



Informe SMAS



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE SANIDAD, CONSUMO
Y BIENESTAR SOCIAL



POR SOLIDARIDAD
OTROS FINES DE INTERÉS SOCIAL

Opiniones, creencias y actitudes en relación a los SMAS desde la perspectiva de las personas usuarias de drogas y el sector del ocio nocturno.

Barcelona. Asociación Bienestar y Desarrollo, 2020.

Autores: Claudio Vidal Giné y Jordi Navarro López

Equipo de trabajo: Claudio Vidal Giné, Jordi Navarro López, Alicia Bustos Vargas, Diego Fernández Piedra, Berta de la Vega Moreno, Guiem Mir Fuster y Fermín Fernández-Calderón.

Estudio financiado a través de la convocatoria de subvenciones para la realización de actividades de interés general con cargo a la asignación tributaria del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas. Convocatoria: 2019.



Contenido

Introducción	4
Estado de la cuestión.....	5
Objetivos	8
Metodología	8
Estudio Cuantitativo	8
La muestra	11
Análisis estadísticos	11
Estudio Cualitativo	11
Resultados.....	12
Estudio Cuantitativo	12
Limitaciones.....	19
Estudio Cualitativo	21
Entrevistas a personas promotoras	21
Grupos de discusión	28
Conclusiones	32
Referencias	35

Introducción

En este informe presentamos los principales resultados de las dos investigaciones realizadas en el marco del proyecto **“Opiniones, creencias y actitudes en relación a los servicios móviles de análisis de sustancias (SMAS) desde la perspectiva de las personas usuarias de drogas y el sector del ocio nocturno”**, financiado a través de la convocatoria de subvenciones para la realización de actividades de interés general con cargo a la asignación tributaria del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas de 2019.

Tras exponer el estado actual de la cuestión, presentamos los detalles metodológicos de la investigación y los principales resultados obtenidos en ambos estudios. El informe concluye con las conclusiones derivadas de estos últimos. Con este proyecto hemos buscado poner la mirada en los servicios de análisis de sustancias desde la óptica de dos de sus actores principales: las personas que hacen uso de ellos en los espacios de fiesta y aquellas personas que, como organizadoras, promotoras o gestoras de estos espacios, permiten que estos servicios

puedan funcionar. Conocer sus opiniones y actitudes hacia ellos, así como las creencias asociadas que estudios previos han identificado, nos permitirá adaptarlos para mejorar su capacidad de satisfacer las necesidades de las personas usuarias y estar en mejores condiciones de lograr nuestro fin último: reducir los riesgos asociados al uso de drogas en los espacios de fiesta.

Por último, queremos hacer constar aquí nuestro especial agradecimiento al Dr. Fermín Fernández Calderón, de la Facultad de Psicología de la Universidad de Huelva, que colaboró en la elaboración del cuestionario y en la supervisión del análisis estadístico de los datos. Su gran experiencia, conocimiento de la materia y compromiso hacia Energy Control es un lujo del que venimos disfrutando desde hace años. Por supuesto, también queremos agradecer a todas las personas que participaron en los dos estudios, tanto en los equipos de trabajo como participando en los grupos de discusión y entrevistas en profundidad. Sin ellos y ellas, esto no habría sido posible.

Estado de la cuestión

Los servicios de análisis de sustancias (SAS) se han constituido como una estrategia de reducción de daños frente a determinados desafíos que han tenido y tienen lugar en el ámbito de los consumos de drogas (Vidal, Ventura, Measham, Brunt, Bucheli et al., 2017; Vidal, 2019). Se trata de servicios dirigidos a personas que usan drogas y que buscan informar sobre la composición de las sustancias que consumen, monitorizar los mercados y permitir la puesta en marcha de respuestas rápidas ante fenómenos emergentes que suponen relevantes incrementos en el riesgo para la salud y el bienestar de las personas y las comunidades.

Los SAS surgieron en Europa, a lo largo de la década de los noventa del siglo XX, como respuesta a la extensión del consumo de MDMA en entornos recreativos vinculados a la música electrónica. En la actualidad, existen 31 SAS diferentes operados por 29 organizaciones en 29 países (Barratt, Kowalski, Maier y Ritter, 2018), lo que da cuenta de la creciente importancia que estos dispositivos están teniendo.

Existen tres modalidades principales de SAS: los servicios móviles de análisis de sustancias (en adelante, SMAS; por ejemplo, en festivales, discotecas y raves), los puntos fijos o estacionarios de análisis en oficinas abiertas durante la semana, y los servicios de análisis que reciben las muestras por correo postal. Aunque todos los SAS comparten los mismos objetivos (información, monitorización y alerta temprana), pueden

diferir en cuanto a la prioridad que otorgan a cada uno de ellos, las metodologías de análisis empleadas, que dependen de la financiación que reciben, su estatus legal o las limitaciones impuestas por las políticas nacionales de drogas, y el apoyo y reconocimiento por parte de las Administraciones Públicas.

A pesar de su creciente extensión durante las últimas décadas, la investigación relativa a la valoración que realizan los stakeholders de estos servicios en términos de pertinencia, utilidad y de otros aspectos operativos relevantes para su funcionamiento es aún muy escasa, especialmente en el ámbito de los consumos recreativos de drogas. En los últimos años, y frente a la epidemia de sobredosis de opioides que actualmente vive Estados Unidos y Canadá, los SAS han sido propuestos como una herramienta potencial para reducir los daños, especialmente los relacionados con el consumo voluntario o involuntario de fentanilo y derivados (Laing, Tupper y Fairbairn, 2018). Diversas investigaciones han tratado de determinar la visión que tanto potenciales personas usuarias como otros actores relevantes tienen de los mismos y de aspectos concretos de su implementación (ej., Kennedy et al., 2018; Krieger et al., 2018; Peiper et al., 2018; Sherman et al., 2019). En general, todos estos estudios encuentran que, tanto en Estados Unidos como en Canadá, los SAS son percibidos como instrumentos útiles para prevenir las sobredosis, que la disposición a utilizarlos es alta (incluyendo la disposición a entregar de manera voluntaria una parte de

la sustancia que van a consumir) y que los resultados obtenidos con los análisis tienen capacidad de influir en los comportamientos de consumo.

En el ámbito específico de los consumos recreativos de drogas, aunque escasos, algunos estudios han tratado de conocer las perspectivas de las personas usuarias (reales o potenciales) de estos servicios. Johnston et al. (2006) entrevistaron a 810 jóvenes en Australia (edad media de 24 años; 59% hombres) con el objetivo de conocer los métodos y estrategias que empleaban para determinar el contenido y la pureza de las drogas que consumían, su conocimiento de las limitaciones de los métodos de análisis de pastillas disponibles en aquellos momentos (principalmente basados en reactivos colorimétricos como el test de Marquis), y cómo los resultados de dichos test podían influir en su forma de consumir. El estudio mostró como el interés por conocer la composición es mayoritario entre las personas que usan éxtasis, con un 83% de los y las participantes informando de haber empleado algún método para ello. Chinet et al. (2007), mediante un cuestionario autoadministrado en 6 festivales de música en Suiza a 293 personas (edad media de 23 años; 60% hombres), investigaron la intención de utilizar un SMAS en el propio evento y encontraron que el 27,4% no lo usaría nunca, el 31,1% lo usaría sistemáticamente antes de tomar una pastilla de éxtasis, y el 41,6% solo lo usaría en el caso de que no conociera la sustancia, al dealer, o a ambos. Miller et al. (2016), en respuesta a un comentario de Barratt y Ezard (2016) sobre la utilidad de los SAS plantearon que muchas personas potenciales usuarias de los mismos no estarían dispuestas a esperar el tiempo necesario para los análisis y que ello podría

ser una limitación importante de las metodologías actuales de análisis. Sin embargo, en uno de los estudios más importantes realizados hasta la fecha, Barratt et al. (2017), mediante una encuesta online a 851 personas que habían consumido estimulantes y/o alucinógenos y habían acudido a espacios recreativos en el último año en Australia (edad media de 23 años; 70% hombres), encontraron que la mayoría estaría dispuesta a utilizar un SAS en el propio festival y que estaría dispuesta a esperar hasta una hora para obtener su resultado. Además, los SMAS solo se usarían si se percibe que la probabilidad de problemas con la policía es baja y si los resultados se comunican de manera individual (o que, aunque se hagan públicos, se respete siempre el anonimato de quien ha aportado las muestras). Finalmente, los autores concluyeron que existen tres aspectos esenciales a considerar en el diseño de un SMAS: la fiabilidad, exhaustividad y capacidad para estimar las dosis; los tiempos de espera; y el coste para la persona usuaria. Por su parte, Day et al. (2018), mediante encuestas en un importante festival australiano de música a 642 personas (62% de la muestra con edades comprendidas entre los 18 y los 21 años; 60,5% mujeres) investigaron las actitudes de las mismas hacia los SMAS encontrando que una amplia mayoría estaba de acuerdo en que estos servicios debían ser ofrecidos de manera gratuita en los festivales, en que resultarían de utilidad para reducir los daños, y en que los resultados de los análisis debían complementarse con consejos de reducción de riesgos. Este estudio resulta especialmente interesante porque, de todos los realizados hasta la fecha, es el único que analizó las opiniones sobre los SMAS de manera diferenciada para hombres y mujeres, aunque no

encontró diferencias en ambos grupos. Finalmente, las evaluaciones de los SMAS que el programa Energy Control de la Asociación Bienestar y Desarrollo viene implementando en espacios recreativos vinculados a la música electrónica en España muestran que estos servicios son usados mayoritariamente por hombres, siendo la presencia de las mujeres en ellos muy minoritaria. Además, en muchas ocasiones, cuando se acercan vienen acompañadas por un hombre siendo este el que asume el rol dominante durante el tiempo en que permanecen en él, por lo que es necesario abordar esta cuestión para favorecer un acceso más útil y específico para ellas.

Como conclusión, los diferentes estudios han mostrado que los servicios de análisis deben reunir una serie de características para maximizar la probabilidad de que sean usados por las personas a quienes van dirigidos. Estas características tienen que ver con el propio diseño de los servicios y con la información que suministran. Sin embargo, aún existen ciertas lagunas en el conocimiento que

tenemos de estos aspectos. Por ejemplo, de los estudios realizados hasta la fecha, solo uno investigó posibles diferencias entre hombres y mujeres, lo que no permite conocer si existe una valoración diferente en ambos grupos en muchas de las variables investigadas. En segundo lugar, los estudios más recientes han sido llevados a cabo en Australia y, por tanto, la generalizabilidad de sus hallazgos a otros países o realidades culturales es muy limitada.

Por todo lo anterior, con el proyecto cuyos resultados presentamos en este informe, hemos buscado conocer las opiniones, creencias y actitudes, tanto de las personas usuarias como de las potencialmente usuarias de los SMAS que el proyecto Energy Control ofrece en festivales, discotecas y fiestas rave en España. En última instancia, nuestro interés ha sido contribuir a la mejora de estos servicios mediante la inclusión en los mismos de aquellos aspectos que constituyan propuestas de mejora dirigidas a facilitar su accesibilidad, ejecución y mayor impacto.

Objetivos

De manera más concreta, con el presente estudio se buscó cumplir con los siguientes objetivos:

1. Observar el grado en que determinados aspectos de los SMAS eran aceptables la población a quienes se ofrece.
2. Analizar la relación y el valor explicativo que las características sociodemográficas, el consumo de drogas o la preocupación por la salud tienen sobre la intención de utilizar un SMAS.
3. Observar y analizar las percepciones y opiniones, tanto de los promotores y organizadores de eventos como del público de los diferentes contextos de ocio, en relación a los SMAS.
4. Observar y analizar la brecha de género interna entre las personas usuarias de los SMAS y el público de los diferentes contextos de ocio, así como sus posibles causas y consecuencias.

