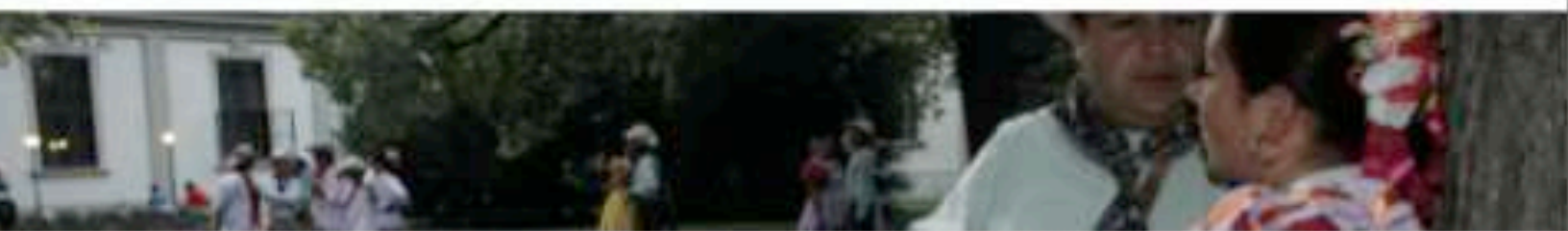


Por último, la invitación desde Leticia, hacia los y las jóvenes que participaron de este ejercicio fue a que identificaran propuestas que desde ellos y ellas pudieran llevarse a cabo para hacer frente a esta problemática. Una de las vías más claras que fue señalada es la necesidad de empezar por promover la responsabilidad y la autorregulación del consumo. El escenario de la educación es fundamental para generar este tipo de hábitos, así como el reconocimiento y la visibilización de situaciones que han obligado a otras personas a emprender acciones de "auto control".

*"Uno abusa, uno no sabe hasta cuándo va a terminar. El límite como que nos lleva a destruirnos, el límite es horrible. Uno no piensa en eso hasta que no se estrella fuerte en la vida". (Joven Artista)*  
*"Educarnos nosotros mismos, a través de los espacios alternativos, como en el colegio, también a través del arte." (Joven Artista)*



# SITUACIÓN ACTUAL DE CONSUMO



*"El consumir alcohol debe ser moderadamente porque podemos actuar de manera no adecuada, podemos agredir a alguien más. Así se ven muchos problemas en Colombia y aquí Madrid incluso, por estar borrachos rompen una botella y ya empieza a pegarle a otra persona o mató a alguien por estar bajo esos efectos psicoactivos." (Joven Artista)*

Otras de las vías de solución propuestas desde los y las jóvenes están relacionadas con obtener posibilidades para poder desarrollar sus iniciativas en diferentes niveles, ya sea a nivel artístico, cultural, deportivo, organizacional, entre otros, pues este tipo de situaciones motivan a sus participantes a mantenerse al margen del consumo de este tipo de sustancias y además les permite configurar otros espacios de encuentro y otro tipo de relaciones con sus familias, amigos, espacios y sobretodo con sus comunidades. Además, señalaron que estas acciones se deben emprender desde escenarios alternativos que permitan que la comunidad también reconozca su responsabilidad y se articule a estas acciones.



Otras de las vías de solución propuestas desde los y las jóvenes están relacionadas con obtener posibilidades para poder desarrollar sus iniciativas en diferentes niveles, ya sea a nivel artístico, cultural, deportivo, organizacional, entre otros, pues este tipo de situaciones motivan a sus participantes a mantenerse al margen del consumo de este tipo de sustancias y además les permite configurar otros espacios de encuentro y otro tipo de relaciones con sus familias, amigos, espacios y sobretodo con sus comunidades. Además, señalaron que estas acciones se deben emprender desde escenarios alternativos que permitan que la comunidad también reconozca su responsabilidad y se articule a estas acciones.



# SITUACIÓN ACTUAL DE CONSUMO

"Con mi banda nosotros promovemos eso, o sea, no todos somos por la onda de que no tomamos, pero sí rechazamos totalmente el consumo de drogas ilegales". (Joven Artista)

"Generando los espacios y las iniciativas para apoyar a los jóvenes". (Joven Estudiante)

"Apoyar el deporte como iniciativa, lástima que esté tan patrocinado por las jartadera". (Joven Estudiante)

"Generar proyectos con los jóvenes. Ahí se puede demostrar a la comunidad que todos los jóvenes no son mariguaneos, ese proyecto sería para todos los jóvenes de Madrid, no importa el género, lo importante es que se integren". (Joven Estudiante)