Metodología

Para investigar los diferentes elementos de interés del proyecto, se llevaron a cabo dos procesos de investigación: uno de tipo cuantitativo mediante encuesta, y otro de tipo cualitativo mediante grupos de discusión a personas usuarias y entrevistas en profundidad a personas del sector del ocio nocturno.

Estudio Cuantitativo

El estudio cuantitativo consistió en la aplicación de una encuesta online a una muestra intencional de personas que frecuentan espacios de ocio nocturno vinculados a la música electrónica, que fueran mayores de edad y que hubieran consumido en el último año una o más de las sustancias que son analizadas en los SMAS. A su vez, la muestra debía

contener tanto personas que nunca habían visitado un SMAS (NO-TESTERS) como aquellas que sí lo habían hecho alguna vez en su vida (TESTERS).

El cuestionario utilizado se elaboró a partir de los instrumentos empleados en investigaciones previas (Johnston et al., 2016; Barratt et al., 2017; Day et al., 2018; Sande y Šabić, 2018) y aquellas áreas de interés del equipo investigador que no habían sido abordadas en ellas. Tanto estas áreas de interés como las variables incluidas se presentan en la

Un aspecto de vital importancia que consideramos oportuno reseñar es la aparición de la pandemia por coronavirus, el consiguiente confinamiento de la población y el cierre del sector del ocio nocturno que se tradujo en el cierre de discotecas, la cancelación de festivales

de música y la no celebración de fiestas *rave*. Esto hizo que no fuera posible la difusión de la encuesta en estos espacios aprovechando las acciones de proximidad del programa Energy Control. El poder haberlo hecho era importante para poder alcanzar un número adecuado de respuestas procedentes de personas que directamente habían hecho un uso de un SMAS. Debido a esto, también se decidió no hacer difusión de la encuesta por canales que hubiera sobre representado el grupo de personas que nunca habían visitado un SMAS.

Por último, hubo que reajustar algunos de los ítems del cuestionario para que, al contestar a las preguntas, las personas participantes no tuvieran en cuenta el periodo de confinamiento, lo que hubiera sesgado de manera importante los resultados ya que, durante ese periodo, los consumos de sustancias y, en especial, de aquellas que son susceptibles de ser analizadas en un SMAS, se redujeron de manera considerable durante ese periodo (Plan Nacional sobre Drogas, 2020).

. Además, también se incluyó un campo abierto con el que poder recoger información cualitativa en relación a sus opiniones sobre los SMAS, tanto si los habían visitado alguna vez como si no.

Una vez redactada una primera versión del cuestionario, este fue pilotado entre

Tabla 1. Áreas de interés y variables de estudio

Áreas de interés	Variables
Características sociodemográficas	País de residencia actual, número de fiestas de música electrónica como asistente en el último año, edad, género, CCAA de residencia, nivel educativo, situación laboral actual, convivencia familiar, principal fuente de ingresos, grupo profesional del último trabajo principal y estado civil.
Consumo de sustancias	Prevalencia de consumo en el último año de alcohol, cannabis (hachís, marihuana, etc.), cocaína en polvo, speed, MDMA (cristal, pastillas, éxtasis), ketamina, LSD, GHB, metanfetamina y 2C-B. Frecuencia de policonsumo (consumo de 2 o más sustancias de manera simultánea). Grado de preocupación (escala del 1 al 10) por la afectación de la salud física, la salud mental, las relaciones sociales, la economía, el trabajo o los estudios y a nivel legal, debido al consumo de sustancias psicoactivas.
Uso de los SMAS	Uso de los SMAS alguna vez en la vida. En TESTERS: Número de veces que habían visitado un SMAS, con quién lo visitaron (la persona sola, con su pareja, con un/a amigo/a o con otra/s persona/s), y razones para haber visitado un SMAS. Entre NO-TESTERS: razones para no haber visitado un SMAS. Intención de visitar un SMAS en la próxima fiesta.
Características de los SMAS	Contextos en los que debería haber un SMAS, tiempo que estarían dispuestos/as a esperar el resultado del análisis, probabilidad de uso de un SMAS en función del tipo de análisis/resultado que ofreciera (cualitativo versus cuantitativo), aceptabilidad del asesoramiento de reducción de riesgos y daños junto a la comunicación del resultado del análisis, precio que estarían dispuestos a pagar por el análisis, financiación de los SMAS, necesidad de un espacio reservado, características de las personas que atienden los SMAS.
Opiniones sobre los SMAS	Opiniones favorables hacia los SMAS. Opiniones no favorables hacia los SMAS.
Impacto de los SMAS	Intención (probabilidad en una escala del 1 al 10) de no consumir la muestra que se ha llevado a analizar si eso se le ha recomendado, de seguir las pautas indicadas para consumir con menor riesgo, de contar a las amistades la información recibida en el SMAS, de aplicar las pautas recomendadas en futuros consumos y de recomendar el uso de SMAS a otras personas.

personal técnico del programa Energy Control de la Asociación Bienestar y Desarrollo que se encuentra directamente implicado en la implementación de servicios móviles de análisis de sustancias. Finalmente, el cuestionario fue programado mediante la herramienta LimeSurvey (<https://lime.energycontrol.org/index.php/567952>) y estuvo abierto para la recepción de respuestas desde el 10/08/2020 hasta el 12/11/2020. La herramienta se alojó en los servidores de la Asociación Bienestar y Desarrollo para tener mayor seguridad en la protección de los datos.

La difusión del estudio se realizó principalmente a través de las redes sociales del programa Energy Control (Facebook, Twitter e Instagram). Para tal efecto, se elaboró un conjunto de mensajes y de imágenes para acompañar las publicaciones.

Un aspecto de vital importancia que consideramos oportuno reseñar es la aparición de la pandemia por coronavirus, el consiguiente confinamiento de la población y el cierre del sector del ocio nocturno que se tradujo en el cierre de discotecas, la cancelación de festivales de música y la no celebración de fiestas *rave*. Esto hizo que no fuera posible la

difusión de la encuesta en estos espacios aprovechando las acciones de proximidad del programa Energy Control. El poder haberlo hecho era importante para poder alcanzar un número adecuado de respuestas procedentes de personas que directamente habían hecho un uso de un SMAS. Debido a esto, también se decidió no hacer difusión de la encuesta por canales que hubiera sobre representado el grupo de personas que nunca habían visitado un SMAS.

Por último, hubo que reajustar algunos de los ítems del cuestionario para que, al contestar a las preguntas, las personas participantes no tuvieran en cuenta el periodo de confinamiento, lo que hubiera sesgado de manera importante los resultados ya que, durante ese periodo, los consumos de sustancias y, en especial, de aquellas que son susceptibles de ser analizadas en un SMAS, se redujeron de manera considerable durante ese periodo (Plan Nacional sobre Drogas, 2020).

La muestra

Dado que no existía un marco muestral de referencia para la población objeto de estudio, se llevó a cabo un muestreo intencional guiado por criterios de representatividad, idoneidad y accesibilidad. Los criterios de inclusión para la participación en la encuesta fueron: ser mayor de edad, residente en España, haber acudido como público a un espacio recreativo vinculado con la música electrónica (festival, discoteca o *rave*) al menos una vez en el último año, haber consumido al menos una vez en el último año una o más de las sustancias objeto de análisis en los SMAS, y aceptar la confidencialidad y firmar el consentimiento informado. Por otra parte, los criterios de

exclusión eran tener menos de 18 años y no entender o ser capaz de expresarse en español, o cualquier otra condición o situación que incapacitara para la cumplimentación del cuestionario.

Análisis estadísticos

Se llevaron a cabo análisis descriptivos (frecuencias y estadísticos descriptivos) de todas las variables. Además, en todas ellas se realizaron pruebas de contraste (de medias o chi-cuadrado, según fueran variables continuas o dicotómicas, respectivamente) con el objetivo de comprobar la existencia de diferencias significativas en función del género o del estatus TESTER / NO-TESTER. Todos los análisis fueron llevados a cabo mediante el paquete estadístico SPSS.

Estudio Cualitativo

La parte cualitativa de estudio consta de dos bloques. Por un lado, se han llevado a cabo 5 entrevistas con personas promotoras y productoras de fiestas de música electrónica en discotecas y festivales. Por el otro, se han realizado 3 grupos de discusión con personas usuarias de estos espacios, de sustancias psicoactivas y, potencialmente, usuarias de estos servicios. Estas dos técnicas se han aplicado en todas las delegaciones del proyecto Energy Control.

Para buscar a las personas, tanto promotoras como usuarias, con las que se ejecutaron estas técnicas, se realizó un llamamiento usando el perfil estatal del proyecto en la red social Facebook. Junto a este se adjuntó un cuestionario para poder agrupar a las personas usuarias según su comunidad autónoma de residencia, el espacio de ocio nocturno más frecuentado y si habían usado o no

los servicios móviles de análisis de sustancias. Para las personas promotoras se adjuntó un cuestionario para clasificarlas según su comunidad autónoma de residencia, el espacio donde organizaban sus fiestas y si habían tenido o no este servicio en sus eventos.

Las personas usuarias que finalmente participaron en los grupos de discusión no fueron exclusivamente contactadas a través de esta vía, sino que también, para completar los grupos, se aplicó la técnica de la bola de nieve con las personas ya contactadas. Se terminó de cerrar los grupos usando las bases de datos de personas usuarias del servicio estacionario de Energy Control. En cuanto a las personas promotoras, dos de las cinco entrevistas se realizaron con personas contactadas a través de los llamamientos mencionados. Las tres restantes, al no poder contactar con los perfiles requeridos, se usaron los contactos ya existentes en las diferentes áreas de salidas de las sedes del proyecto.

Inicialmente también se planteó hacer parte de las entrevistas con personas que organizan fiestas no regladas, (raves); durante el transcurso de la investigación conseguimos contactar con algunas, pero, varias no respondieron a los mensajes y las que sí lo hicieron

mostraron muchas reticencias a que la entrevista fuera grabada para su posterior transcripción, imposibilitando así el uso de esta técnica. En consecuencia, se optó por realizar todas las entrevistas con personas con las cuales ya había un contacto previo, dejando fuera del estudio a las personas organizadoras de fiestas no regladas

Las diferentes vías para conseguir contactar con las personas informantes han condicionado el desarrollo y los resultados de esta parte del estudio. Algunas de las personas con las que se hicieron los grupos de discusión habían usado un SMAS alguna vez en su vida, mientras que otras habían usado el servicio de análisis estacionario y muy pocas no conocían la existencia de este tipo de servicios. Del mismo modo, todas las personas promotoras y productoras de eventos de música electrónica con las que se realizaron las entrevistas conocían la existencia de estos servicios y solo una no lo había tenido en ninguna de sus fiestas, pese a conocer el servicio como persona usuaria. En consecuencia, los resultados que se presentan a continuación tienen cierto sesgo en tanto que no se incluyen las opiniones de personas que no conozcan los SMAS ni los servicios de análisis en sede.

Resultados

Estudio Cuantitativo

La muestra final quedó compuesta por 417 personas: 55,2% hombres, 41,2%

mujeres y 3,6% otro. La edad media de los hombres fue de 31,18 años (DT = 9,817) y de 28,24 años para las mujeres (DT = 7,057). La edad media del total de la muestra fue de 30,04 años (DT = 9,205).

En cuanto a la Comunidad Autónoma de residencia de las personas que contestaron a la encuesta, la mayoría se encontraban en las Comunidades de Cataluña (29,7 %), Madrid (25,4 %) y Andalucía (14,6 %). En términos de nivel educativo, el 1,0 % no tenía estudios finalizados, el 1,5 % había finalizado la Educación Primaria, el 7,9 % había finalizado la Educación Secundaria o el antiguo Bachillerato Unificado Polivalente (BUP), el 22,2 % había finalizado el actual Bachillerato o el antiguo Curso de Orientación Universitaria (COU), el 22,4 % había finalizado la Formación Profesional, el 30,5 % estudios universitarios y el 16,5 % estudios de posgrado (máster y/o doctorado). Destaca la mayor proporción de hombres con respecto a la de mujeres que solo habían finalizado la Educación Secundaria / BUP (9,4 % versus 4,2 %, respectivamente) o estudios de Formación Profesional (22,4 % versus 16,7 %, respectivamente) y la mayor proporción de mujeres con respecto a la de hombres cuyo mayor nivel educativo alcanzado se correspondía a estudios universitarios (38,7 % versus 25,6 %, respectivamente).

En cuanto a la situación laboral, el 41,8 % del total de la muestra se encontraba solo trabajando y el 27,5 % compaginaba el trabajo con los estudios. El 18,8 % solo estudiaba y el 12 % dijo encontrarse en situación de paro laboral en el momento de contestar la encuesta. El grupo profesional más frecuente fue el de asalariado/a privado/a (59,2 %) seguido de asalariado/a público/a (11,0 %). Un 7,9 % indicó no haber tenido nunca un trabajo principal. La principal fuente de ingresos mencionada por la muestra fue el trabajo (67,6 %) seguido de una asignación familiar (18,0 %), la prestación por desempleo (6 %) y una beca o préstamo universitario (2,2 %). Un 6,2 % indicó otras

fuentes de ingresos distintas a las anteriores.

El 66,9 % de la muestra convivía con familiares (padre y/o madre y/o hermanos/as u otros familiares) y el 25,7 % con la pareja. El 18,2 % vivía solo/a, el 15,3 % convivía con compañeros/as de piso y el 12,5 % con sus amistades. Finalmente, en términos de estado civil, la mayoría de la muestra se declaraba como soltera (73,9 %), seguido de convivencia con la pareja (14,9 %), casado/a (5,5 %) y separado/a o divorciado/a (3,4 %). Un 2,4% declaró estar en otra situación distinta a las anteriores.

El 39,1% de la muestra participante en el estudio cuantitativo había utilizado un SMAS al menos una vez en su vida, sin que se observaran diferencias significativas en cuanto al género. Este hallazgo es relevante al entrar en contradicción con las observaciones realizadas sobre el terreno que indicaban que estos servicios son utilizados más por los hombres que por las mujeres. De hecho, al analizar la frecuencia de uso entre quienes habían visitado alguna vez un SMAS sorprende que las mujeres habían usado estos servicios más veces que los hombres, aunque estas diferencias no alcanzaron significación estadística. Por otra parte, tal y como han mostrado estudios previos, el perfil de personas visitantes a los servicios de análisis en general suele corresponderse al de personas con consumos de drogas más intensivos (Hungerbuehler, Buecheli y Schaub, 2011), lo cual también parece reflejarse en los servicios móviles.

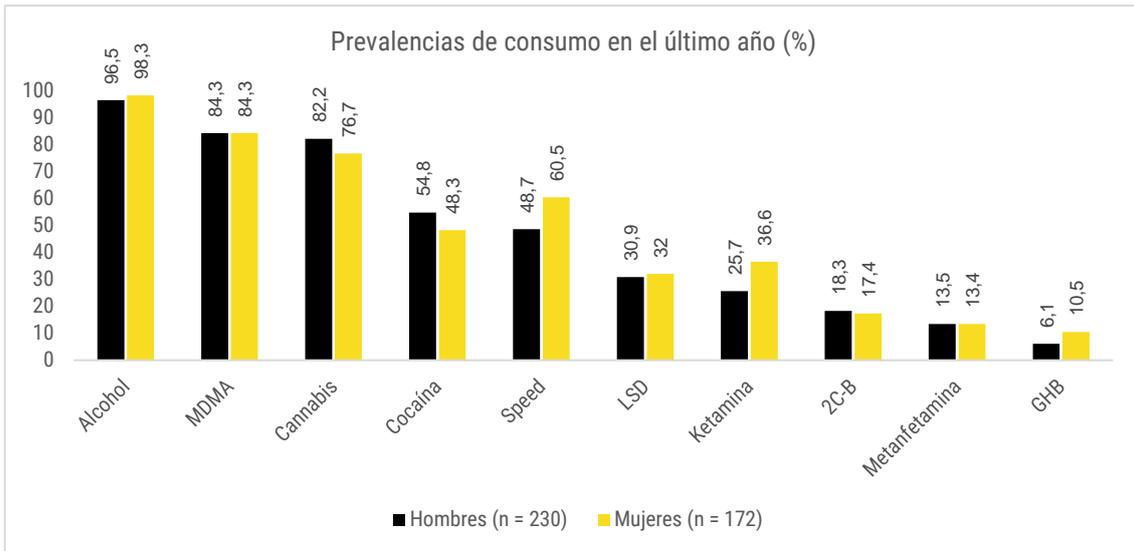
La preocupación por las consecuencias negativas asociadas al consumo de un producto adulterado y la curiosidad fueron las principales razones señaladas

para haber utilizado un SMAS. Investigaciones previas ya habían señalado que las personas que usan drogas quieren información relativa al contenido de las sustancias (Barratt et al., 2018; Betzler, Ernst, Helbig, Viohl, Roediger et al., 2019; Day et al., 2018; Johnston et al., 2006; Krieger et al., 2018; Peacock et al., 2019) por lo que no sorprende que la preocupación por la adulteración como motivo para el uso de los servicios de análisis haya sido señalada por la muestra entre las principales razones en línea con lo observado en estudios anteriores (Sande y Sabic, 2018). También es muy relevante que las motivaciones para el uso de los servicios de análisis estén relacionadas con preocupaciones más generales sobre el potencial impacto del consumo sobre la salud. Así, la adulteración se presenta como un fenómeno complejo que se relaciona directamente, al menos para las personas que usan drogas, con el potencial impacto en su salud y con sus características personales (por ejemplo, patologías previas, circunstancias personales, etc.).

Por otra parte, el hecho de que estos servicios despierten la curiosidad e interés del público hace que se favorezca la accesibilidad a los mismos. De hecho, independientemente de si lo habían usado o no con anterioridad, una proporción alta de la muestra dijo tener intención de utilizar uno en un futuro en caso de estar disponible, sin que parezcan existir razones de gran importancia que desanimen su uso. En línea con esto último, resalta el dato de que el 72% de las personas que nunca habían visitado un SMAS, no lo había hecho por no haber uno en los lugares de fiesta a los que había acudido.

Tanto la preocupación por la salud como la curiosidad se relacionan directamente con una desconfianza generalizada en el mercado ilícito y en la imposibilidad de conocer la composición por medios propios. Esto, en última instancia, contribuiría de manera importante al interés que los servicios de análisis producen en su público destinatario. Sin embargo, este interés supone una superación de un cierto estigma en torno al propio consumo de sustancias y que, en ocasiones, puede dificultar el acceso a los servicios en tanto que, además, visibilizan el consumo en los espacios donde están presentes.

En general, se observó un elevado grado de acuerdo en que los SMAS se instalen en los lugares donde estos típicamente ya vienen trabajando: festivales y raves. Sin embargo, sí parece haber acuerdo generalizado en que estos servicios también deberían operar en discotecas. En España, los SMAS no trabajan en discotecas para no hacer incurrir a sus propietarios o gestores en riesgos de tipo legal a pesar de que el consumo en estos contextos es una realidad. De hecho, los aspectos legales han sido previamente identificados como barreras para la implementación de los servicios de análisis (Barratt et al., 2018; Levy, 2004). En este sentido, es significativa la posición de organizadores y promotores señalando la doble vertiente de la pertinencia de los SMAS: de una parte, la existencia de los SMAS quedaría justificada por el consumo de drogas en los espacios de ocio y por la ayuda que supondrían para gestionar los riesgos relacionados con el consumo ante las Administraciones en caso de que aparecieran problemas de intoxicación o por adulteración de las drogas consumidas pero, por otra, serían contraproducentes al propiciar riesgos



legales que desean evitarse a toda costa. En cualquier caso, a pesar de los riesgos, el sector podría mostrarse favorable a la implantación generalizada de este tipo de servicios, tal y como apuntan otras investigaciones previas (ej., Glick, Christensen, Nyeong Park, McKenzie, Green y Sherman, 2019).

El tiempo que las personas usuarias deben esperar un resultado es una variable crítica que puede determinar el uso de los servicios. Estudios previos han señalado que un tiempo de entre 15 minutos y una hora parece ser aceptable para la mayoría (Barratt et al., 2018, Olsen, Wong y McDonald, 2019) y es un hallazgo similar al del presente estudio. En este sentido, es importante tener en cuenta que los tiempos máximos que las personas pueden estar dispuestas a esperar pueden estar determinados por diferentes variables: duración del evento, tipo de contexto, tipo de sustancia consumida los resultados esperados de los análisis e, incluso, características individuales de la persona. Por ejemplo, en una rave o festival de larga duración, la disposición a esperar es mayor mientras que, en eventos de corta duración, existiría una mayor preferencia por técnicas más rápidas

de tipo cualitativo. Es significativo que, tanto en los estudios previos como en el estudio cuantitativo como en los grupos de discusión, el tiempo máximo de espera parece ser una hora.

En cualquier caso, desde un punto de vista operativo, la mejora de los tiempos necesarios para los análisis también es importante porque permite analizar un mayor número de muestras en el mismo periodo de tiempo y siempre debe ser un aspecto a considerar junto al tipo de información que se suministra. Las técnicas cualitativas tienden a ser más rápidas que las que ofrecen resultados cuantitativos, pero no parece existir una clara preferencia por una u otra en la muestra estudiada. De hecho, la probabilidad de utilizar un servicio que ofreciera información solo cualitativa fue la misma que la de utilizar un servicio que ofreciera resultados cuantitativos. La cromatografía de capa fina entraría en el primer grupo de técnicas y, en este sentido, cubre las expectativas de las personas que usan los servicios. Por su parte, los test colorimétricos, aunque también cubrirían dicha expectativa, se desaconsejan, especialmente si se utilizan como única herramienta analítica.

Todas las personas que participaron en el estudio, independientemente de su género o de su experiencia con los SMAS, mostraron una clara preferencia por una información adicional y complementaria con sus propias estrategias de reducción de riesgos, que acompañara a los resultados de los análisis. En este sentido, los servicios de análisis buscan de manera prioritaria la comunicación de mensajes de reducción de riesgos y daños a partir de los resultados analíticos, lo que confiere a estos servicios de una verdadera dimensión preventiva, ya que permiten que las personas que los utilizan aumenten su conocimiento sobre cómo prevenir o reducir los riesgos asociados al uso de sustancia psicoactivas (Brunt, 2017; Olsen, Wong y McDonald, 2018).