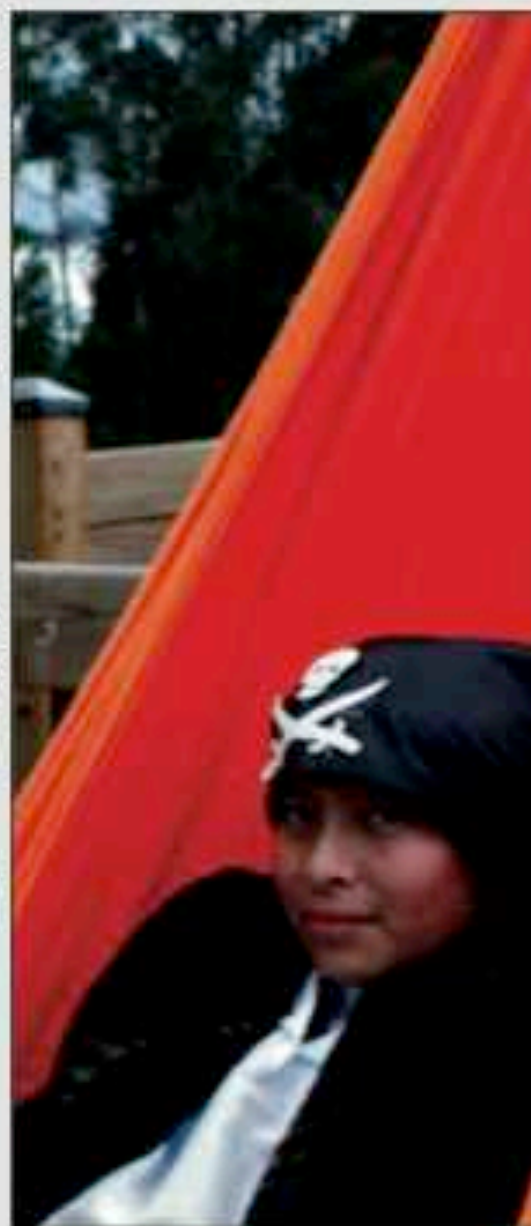
"Generando campañas de conciencia, dando el ejemplo". (Joven Estudiante)

La necesidad de hablar de las situaciones y sus características tal cual suceden, es esencial para lograr acciones de prevención de consumo de SPA que sean realmente efectivas. Este tipo de afirmaciones también fueron hechas por los y las participantes de los conversatorios quienes reconocieron un sin fin de "razones" para consumir, las cuales muchas veces no se acercan a la realidad de esta situación.

"¿Que el cigarrillo le va curar el frío o que simplemente te va a desestresar?, olvidémonos de eso!, seamos sinceros y digamos la verdad de lo que estamos consumiendo." (Joven Artista)

Finalmente, desde los y las jóvenes se contempla como fundamental la integración de la comunidad y el trabajo conjunto de toda la población para poder generar acciones efectivas que permitan contrarrestar las consecuencias del consumo de SPA.

"Nosotros no podemos esperar a que el alcalde haga algo. Bueno si hay una casa desocupada entonces vamos cinco jóvenes y hacemos algo en esa casa; y no es primero llevarnos tres o cuatro drogadictos y recuperarlos, sino mas bien llevar a la sociedad, al barrio y decirles: mire nosotros cinco no podemos hacer nada, pero los cuarenta o cincuenta habitantes de este barrio, más unidos, más organizados podemos ayudar a la gente de todo el pueblo". (Joven Artista).







# CONCLUSIONES



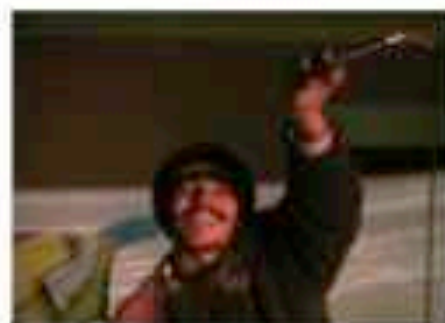
# CONCLUSIONES

**M**uchos de los relatos contruidos por los y las jóvenes a partir de sus experiencias con el consumo de SPA señalan diferentes críticas al tipo de sociedad en el que vivimos, en donde muchas veces la indiferencia predomina. Las diferentes instituciones que dentro de ella se han establecido así como las diferentes formas de asociación de la sociedad civil, deben reconocer su responsabilidad y determinar sus roles para hacer frente de manera efectiva y eficaz a la problemática de consumo de SPA de los y las jóvenes, relacionada sobretudo con la falta de estrategias y de ejemplos de autorregulación que esta población posee, así como también con la falta de espacios de esparcimiento que permitan la creación de otras posibilidades de encuentro por parte de los y las jóvenes, que no estén mediadas por el consumo de este tipo de sustancias.