La atención en los servicios móviles de análisis de sustancias es gratuita, tanto para las propias personas usuarias de los mismos como para las organizaciones de festivales o colectivos gracias a que se cuenta con diferentes ayudas de la Administración Pública para ello. Sin embargo, algo más de la mitad de las personas que los usan afirman estar dispuestas a pagar por los análisis, especialmente los hombres y aquellas personas que previamente han visitado alguna vez un SMAS. Esto es especialmente importante porque podría señalar la importancia que estos servicios tienen para el público, la utilidad que les atribuyen y que bien podrían ser de pago y no necesariamente gratuitos. Al ser preguntadas por la cantidad de dinero que estarían dispuestas a pagar, casi dos terceras partes se decanta por una cantidad que oscila entre los 5 y los 10 euros. Según las personas participantes en los grupos de discusión, este precio está también en relación con el precio y tipo de sustancia,

de manera que cuanto menos se paga por la sustancia, menos se está dispuesto a pagar por el análisis. Aunque no existen estudios que determinen el coste económico de cada análisis, es importante ver el valor que las propias personas usuarias le atribuyen. Aun así, existe acuerdo generalizado en que estos servicios deben estar financiados por las Administraciones Públicas e, incluso, el propio sector del ocio nocturno. En este último caso, sería necesario valorar con profundidad qué tipo de eventos podrían estar más dispuestos a sufragar los costes de estos servicios ya que algunos de ellos, especialmente las raves, podrían no poder asumirlos y ello constituirse en una barrera para su implementación. En otros contextos, la disposición de los promotores a pagar por tener un servicio de análisis en sus eventos está determinada por la función que perciben podrían tener los SMAS en el marco de la experiencia que ofertan y su aforo.

¿Has visitado alguna vez un servicio móvil de análisis de sustancias? (%)			
	H (n = 230)	M (n = 172)	T (n = 417)
Sí (TESTER)	39,6	39,0	39,1
No (NO-TESTER)	60,4	61,0	60,9
[TESTER]. ¿Cuántas veces? (%)			
	H (n = 91)	M (n = 67)	T (n = 163)
1 vez	34,1	38,8	36,2
2 veces	25,3	19,4	22,7
3 veces	12,1	13,4	12,3
4 veces	7,7	9,0	8,0
5 veces	8,8	6,0	7,3
Más de 5 veces	12,0	13,4	13,5
Media (D.T.)	3,19 (3,21)	4,25 (7,30)	3,74 (5,45)
[TESTER]. Cuando visitaste un SMAS, ¿con quién fuiste? (%)			
Yo solo/a	38,5	19,4*	11,8
Con mi pareja	18,7	28,4	22,1
Con un/a amigo/a	67,0	68,7	67,5
Con otra persona	13,2	9,0	12,3
[TESTER] Razones para visitar un SMAS (Rango: 1 – 10)			
Porque me preocupaba mi salud y bienestar.	7,55	7,21	7,45
Porque me preocupaba que fuera a tomar un producto adulterado	7,75	8,24	7,99
Porque me preocupaba la salud y bienestar de mi pareja	5,77	5,97	5,87
Porque me preocupaba la salud y bienestar de mis amistades	6,93	6,79	6,91
Porque desconfiaba de la persona que me vendió o dio la sustancia	4,54	4,72	4,61
Por curiosidad	7,34	8,21	7,72
Porque lo que tomé me produjo unos efectos inesperados	1,77	2,46*	2,06
Porque había visto alertas de sustancias peligrosas o adulteraciones	4,14	4,42	4,31
Para evitar tomar una sustancia que no deseaba consumir	6,20	6,64	6,43
Porque desconfiaba de otras maneras de conocer la composición	4,90	5,22	5,02
[NO-TESTER] Razones para no visitar un SMAS (%)			
	H (n=139)	M (n = 105)	T (n = 254)
Porque no tenía ni idea de la existencia de este tipo de servicios	16,5	24,8	19,7
Porque en las fiestas en las que he estado no había un SMAS	77,7	62,9	71,3
Porque, aunque lo he visto en alguna fiesta, no he querido visitarlo	5,8	12,4	9,1
[TODOS] Si en la próxima fiesta donde vayas a consumir drogas hay un SMAS, ¿irías a analizar alguna sustancia? (%)			
	No	Sí	No lo sé
Total (N = 417)	2,2	77,7	20,1
Hombre (n = 230)	2,6	78,7	18,7
Mujer (n = 172)	1,7	76,2	22,1
Tester (n = 163)	1,2	80,4	18,4
No-Tester (n = 254)	2,8	76,0	21,3

Sí parece haber diferencias en la aceptabilidad de las características del personal que atiende los SMAS en función del género. De una parte, las mujeres podrían necesitar de una mayor identificación

con el personal en términos de pertenencia (como conocedores de los espacios de fiesta, en el consumo y, en menor medida, en cuanto al género) y de una mayor diversificación de los perfiles de ese personal que los hombres. Por

ejemplo, ellos manifiestan una mayor indiferencia en relación al género del personal mientras que ellas señalan su preferencia por la diversidad.

Junto a la aceptabilidad o importancia de las características de los SMAS, el estudio ha buscado indagar la opinión en relación a un conjunto de argumentaciones tanto a favor como en contra de los servicios de análisis de sustancias. En general, existe un amplio acuerdo en que los SMAS son herramientas para la reducción de los riesgos asociados al consumo de sustancias y que no favorecen o dan “luz verde” a dichos consumos. Este hallazgo se encuentra en línea con investigaciones previas (por ejemplo, Day et al., 2018) señalando que el público objetivo reconoce estos dispositivos por lo que son realmente: estrategias de reducción de daños y riesgos. Sin embargo, sí se reconoce que algunas personas pueden interpretar la presencia de los SMAS como una indulgencia, permisividad o banalización del consumo y sus riesgos en lugar del rechazo que debería producir, especialmente en discotecas. Esto es de especial preocupación para el sector del ocio ya que estos visibilizarían el consumo ante las Administraciones que podría traer aparejada la imposición de sanciones. Para las personas usuarias, los SMAS las pueden visibilizar como consumidoras, implicando a su vez riesgos de tipo legal y social. En última instancia, la estigmatización de las personas que usan drogas puede constituirse en una barrera para el acceso a los SMAS.

También en línea con lo encontrado por Day et al. (2018), en nuestro estudio también encontramos un amplio acuerdo en que existe la posibilidad de que los servicios de análisis de sustancias sean

utilizados por determinadas personas para controlar la calidad de lo que venden. Se trata de un aspecto especialmente controvertido y que ha recientemente ha suscitado el interés por su potencial papel como agentes activos en la reducción de los riesgos y daños asociados al consumo de drogas (Palamar, Acosta, Sutherland, Shedlin, Barratt, 2019; Bardwell, Boyd, Arrendondo, McNeil y Kerr, 2019; Betsos, Valleriani, Boyd, Bardwell, Kerr y McNeil, 2021). Sin embargo, y aunque queda fuera del alcance de esta investigación, es necesario reconocer la necesidad de un debate sopesado de este aspecto y analizarlo desde una óptica de salud pública en lugar desde la mera legalidad. En este sentido, recientemente se ha señalado el importante papel que pueden desempeñar las personas que venden sustancias para la reducción de los riesgos y daños asociados al consumo (referencia Canadá).

Por otra parte, ni el género ni la experiencia previa en un SMAS parecen haber influido en las opiniones, tanto positivas como negativas, que la muestra tiene hacia estos servicios. Ello indica que, de partida, la población a la que se dirigen estos recursos cuenta ya con una predisposición inicial a verlos de manera favorable, posiblemente porque se ajustan a necesidades o preocupaciones compartidos por toda ella, especialmente las relativas a la composición de las sustancias. Quizá por todo ello también, la muestra estudiada se haya mostrado tan favorablemente dispuesta a seguir las recomendaciones recibidas, tanto para el consumo actual como futuro, difundirlas entre sus grupos de iguales y a recomendarles la visita a un SMAS. En otras palabras, los SMAS modifican el consumo, no disminuyéndolo,

pero sí cambiándolo hacia formas de menor riesgo.

Finalmente, a la hora de detectar qué variables podían predecir el uso de los SMAS, el estudio no detectó ninguna variable de relevancia entre las estudiadas (género, edad, uso previo de los mismos, número de sustancias consumidas o preocupación sobre el impacto del consumo de sustancias). Sin embargo, cuando se analizó el valor predictivo de los motivos para haber utilizado un SMAS en la intención de utilizarlo en un futuro, sí parecía haber unos motivos más importantes que otros. Así, las personas que dijeron tener intención de visitar un SMAS en el futuro les dieron mayor importancia a motivos como la preocupación por el consumo de un producto adulterado, la preocupación por la salud y bienestar propia o del grupo de iguales, porque habían visto alertas de sustancias adulteradas o porque desconfiaban de otras formas de conocer la composición. Posiblemente se trate de motivos interrelacionados que necesitarían de mayor investigación para tratar de dilucidar cómo se relacionan ellos y qué maneras pueden establecerse para influir en ellos. En cualquier caso, parece que dar mayor cobertura a la difusión de resultados y a la comunicación de alertas sobre productos adulterados podría aumentar el uso de los SMAS.

Limitaciones

Existen dos grandes limitaciones que deben ser consideradas a la hora de interpretar y considerar los resultados obtenidos en la presente investigación.

En primer lugar, la propia naturaleza de la recogida de la información, a través de un estudio transversal con un

cuestionario online con una muestra intencional resta representatividad a los resultados y dificulta la generalización de los mismos a la población. En segundo lugar, la utilización exclusiva de los propios canales de difusión del programa Energy Control puede haber sesgado la muestra en el sentido de que, independientemente de que hubieran utilizado un SMAS, sus opiniones pudieran ser ya favorables a la propia reducción de riesgos y daños como estrategia preventiva dirigida a personas que usan drogas, enfoque dentro del cual se enmarcan los servicios de análisis de sustancias. Futuros estudios deberán ampliar las muestras empleadas, tanto de personas que usan drogas como de aquellas que no, con objeto de poder mejorar la información de la que se dispone en relación a sus opiniones, creencias y actitudes sobre los servicios.

Características de los SMAS	T (N = 417)	H (n = 230)	M (n = 172)	Tester (n = 163)	No-Tester (n = 254)
Lugares donde debería haber disponible un SMAS (%)					
Festivales	98,3	98,3	98,8	99,4	97,6
Discotecas	81,1	78,3	84,3	87,1	77,2*
Raves	87,1	84,3	90,7	95,1	81,9***
Zonas de marcha	58,0	57,8	57,0	69,9	50,4***
Fiestas patronales	56,6	53,5	59,9	65,6	50,8**
En los botellones	41,5	37,8	45,3	55,2	32,7***
En fiestas privadas	42,4	40,0	43,0	53,4	35,4***
Tiempo que estaría dispuesto/a a esperar el resultado del análisis (%)					
15 minutos	24,2	22,9	27,9	16,0	29,5
Entre 15 – 45 minutos	46,5	50,0	42,4	44,8	47,6
1 hora	18,2	18,3	18,6	22,1	15,7
Más de una hora	11,0	9,6	11,0	17,2	7,1
Probabilidad (rango: 1 – 10) de usar un SMAS que diera la siguiente información (Media)					
Si lleva o no la sustancia que creo que es	8,59	8,32	8,97	8,54	8,61
Si lleva o no la sustancia que creo que es y si hay otros adulterantes o sustancias presentes	8,99	8,77	9,38	9,01	8,98
Qué sustancias lleva y cuánto de cada una	8,99	8,91	9,22	9,15	8,88
En un SMAS, ¿te gustaría que también se te informara de formas de consumo de menor riesgo? (%)					
Sí	94,0	93,0	95,3	93,9	94,1
¿Pagarías por el análisis en un SMAS? (%)					
Sí	55,6	60,9	48,8*	62,0	51,6*
¿Quién debería financiar estos servicios? (%)					
Las Administraciones Públicas	92,8	93,5	92,4	94,5	91,7
El sector del ocio	66,7	67,4	66,3	68,7	65,4
Donaciones privadas	26,6	28,7	25,6	33,7	22,0**
Las propias personas usuarias	34,3	40,4	26,7**	39,9	30,7
Características del personal que atiende los SMAS (Media; Rango: 1 – 10).					
Que sean del mismo género	2,07	1,32	2,99***	2,17	2,01
Que sean personas que toman drogas	4,87	4,28	5,47***	5,52	4,45***
Que conozcan bien la fiesta	6,10	5,70	6,56**	6,56	5,80*
Que sean de tu misma edad	2,76	2,23	3,46***	2,39	3,00*
Que sean profesionales cualificados	8,02	7,93	8,25	8,15	7,94
* p < 0,05; ** p < 0,01; *** p < 0,001					

Estudio Cualitativo

Entrevistas a personas promotoras

El objetivo de estas entrevistas fue recoger y analizar las opiniones de las personas promotoras sobre cuatro aspectos relacionados con los SMAS: pertinencia, utilidad, profesionalidad y accesibilidad. A continuación, presentamos las diferentes dimensiones encontradas en cada una de estas áreas.

Pertinencia

Esta área hace referencia a la consideración de las personas promotoras de fiestas de música electrónica sobre si es pertinente o no un SMAS en los eventos de ocio nocturno que producen y promocionan. Las dimensiones encontradas respecto a la pertinencia fueron: el reconocimiento de que el consumo de sustancias psicoactivas socialmente consideradas ilegales es un fenómeno inherente a estos contextos, la opinión de que debería ser obligatorio a nivel legal la presencia de algún servicio de salud, la gestión del consumo de las personas usuarias de estos espacios y el aforo como condicionante del tipo de servicio de salud para los espacios de ocio de música electrónica.

El consumo de sustancias psicoactivas socialmente consideradas ilegales era visto, por las personas entrevistadas, como un fenómeno intrínsecamente ligado a los eventos de ocio nocturno de música electrónica, llegando incluso a ser normalizado dentro de estos contextos.

“Absolutamente, es uno de los factores principales [...] muchas veces no se entiende una cosa sin la otra en un festival de música electrónica. Vamos, yo,

por la experiencia que tengo, la gente puede hacer lo que quiera, pero quiero decir, el consumo es normal, muy normal [...]” (Cristian, Barcelona, festivales)

Por parte de las personas entrevistadas, esta normalización del consumo de sustancias psicoactivas en este tipo de espacios de ocio nocturno genera a su vez una doble preocupación: por un lado, respecto a la salud de las personas que asisten a sus eventos y, por el otro, los problemas legales para las personas promotoras derivados de posibles problemas de salud de su público. Estas dos percepciones sobre las posibles problemáticas derivadas del consumo de sustancias psicoactivas en los espacios de ocio son también las mayores utilidades de los SMAS percibidas por parte de las personas promotoras de estas fiestas y se profundizará en ello en el siguiente apartado. Estas percepciones generan y justifican la opinión de que los SMAS, o algún otro tipo de intervención relacionada con la salud en las fiestas de música electrónica, deberían ser obligatorias por Ley.

“Pues igual que tienes a una persona cuidando de la puerta, pues que haya una persona que esté atenta de que si alguien tiene algo [...]” (Josep, Mallorca, discotecas)

La tercera dimensión encontrada en la pertinencia corresponde a la gestión del consumo. Todas las personas entrevistadas asumen cierta posición respecto al consumo de sustancias psicoactivas socialmente consideradas ilegales y hacen uno u otro tipo de gestión, desde la no intromisión, ceñirse a la cuestión legal o hasta permitir o no la entrada de sustancias para consumo personal. Sin embargo, al asumir que esto sucede pese a su gestión, todas las

personas promotoras mostraron preferencias hacía un determinado tipo de consumo: moderado, responsable, no ostentoso y discreto, rechazando tajantemente la venta de sustancias en sus fiestas.

“Entonces, evidentemente, con los dueños de los locales... los dueños de los locales tienen que tener tolerancia cero con la venta... y con el consumo “canteo”. ¿Sabes?” (Juan, Madrid, discotecas)

“Yo no intento que no se consuma, ¿sabes? Yo desde un punto de vista de promotor, lo que no puedo es facilitar el consumo, eh, que se consume es un hecho, entonces, que me preocupa a mí, que sea un consumo moderado y responsable [...]” (Fernando, Barcelona, discotecas)

“Para que la gente tenga la información y cualquier persona se puede acercar y saber qué es eso blanco que le han vendido ¿no? Y saber que hay ahí, y saber que le puede pasar.” (Rogelio, Andalucía, festivales)

“Pero nosotros, a nivel de directrices nuestras de seguridad dentro del festival son estas: con el consumo propio no nos metemos, y el que ostenta... [...] también lo controlamos, lo perseguimos que no se haga y que lo haga en un sitio más recogido o... el lavabo. (Cristian, Barcelona, festivales)

En este sentido, los SMAS son pertinentes en tanto son percibidos como una herramienta útil para las personas promotoras de eventos de música electrónica ya que ayuda a la gestión del consumo de sustancias psicoactivas y favorece el tipo de consumo que prefieren por parte de su público asistente.

La dimensión del aforo modula la pertinencia o no de los SMAS en los espacios de ocio nocturno de música electrónica,

especialmente para dos de las personas que hacen este tipo de eventos en discotecas. El número máximo de personas por evento y su regulación legal se usan para determinar o no la pertinencia de estos servicios en sus fiestas. De fondo aparece el tema de la financiación como motivo de la dificultad para implementar servicios de salud en los espacios de ocio nocturno.

“Hombre, un lugar como una discoteca grande, o sea, donde hay mucho movimiento de gente, [...] Pues a partir de cierto aforo yo creo que sí y servicio de análisis sí, claro, [...]” (Josep, Mallorca, discotecas)

“Si que haría falta, pero creo que es un poco utópico porque no creo que alguna vez hubiera presupuestos ¿sabes? Para tenerlo, o sea, si hubiera, genial, obviamente genial.” (Fernando, Barcelona, discotecas)

El aforo no es un factor relevante para las personas que producen y promocionan festivales ya que por ley se ven obligados a tener otro tipo de servicios; en consecuencia, los SMAS se vuelven otro servicio más, siendo incluso un servicio que da valor de añadido a la par que necesario.

Por último, aparece la incitación al consumo como un elemento derivado de la presencia de los SMAS que puede condicionar su presencia, y es que, por parte de las personas entrevistadas, especialmente las que promocionan fiestas en discotecas, se asume que hay determinada parte del sector que no quiere la presencia de estos servicios ya que implicaría asumir que en sus fiestas se consume y esto podría dañar a su imagen y/o a su negocio. Cabe señalar que estos resultados pueden deberse también al sesgo comentado antes, todas las

personas entrevistadas conocían previamente este tipo de servicios, por lo que encarnan esta opinión en otras personas dentro de su sector.

Utilidad

La utilidad percibida de los SMAS por parte de las personas promotoras de fiestas de música electrónica consta de dos dimensiones: la utilidad para las personas promotoras y la utilidad para el público que asiste a sus eventos. Como ya se ha comentado en el bloque anterior, el SMAS es útil para las personas promotoras en tanto que es una herramienta para la gestión del consumo de sustancias psicoactivas, especialmente las socialmente consideradas ilegales, pero, además de esto, para las personas promotoras también les resulta útil para otras funciones y otorgar un valor más a sus eventos. Un valor percibido que aporta el SMAS compartido entre personas que promocionan discotecas y festivales es que estos servicios son vistos como un sello de calidad o un valor añadido al evento.

“Yo lo veo mucho más en una fiesta, no me preguntes porque, una fiesta más segura con vuestra presencia que no estando [...] Por que sois personas que sabéis exactamente que sustancia se consume, como actuar si hay algún tipo de problema.” (Fernando, Barcelona, discotecas)

Para las personas que promocionan fiestas en discotecas, se percibe que el SMAS cumple otras funciones más particulares, como “le da incluso color a la fiesta [...]” (Josep, Mallorca, discotecas), o bien se piensa que ayuda a construir y visibilizar una opción de respeto frente al consumo de estas sustancias, también se percibe como que “da otro tipo de

credibilidad, delante de las autoridades, [...]” (Fernando, Barcelona, discotecas), e incluso para personalizar la experiencia que vende como persona promotora “sobre todo para generar una experiencia más inmersiva y para que la gente sepa que... ¡Es que no necesitas más que un cuarto!” (Juan, Madrid, discotecas).

Por su lado, para las personas promotoras y productoras de festivales de música electrónica, la presencia de un SMAS en sus eventos es útil en tanto representa un servicio que aporta un valor añadido, es decir, como un servicio más a ofrecer, entre todos los que ya tiene, que además de cumplir una función importante puede mejorar la experiencia vivida del público y aportar más prestigio al festival.

“Sí, utilidad por supuesto que nos da, nos da utilidad porque es un servicio más, una atracción más que hay ¿no?” (Rogelio, Andalucía, festivales)

En relación con la utilidad percibida de los SMAS para el público que asiste a sus eventos, todas las personas promotoras creen que este servicio les puede resultar útil en tanto que es un servicio de salud que puede contribuir a minimizar los posibles riesgos del consumo de sustancias psicoactivas.

“[...] yo creo que más que servicio de análisis, yo creo que es un servicio de información y un punto donde tú puedes pues, tanto conversar un rato, como tener un lugar donde, por ejemplo, conseguir información sobre cosas. [...] pero yo lo que más valoro de vuestra actividad es que estáis ahí, ofreciendo información. Incluso a veces ofreciendo un lugar donde se está hablando de una cosa que normalmente es un tabú y que, normalmente, fuera está bastante demonizada pero que en el ambiente de

*la fiesta se tiene más normalizada.”
(Josep, Mallorca, discotecas)*

Se puede pensar esta utilidad percibida del SMAS como una extensión de la utilidad para las personas promotoras, es decir, reduciendo los riesgos en el consumo se reducen los posibles problemas de salud derivados de ello, por lo que a su vez se reduce la probabilidad de los problemas legales derivados de todo esto. Como ya se ha comentado anteriormente, las personas promotoras frente a la realidad del consumo de sustancias, lo prefieren un tipo o forma en sus eventos, por lo que los SMAS son percibidos como útiles en tanto ayudan a la gestión del consumo en sus eventos, viéndose beneficiados de la ausencia de problemas de salud en sus espacios por parte de su público.

“Bueno, a ver, yo estoy haciendo un evento en un club pero con mi marca, no, o sea, yo en mi mente, es que ni eso, yo a nivel legal tengo responsabilidad de las personas que están asistiendo a mi evento tal como el dueño del club, sabes, esto va para los dos. Eh, si pasará algo así, tu sabes la ley es muy... me buscaría un buen abogado. Para eso están aquí ustedes, para que estas cosas no pasen, exactamente.” (Fernando, Barcelona, discotecas)

Para dos de las personas que organizan fiestas en discotecas, la presencia de un SMAS fomenta la visibilidad y normalización del consumo de sustancias psicoactivas socialmente consideradas como ilegales, hecho que es valorado como positivo de cara a la no estigmatización de las personas consumidoras. Para la tercera, esta normalización del consumo tiene doble filo ya que puede contribuir a la banalización de los riesgos asociados al consumo. Las personas promotoras de festivales no expresaron nada

relevante frente a esta visibilidad y normalización del consumo de sustancias que podría producir la presencia del SMAS en sus fiestas. Ambos grupos de personas promotoras expresaron, al ser preguntadas por ello, que opinan que los SMAS pueden influir en las pautas de consumo de las personas que lo usan durante y después de la fiesta en cuestión.