Esto conduce a pensar que el problema del consumo de SPA en Madrid trae consigo un problema estructural del cómo se ha configurado esta sociedad, sobre todo si se tiene en cuenta las situaciones que envuelven el inicio del consumo por parte de los y las jóvenes. La mayoría de estos relatos, relacionan de manera directa a alguno de sus familiares y además señalan que al interior de sus familias este tipo de prácticas son avaladas e incluso promovidas. Sin duda alguna, es de vital importancia y de una gran pertinencia desarrollar acciones para contrarrestar la aceptación o naturalización del consumo de SPA al interior de las familias, peor aún cuando no está autorregulado, ya que este tipo de acciones que se dan desde los padres, tíos, hermanos, etc., afectan de manera directa e influyen fuertemente en el acceso y en el interés que desde los y las jóvenes se puede generar hacia este tipo de sustancias.

Así mismo, los relatos que los y las jóvenes generan sobre el consumo de SPA, permiten explorar una nueva mirada dentro de las acciones que desde las administraciones municipales, las organizaciones sociales y los medios de comunicación se pueden llevar a cabo para disminuir el impacto de estas sustancias en nuestra sociedad, teniendo en cuenta los papeles que se están jugando en la actualidad y el papel que se debería jugar para llevar a cabo acciones efectivas de prevención, mitigación y superación del consumo de SPA.

Esto además se relaciona directamente con la forma en que los espacios públicos y las relaciones que estos permiten, se transforman a través de estas prácticas, produciendo que las comunidades empiecen a fragmentarse dadas las situaciones de inseguridad y riesgo que para ellas representan.



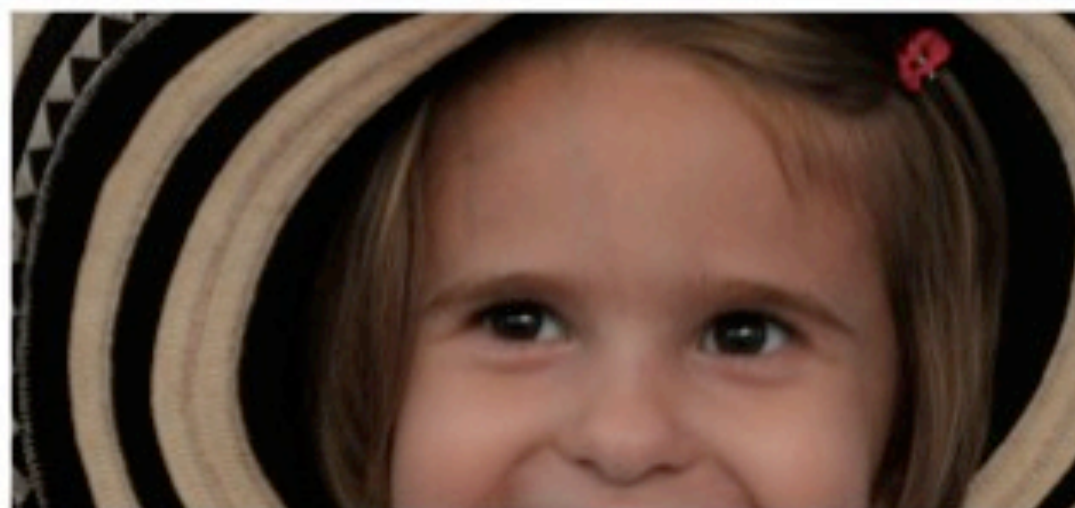


# CONCLUSIONES



Este análisis es un nuevo acercamiento a esta realidad que se encuentra tras las estadísticas que continuamente arrojan diferentes instancias a nivel local, departamental y nacional y puede dar algunas luces acerca de las lecturas y percepciones que los y las jóvenes hacen sobre la situación de consumo en el municipio. Sin duda es un reto para las organizaciones y líderes sociales, la Administración Municipal, las instituciones educativas y los medios de comunicación de Madrid, empezar a desarrollar desde cada uno de sus escenarios, propuestas concretas, eficaces e innovadoras que permitan a los y las jóvenes reflexionar sobre el consumo de SPA y sus consecuencias a diferentes niveles.

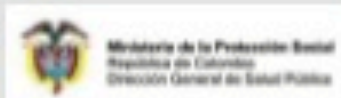




*"Esta iniciativa constituye una apuesta para que desde los y las jóvenes del municipio empecemos a hacer visibles nuestras necesidades, para que empecemos a generar nuevos espacios en los que nuestras iniciativas sean valoradas y reconocidas, y para que podamos seguir impactando e interviniendo de manera efectiva en nuestro propio desarrollo comunitario?"*

*(Equipo de investigación)*

Con el apoyo de:



**Leteo**  
Asociación

[www.leteo.org](http://www.leteo.org)