“Sí, porque lo hacen con más seguridad y saben si, si lo que están consumiendo es más, más... real que, que si no tiene la información [...]” (Rogelio, Andalucía, festivales)

“Supongo que en el fin de semana siguiente, tu ya lo tienes esto en mente [En referencia a un resultado de una sustancia con mucha adulteración], y cuando vas a un evento, ¿no? Ya no lo vas a comprar.” (Fernando, Barcelona, discotecas)

Profesionalidad

Dentro del área de profesionalidad se han encontrado dos dimensiones. La primera, compuesta por las características de la intervención, y la segunda por las relaciones de los SMAS con los diferentes agentes que participan del ocio nocturno.

La primera está compuesta por varios aspectos: la metodología, la composición del equipo, el tipo de stand que se monta, los mensajes y cómo se dan, las técnicas de análisis y los resultados de estos. La financiación es un tema que se puede ubicar en ambas dimensiones, pues se puede considerar como una característica de la intervención realizada por los SMAS, y a la vez, la financiación recibida se puede considerar producto

de las relaciones con las administraciones públicas.

El análisis de sustancias es valorado como una buena intervención para este tipo de contextos, indiferentemente si se trata de una discoteca como un festival, acompañado de mensajes acordes, adaptados a las demandas particulares y respetuosos con las decisiones de las personas.

"[...] ya meter lo de servicio de análisis, no sé si es vuestra principal función porque yo no estoy tan ahí al tanto ni he estado tanto tiempo mirando vuestra actividad como para saber. Pero yo creo que más que servicio de análisis, yo creo que es un servicio de información [...]" (Josep, Mallorca, discotecas)

En cuanto a la composición de los equipos de los SMAS se destacan sobre todo aptitudes o capacidades relacionadas más con el ámbito personal que con las competencias profesionales, como "don de gentes" (Josep, Mallorca, discoteca) para generar conversaciones y "mano izquierda" (Cristian, Barcelona, festivales) en el trato, entendiendo estas habilidades como capacidades comunicativas desde el respeto, amabilidad y la cercanía.

"Sí, o sea personas que por lo menos conozcan este tipo de cultura, no, este tipo de eventos, claro... si pones a mi médico de cabecera ahí, no creo se... puede ayudar, pero, sabes... la diferencia tendría que ser alguien más experto en este tipo de situaciones" (Fernando, Barcelona, discotecas)

Hay dos características del equipo de un SMAS que tienen un peso similar entre las personas promotoras entrevistadas: la edad y el conocimiento del mundo del ocio nocturno y el consumo de

sustancias. La edad de las personas que forman el equipo de un SMAS se considera un aspecto importante, especialmente que estas tengan edades similares a las del público particular del evento donde este el SMAS. Sin embargo, la edad pasa a un segundo plano en comparación con el conocimiento y experiencia en el mundo del ocio nocturno en espacios de música electrónica y, especialmente, con conocimiento de las sustancias psicoactivas que se consumen dado que esto genera cercanía y credibilidad de cara al público usuario de los SMAS.

"Entonces, pues eso, conocimiento de lo que está pasando en la pista de baile, por llamarlo de alguna manera." (Rogelio, Andalucía, festivales)

Algunas de las personas entrevistadas aportaron ideas, opiniones o preferencias de cómo debería ser el puesto a nivel visual, destacando que fuese atractivo visualmente, que tenga una conexión con la fiesta y la posibilidad de incorporar símbolos vinculados a la salud para aclarar la relación del servicio a su público.

En relación con las técnicas de análisis utilizadas, aparecieron opiniones diferentes. Una de las personas promotoras prefirió la calidad del resultado frente al tiempo; tres expresaron que priorizaban la rapidez en los resultados y una manifestó buscar un punto medio.

"Bueno, de las técnicas me quedo con la que... por un tema de tiempo ¿no? Pues con la que menos tiempo tarda, no, para conseguir saber un poco lo que estás tomando, no, en un festival, cuando estás divirtiéndote y demás pues... quieres irte rápido ¿no? A bailar, a disfrutar del artista, del grupo que estás viendo, no,

entonces en este caso con la que menos tardas [...] (Rogelio, Andalucía, festivales)

El último aspecto dentro de esta dimensión son los resultados del análisis y con quien compartirlos. Si bien todas las personas promotoras afirmaron que si debían compartirse, especialmente aquellas sustancias potencialmente tóxicas o nocivas, también aparecieron algunas diferencias en con quien creen que deben compartirse. Por un lado, algunas personas entrevistadas expresaron que todos los resultados deberían hacerse públicos, matizando la necesidad de anonimizarlos para no crear la relación entre un espacio con un determinado tipo de sustancia. Por su lado, otra de las personas expresó que solo se deberían compartir con las personas que traen las sustancias y, si acaso, a nivel interno entre organización y servicios del evento.

La otra dimensión encontrada en la profesionalidad de los SMAS son las relaciones con otras y otros agentes que participan del ocio nocturno de música electrónica, siendo básicamente con las personas promotoras, otros servicios médicos y de salud, las personas trabajadoras de la fiesta y con las instituciones y administraciones públicas correspondientes. Con las personas promotoras se destaca que, pese a que los “[...] colectivos centran su actividad únicamente en la noche [...]” (Josep, Mallorca, discotecas), existe la posibilidad de trabajar conjuntamente antes para hacer una difusión efectiva de los SMAS en una fiesta en concreto o incluso ofrecer formaciones a las personas promotoras aspectos “[...] que se nos escaparían de cómo reaccionar a según qué reacciones o según qué historias.” (Josep, Mallorca, discotecas).

“Directamente, lo añadiría en casi todos los posts y lo pondría luego en el “flyer”, sin duda alguna. [...] ¡Sí! Y promover que igual que existen los carteles de publicidad respecto al alcohol de “consumo responsable” yo promovería algo así. Y, sobre todo, anunciarlo como “esto es un espacio seguro” en el que, vengas con lo que vengas, vas a saber qué estás tomando y si lo estás haciendo bien o no.” (Juan, Madrid, discotecas)

Después de la fiesta donde ha estado presente el SMAS, casi todas las personas promotoras coinciden en que les gustaría recibir un informe de actividad del servicio, no para controlar su tarea, sino más bien para conocer que cual es el estado de los eventos que organizan en relación con el consumo de sustancias psicoactivas, qué se ha encontrado, si ha habido algo destacable o no y, en definitiva, conocer en qué punto están y poder detectar tendencias.

En lo que atañe a la relación de los SMAS con otros servicios médicos presentes en las fiestas, con las personas promotoras de fiestas en discotecas, no apareció nada al respecto puesto que por los aforos que manejan y la legalidad vigente, no disponen de otros servicios médicos ni de salud en sus eventos. Por parte de las dos personas promotoras de festivales, ambas opinan que debería existir una relación, bidireccional en este caso, entre los servicios médicos y los SMAS.

La relación de los SMAS con otros servicios del festival, ya no del ámbito de salud, sino más de otros aspectos como la seguridad o la dispensación de alcohol, aparece expresada por las personas promotoras entrevistadas como formaciones que se podrían dar. En este sentido, se destacan como necesarias las formaciones para el personal de seguridad en

la gestión y trato con las personas que han consumido alguna sustancia psicoactiva, además de información sobre estas, para poder gestionar mejor posibles situaciones relacionadas.

"[...] una persona que trabaja en la entrada de un club, tiene un montón de responsabilidades, [...] tiene que haber, sabes, desde luego un contacto y una responsabilidad. (Fernando, Barcelona, discotecas)

"[...] bueno, con el servicio de seguridad, yo... vosotros lo sabréis... no sé si podríais, a lo mejor os complico mucho la vida, pero podríais hacerles como cursos [...]" (Cristian, Barcelona, festivales)

En cuanto a las formaciones de dispensación responsable de alcohol, las personas promotoras de festivales de música electrónica manifestaron ciertas reticencias y dificultades para llevarlas a cabo: primero, la venta de alcohol constituye una parte fundamental de los ingresos, y, segundo, el servicio de barras se gestiona normalmente mediante la externalización, por lo que las personas promotoras pierden capacidad de control y exigencia en este ámbito.

En lo referido a las relaciones con administraciones e instituciones públicas salieron dos temas principalmente: la infrافیnanciación y poca atención dada a los SMAS por parte de estas organizaciones pese a ser un servicio de salud pública, por lo que se expresó mayoritariamente la opinión de que estos servicios deben estar subvencionados y no deberían tener ningún coste para las personas usuarias; en segundo lugar, apareció el tema del papel de la policía en este tipo de eventos, reconociendo que las personas promotoras tienen poco margen de acción ya que han de cumplir las leyes establecidas, igual que la policía.

"[...] es la ley lo que lo marca eso, no... los cuerpos policiales no tienen la culpa ¿no? De lo que están, de lo que marca la ley y en la mayoría de los casos, ellos hacen su trabajo ¿no?" (Rogelio, Andalucía, festivales)

Accesibilidad

Los resultados encontrados en esta área se han organizado en dos dimensiones: las dificultades de implementación y barreras en el uso de estos servicios y las facilidades de implementación y uso de los SMAS.

Como dificultades de implementación y barreras en el uso de un SMAS se esgrime principalmente la legalidad relativa a la tenencia y consumo de algunas sustancias psicoactivas. En este sentido, un SMAS visibiliza no solo la presencia de sustancias psicoactivas socialmente consideradas ilegales en un espacio determinado, sino también a las personas usuarias del servicio como consumidoras. Esta situación es una dificultad para la implementación de los SMAS a la vez que constituye una posible barrera a su uso percibida por las personas promotoras entrevistadas.

"[...] es un problema, [...] "¿Cómo puedes ya decirlo, ya aceptar algo que por ley te puede cerrar el local?" (Fernando, Barcelona, discotecas)

Esta idea fue expresada más claramente por las personas promotoras de fiestas en discotecas. Por su lado, una de las personas productora y promotora de festivales afirmó una falta de claridad por parte de las administraciones públicas respecto al tema del consumo; la otra afirmó que una dificultad que percibe es la negociación entre la persona promotora, quien financia el festival y siempre

pide los mínimos legales, y la empresa que lo produce, de la cual forma parte y siempre recomienda máximos. La financiación del servicio aparece también como una dificultad para la implementación de los SMAS.

En cuanto a la segunda dimensión sobre las facilidades en la implementación y el uso de un SMAS, no se expresaron facilidades para la implementación más que la normalización, legalización y no estigmatización del consumo de sustancias psicoactivas socialmente consideradas ilegales.

“Es muy triste decirte esto pero parece que el gobierno solo toma medidas después de que algo pase, entonces claro, sí un día se muere alguien en un club ¿si esto va a facilitar? Ya se ha visto que no, ya han muerto personas y no, no, no...” (Fernando, Barcelona, discotecas)

“Si la gente comenzase a hablar sobre drogas con una perspectiva un poco más abierta, probablemente todos esos tabús...” (Juan, Madrid, discotecas)

Las principales facilidades de uso que han expresado todas las personas entrevistadas son la difusión y la ubicación. Todas coinciden en la necesidad de hacer publicidad por diferentes medios antes e incluso durante el evento donde habrá un SMAS.

“Directamente, lo añadiría en casi todos los posts y lo pondría luego en el “flyer”, sin dudo alguna.” (Juan, Madrid, discotecas)

Sobre la ubicación del SMAS se destacan ciertas características que estas personas priorizarían: un espacio visible, donde se pueda hablar y no centrado en el baile. En este sentido, aparecieron lugares como la entrada, la salida o los

baños como lugares de tránsito y que es obligado pasar por ellos, a excepción de los baños que son lugares muy frecuentados en los espacios de ocio.

“[...] creo que está guay a veces ponerse en un lugar, si es posible, si el lugar da para ello, en un lugar apartado de la pista de baile y, por ejemplo, cercano a espacios como la entrada, a espacios como los baños, espacios donde el movimiento no está tan centrado en tal sino que hay más movimiento.” (Josep, Mallorca, discotecas)

“Esta interesante esto de la entrada, sabes, porque todos tienen que pasar por la entrada, y a lo mejor no todos van a vuestro stand ¿no? Pues en la entrada... es... Hasta es mejor estar dos personas en la entrada que básicamente en un stand, hasta funcionaria mejor a nivel logístico, sabes, llegaría más... la información llegaría a todos, sin duda...” (Fernando, Barcelona, discotecas)

Grupos de discusión

Los grupos de discusión se hicieron con el objetivo de recoger información y analizarla en torno a tres áreas: interés, imagen y accesibilidad.

Antes de entrar a comentar los resultados sobre las diferentes dimensiones encontradas en relación con los objetivos propuestos, es necesario comentar un aspecto que ha aparecido en todos los grupos de discusión y que, en mayor o menor medida, influye en el interés, imagen y accesibilidad de las personas que frecuentan espacios de ocio nocturno de música electrónica: el grupo de iguales. El grupo de iguales afecta de diferentes maneras a la experiencia de consumo de sustancias, así como a la experiencia de ocio, teniendo influencia también en todo lo relativo a los SMAS. Del mismo modo, aparece como factor

de riesgo la juventud, entendida como falta de experiencia en el consumo de sustancias psicoactivas socialmente consideradas ilegales. Se ha decidido no entrar en estos temas dado que no eran relevantes para esta investigación, pero se consideran significativos como para incluirlos en futuros proyectos.

Se realizaron tres grupos de discusión en tres de las cuatro sedes del proyecto Energy Control: un grupo de solo mujeres en Mallorca, uno mixto en Madrid y otro de solo hombres en Barcelona. Se optó por esta división para poder profundizar en las diferencias percibidas por género. Del mismo modo, en un momento inicial, se planteó como idóneo que en cada grupo hubiera personas que frecuentan los diferentes espacios de ocio en los que se basaba esta investigación, a saber, raves, discotecas y festivales. Finalmente, durante el transcurso de la investigación se hubo de adaptar este planteamiento y, finalmente, hubo más preponderancia de uso de espacios de ocio nocturno por grupo, de forma que las personas que conformaron el grupo de Mallorca asistían mayoritariamente a discotecas y raves, las personas de Madrid frecuentaban principalmente discotecas y festivales y las personas de Barcelona solían ir en mayor medida a raves y, en menor, a discotecas. Estas pautas distintas de ocio nocturno influyeron en cierto grado en las respuestas proporcionadas.

A continuación se presentan las diferentes dimensiones encontradas en cada una de estas áreas.

Interés

Por parte de las personas con las que se han realizado los grupos de discusión, el interés o no por usar un SMAS está compuesto por 4 dimensiones relacionadas entre sí y que son condicionantes unas de las otras a la hora de configurar el interés.

La primera dimensión que modula el interés en los SMAS por parte de las personas usuarias se entiende en tanto que estas, con sus consumos de sustancias psicoactivas, buscan algún placer en concreto y son conscientes de que asumen ciertos riesgos cuando consumen. En este sentido, estas personas que ya llevan a cabo algunas pautas, los SMAS les resultan interesantes en tanto son percibidos como una herramienta que les puede aportar alguna o más estrategias para reducir los riesgos en sus consumos particulares.

"Pero a mí que me venga un colega, por mucho que lo quiera mucho... ¡No me vale! Yo quiero un dato... en el que se refleje esto... Y por eso he tardado tanto en probar ciertas drogas. Algunas cosas las conocía de mucho antes y al final sí que se dio. Pero si no... en un festival... a no ser que estuvierais vosotros... ¡Pues nada!" (Aurelio, Madrid)

La segunda dimensión que interviene en el interés por los SMAS, y la que se ha considerado de mayor importancia en esta área, es que estos servicios pueden ofrecer información sobre las sustancias que, generalmente, no está al abasto de las personas que usan sustancias psicoactivas socialmente consideradas ilegales en los espacios de ocio nocturno. De este modo, y relacionado con la dimensión anterior, las personas desean

obtener diferentes informaciones porque se preocupan por su salud.

“Sabes, la droga yo sé que no es buena y que algo en el cuerpo y la mente te va a hacer por que eso, todas, pero si encima le añades más cosas, venenos de... claro, entonces ya me estás matando sin yo quererlo, o sea, sin yo saberlo...” (Hugo, Barcelona)

En este sentido, los SMAS son considerados como una fuente de información fiable que da más seguridad a la hora de consumir: Además, no solo se valora el conocimiento científico, sino que también se valora información más personalizada sobre cómo reducir los riesgos en sus consumos.

“Y luego también quería preguntar [...]. Pero si yo pregunto ¿y qué cantidad me puedo tomar llevan marcapasos? [...] Es que...me gustaría probar el cristal, que lo que más...tal y cual, porque yo solo quiero probarlo, de momento, no consumir una dosis alta de primeras.” (Julia, Mallorca)

La tercera dimensión que afecta al interés, y esta relacionada con la segunda, esta compuesta por las técnicas utilizadas y la información que pueden proporcionar y la composición del equipo del SMAS. Para obtener resultados cuantitativos se requiere de más tiempo en la mayor parte de las técnicas actualmente disponibles para los SMAS; hay técnicas que proporcionan este tipo de resultados en poco tiempo pero requieren de muchos recursos económicos.

En este sentido, había personas que si esperarían más tiempo por mejores resultados y había otras que no. Sin embargo, se reconocía que la decisión podía cambiar en función de la situación, el contexto y el espacio

tiempo de duración de la fiesta en cuestión.

“Pero claro, en la fiesta se pueden hacer los diferentes, o sea, yo puedo ir y decir <no, no, yo lo quiero ya> y me haces el de... [...] Claro, porque yo en la fiesta, si que puedo <ay, mira, que me he encontrado... me han vendido esto, y mira, aunque tardes 2 horas>, me da igual porque a lo mejor, luego esa, eso, se lo voy a comprar más... [...] Claro, si es para, para consumirlo en el momento tiene que ser algo más rápido.” (Hugo, Barcelona)

En cuanto a la composición de los equipos del SMAS, si bien no influye en el interés por los SMAS de forma directa, sí que se nombran algunas cualidades o requisitos para que el mensaje que se da tenga más credibilidad. La edad pierde importancia en pro de la experiencia en el ámbito del ocio nocturno, paciencia y la empatía para con quien recibe el mensaje.

“¡Que ahí tampoco estas para que te digan!: <Oye, mira. Te voy a contar toda la historia que deberías de saber antes de consumir esta sustancia.> ¡No! Tiene que ser algo como muy rápido, que se sientan cómodos... que no vean como que... van a tener una persona que... ¡Que te pueda intimidar! ¿No?” (Paco, Madrid)

Estas personas reconocen también como valor el no sentirse juzgadas.

“Y la manera y el trato con el hecho de tener una bolsa de sustancia en la mano, y te esté hablando [...] Sin juzgar, simplemente hablando de, de lo que hay en la mano. [...] Sabes, como yo puedo estar hablando con él pero con el <moco> aquí en la mano.” (Pol, Barcelona)

En cuanto a la variable de género en la composición de los equipos, no se expresó que tuviera alguna influencia en el

interés, pero si se afirmaba que un equipo solo de mujeres podría generar diferentes reacciones. En el caso del grupo de solo de mujeres, si se afirmó que un equipo solo de su mismo género sí propiciaría su uso por parte de ellas.

La última dimensión que afecta al interés es si los SMAS tienen o no algún coste para las personas que lo usan, llegándose a constituirse como una posible barrera para su uso. Salieron unas cantidades mínima y máxima (2 y 15€ respectivamente) pero se planteó como una opción válida cobrar un porcentaje proporcional al precio pagado.

“Yo pondría algo así como... Como a nivel puntal, una así como que se me ocurre... Ehhh sugerir a los usuarios que pongan el “por ciento” de lo que se han gastado en la sustancia...” (Aurelio, Madrid)

Imagen

Como ya se ha visto anteriormente, las personas con las que hemos realizado los grupos de discusión consideran los SMAS servicios útiles, e implícitamente los reconocen como pertinentes en estos espacios. En este sentido, la imagen de los SMAS está compuesta por las dimensiones sobre la percepción del impacto de estos servicios en el consumo de las personas y por la percepción del impacto sobre la fiesta.

Los SMAS son percibidos como un servicio con cierto impacto en el consumo de las personas. Los mensajes que se lanzan gozan de cierta credibilidad por parte de las personas usuarias; mostraron aceptación a la inclusión de algunas pautas de consumo que se proponen desde estos servicios y le otorgaron capacidad de influencia en los consumos inmediatos

y futuros. En especial, se destacaron las alertas lanzadas desde estos servicios como de especial eficacia.

“O yo qué sé, por ejemplo un speed, tú de repente me dices, <buah este speed lleva mogollón de cafeína>, pues a lo mejor decido no tomármelo, ¿sabes? Porque sé que no voy a pegar ojo en toda la puta noche. (Cristina, Mallorca)

La segunda dimensión, en la misma línea que la anterior, la constituye la creencia de que el SMAS tiene impacto sobre el espacio donde se ubica, tanto a nivel de percepción del espacio como herramienta para hacer un control de calidad de lo que se está vendiendo en la fiesta.

“Además como que te da la sensación de que la fiesta está todavía más organizada, sabes, esta mejor montada.” (Pol, Barcelona)

“Y como <disuador> también puede servir, para aquellos que a lo mejor quieren vender cosas que no son...El saber que hay un punto de control así, en una fiesta, a lo mejor te disuade de vender...” (María, Mallorca)

Accesibilidad

Igual que con las entrevistas a personas promotoras, se han encontrado dos dimensiones en esta área: facilidades y barreras en acceso a un SMAS.

Todos los grupos coincidieron en que lo fundamental para facilitar el acceso a estos servicios es necesario hacer mayor difusión del SMAS antes y durante la fiesta y en conjunto a la del evento en particular. Del mismo modo, que la primera vista del equipo y/o la decoración sean llamativas ayudarían, expresan dos

de los tres grupos, a facilitar y promover el acceso a estos servicios.

"[...] yo que sé, un cartel de <lavabos> o <escenario>, pues <Energy Control>, pa'lla, ya está. Eso sí, en la entrada, que quede claro que hay un SA, o sea, que la gente entre y diga <ah vale, hay esto>, que no me interesa, pues bueno, ya lo has visto." (Ignasi, Barcelona)

"Claro. Y, a lo mejor con gente como muy llamativa, cuando vas de fiesta, la gente que la ves como más cantosa, que dices a ver, que dices esa persona seguro que tiene drogas, pues esa persona que, a propósito, no sé, que haya como un poco de visibilidad..." (María, Mallorca)

Igual que los resultados encontrados con las personas promotoras de fiestas, la ubicación aparece como otro aspecto importante para facilitar el acceso a los SMAS durante la fiesta, y, si bien la entrada no es tenida en cuenta como lugar para ubicar el stand, sí lo es para hacer difusión.

Sin embargo, la visibilidad que se puede generar con la ubicación puede ser también una barrera en el acceso a los SMAS ya que puede bajar la intención de uso si se es vista y etiquetada como persona consumidora por acceder a

estos servicios. Es significativo que en el grupo de solo hombres no apareciera de forma relevante la presencia del estigma sobre las personas que usan sustancias psicoactivas. Por su lado, en los grupos mixto y de mujeres sí que se hace mucha más mención a este asunto.

"Yo, por ejemplo. La primera vez que os vi fue en un festival cuando yo iba de indi. Claro, en esa época yo bebía alcohol como una imbécil. Y es verdad que cuando me acerqué dije: <¿qué es esto?>. Y me dio como un poco de vergüenza. Dije: <¡ostia! Esto es como de cosas de drogas y... Yo no soy una yonki...> Ese estigma ¿no?... de que tenemos la imagen... de que el consumidor el alguien que está tirado con una jeringuilla tirado en un campo y... ¡no! ¡Es gente universitaria!" (Sara, Madrid)

Otras barreras que aparecen son la baja presencia de los SMAS en los eventos de ocio nocturno de música electrónica, no querer obtener un resultado que no es el esperado, la percepción de las personas promotoras sobre estos servicios, la inmediatez en los resultados o, como se ha comentado en otras áreas, las técnicas usadas, la composición de los equipos o si tiene algún coste o no para las personas que lo usen.

Conclusiones

A pesar de las circunstancias ocasionadas por la pandemia de COVID-19, el proyecto de investigación aquí presentado pudo desarrollarse con éxito en su totalidad. Las circunstancias sobrevenidas

podieron salvarse, especialmente mediante la adopción de medidas de carácter telemático.

En términos de resultados, a pesar de que la muestra (especialmente en la parte cuantitativa) quedó en número inferior al deseado, se ha podido observar la gran aceptabilidad de las características analizadas de los SMAS, así como las actitudes favorables hacia los mismos. Uno de los aspectos de preocupación que motivaron el presente estudio, la cuestión de género y la posible brecha en la utilización de estos servicios por parte de las mujeres, no pudo terminarse en su totalidad. El hecho de que no se han apreciado diferencias significativas a nivel global entre hombres y mujeres en la utilización de estos servicios o en la mayoría de estas variables, nos lleva a pensar que dicha utilización está determinada por características de los entornos donde estos se implementan y no a características propias de los servicios. No obstante, el hecho de que las características de las personas que atienden a un SMAS sí parecen ser relevantes en esta cuestión, nos orienta hacia una mejor definición de los equipos de trabajo al objeto de atender las especiales necesidades de identificación detectadas en las mujeres de este estudio.

Por otra parte, la intención de utilizar un SMAS no aparece claramente relacionada con la mayoría de las variables exploradas en el presente estudio. Ello puede deberse a que existe un sesgo de selección de la muestra que hace que muestren una actitud positiva general hacia estos servicios y, por tanto, es probable que, ante la ocasión de visitarlos, efectivamente lo hagan. Por otra parte, es interesante comprobar que la utilización de estos servicios está muy ligada a su disponibilidad en los espacios. En este sentido, una parte importante de las personas que afirmaron no haberlos

visitado nunca, la razón esgrimida fue que no lo encontraron en las fiestas a las que habían acudido. La mayor generalización de estos recursos es una asignatura pendiente que está más relacionada con la financiación que se tiene para ello que a las características propias de los mismos, así como el desarrollo de estrategias que permitan una mayor difusión de los mismos antes de y durante los propios eventos. En relación a esto último, la difusión de alertas podría aumentar la accesibilidad a los servicios.

Un aspecto de especial consideración es el hallazgo, especialmente a través del estudio cualitativo, de que existe la percepción de que los servicios móviles de sustancias visibilizan los consumos en los espacios donde se implementan. De parte del sector ocio, esto puede suponer un inconveniente de cara a posibles riesgos legales por interpretarse que su presencia puede significar una cierta permisividad hacia el consumo. Por parte de las personas usuarias, los visibiliza como consumidoras de sustancias haciéndolas sentir el peso de la estigmatización de los consumos. En ambos casos, tales circunstancias pueden suponer barreras para el efectivo acceso a los servicios.

Finalmente, los hallazgos de la presente investigación refuerzan la consideración de estos recursos como servicios para la reducción de los riesgos y daños asociados al uso de sustancias. Existe, entre las personas usuarias de los mismos y el propio sector ocio, un amplio reconocimiento de su importante papel en esta cuestión, bien como ayuda para una mejor incorporación de las pautas de reducción de riesgos en las primeras, bien como ayuda para el manejo de situaciones problemáticas en el segundo. La

experiencia internacional aportada por servicios de este tipo en otros países, así como la propia del programa Energy Control, demuestran su valor como instrumento epidemiológico para la monitorización de los mercados de drogas. A ello se le añade su valor preventivo, aspecto importante que los distingue de otras fuentes de información sobre dichos mercados.

En definitiva, y aun considerando las limitaciones de este trabajo, reflejadas en el Informe Técnico, pensamos que las conclusiones obtenidas pueden ser de alto valor para las organizaciones que prestan estos servicios y ayudarán sin duda a una mejor toma de decisiones con respecto a su organización e implementación.

Referencias

- Bardwell, G., Boyd, J., Tupper, K. W., & Kerr, T. (2019). "We don't get that kind of time, man. We're trying to get high!": Exploring potential use of drug checking technologies among structurally vulnerable people who use drugs. *International Journal of Drug Policy*, 71, 125–132.
- Barratt, M. J., & Ezard, N. (2016). Drug checking interventions can track the nature and size of the discrepancy between self-report and actual drugs consumed. *Addiction*, 111, 558–561.
- Barratt, M. J., Bruno, R., Ezard, N., & Ritter, A. (2017). Pill testing or drug checking in Australia: Acceptability of service design features. *Drug and Alcohol Review*, 37, 226–236.
- Barratt, M. J., Kowalski, M., Maier, L.J., y Ritter, A. (2018). Global review of drug checking services operating in 2017. Drug Policy Modelling Program Bulletin No. 24. Sydney, Australia: National Drug and Alcohol Research Centre, UNSW Sydney.
- Benschop, A., Rabes, M., & Korf, D. J. (2002). Pill testing, ecstasy & prevention. Rozenberg Publishers.
- Betsos, A., Valleriani, J., Boyd, J., Bardwell, G., & Kerr, T. (2021). "I couldn't live with killing one of my friends or anybody": A rapid ethnographic study of drug sellers' use of drug checking. *International Journal of Drug Policy*.
- Betzler, F., Ernst, F., Helbig, J., Viohl, L., Roediger, L., Meister, S., Romanczuk-Seiferth, N., Heinz, A., Ströhle, A., & Köhler, S. (2019). Substance Use and Prevention Programs in Berlin's Party Scene: Results of the SuPrA-Study. *European Addiction Research*, 25, 283–292.
- Brunt, T. (2017). Drug checking as a harm reduction tool for recreational drug users: opportunities and challenges. Background paper commissioned by the EMCDDA for Health and Social Responses to drug problems: a European Guide. Lisbon: EMCDDA.
- Chinet, L., Stéphan, P., Zobel, F., & Halfon, O. (2007). Party drug use in techno nights: A field survey among French-speaking Swiss attendees. *Pharmacology Biochemistry and Behaviour*, 86(2), 284–289.
- Day, N., Criss, J., Griffiths, B., Gujral, S. K., John-Leader, F., Johnston, J., & Pit, S. (2018). Music festival attendees' illicit drug use, knowledge and practices regarding drug content and purity: a cross-sectional survey. *Harm Reduction Journal*, 15(1), 1.
- Glick, J. L., Christensen, T., Nyeong Park, J., McKenzie, M., Green, T. C., & Sherman, S. G. (2019). Stakeholder perspectives on implementing fentanyl drug checking: Results from a multi-site study. *Drug and Alcohol Dependence*, 194, 527–532.
- Hungerbuehler, I., Buecheli, A., & Schaub, M. (2011). Drug Checking: A prevention measure for a heterogeneous group with high consumption frequency and polydrug use - evaluation of Zurich's drug checking services. *Harm Reduction Journal*, 8, 16.

- Johnston, J., Barratt, M. J., Fry, C. L., Kin-
ner, S., Stoové, M., Degenhardt, L., ...
Bruno, R. (2006). A survey of regular ec-
stasy users' knowledge and practices
around determining pill content and
purity: Implications for policy and prac-
tice. *International Journal of Drug Policy*,
17(17), 464–472.
- Kennedy, M.C., Scheim, A., Rachlis, B., Mi-
tra, S., Bardwell, G., Rourke, S., ... Kerr, T.
(2018). Willingness to use drug checking
within future supervised injection ser-
vices among people who inject drugs in
a mid-sized Canadian city. *Drug and Al-
cohol Dependence*, 185, 248-252.
- Krieger, M.S., Yedinak, J.L., Buxton, J.A.,
Lysyshyn, M., Bernstein, E., Rich, J.D., ...
Marshall, B.D.L. (2018). High willingness
to use rapid fentanyl test strips among
young adults who use drugs. *Harm Re-
duction Journal*, 15(1), 1-9.
- Laing, M.K., Tupper, K.W., y Fairbairn, N.
(2018). Drug checking as a potential stra-
tegic overdose response in the fentanyl
era. *International Journal of Drug Policy*,
62, 59-66.
- Levy, B. A. (2004). When cute acronyms
happen to bad legislation: The Reducing
Americans' Vulnerability to Ecstasy
"RAVE" act. *Northwestern University
Law Review*, 98(3), 1251-1289.
- Miller, P., Droste, N., Curtis, A., Pennay, A.,
& Jenkinson, R. (2016). Drug testing, ac-
curacy and harm reduction: a response
to Barratt & Ezard. *Addiction*, 111(October
2014), 559–560.
- Olsen, A.; Wong, G., y McDonald, D.
(2019). ACT Pill Testing Trial 2019: pro-
gram evaluation. Australian National
University: Canberra ACT.
- Palamar, J. J., Acosta, P., Sutherland, R.,
Shedlin, M. G., & Barratt, M. J. (2019). Adul-
terants and altruism: A qualitative inves-
tigation of "drug checkers" in North
America. *International Journal of Drug
Policy*, 74, 160–169.
- Peiper, N.C., Duhart, S., Vincent, L.B., Cic-
carone, D., Kral, A.H., y Zibbell, J.E. (2019).
Fentanyl test strips as an opioid over-
dose prevention strategy: Findings from
a syringe services program in the South-
eastern United States. *International
Journal of Drug Policy*, 63, 122-128.
- Sande, M., y Šabić, S. (2018). The im-
portance of drug checking outside the
context of nightlife in Slovenia. *Harm Re-
duction Journal*, 15(2), 1-8.
- Sherman, S. G., Morales, K. B., Park, J. N.,
McKenzie, M., Marshall, B. D. L., & Green,
T. C. (2019). Acceptability of implement-
ing community-based drug checking
services for people who use drugs in
three United States cities: Baltimore,
Boston and Providence. *International
Journal of Drug Policy*, 68, 46–53.
- Vidal-Giné, C., Vilamala, M. V., Measham,
F., Brunt, T. M., Bücheli, A., Paulos, C.,
Valente, H., Martins, D., Libois, B., Tögel-
Lins, K., Jones, G., Karden, A., & Barratt, M.
J. (2017). The utility of drug checking ser-
vices as monitoring tools and more: A re-
sponse to Pirona et al. *International
Journal of Drug Policy*, 45, 46–47.
- Vidal-Giné, C. (2019). Los servicios de aná-
lisis de sustancias: un instrumento im-
prescindible para la reducción de ries-
gos y daños. *Revista Española de Drogo-
dependencias*, 3, 67–77.