

Gli scenari nazionali correlati all'uso di cocaina



- **di Riccardo C. Gatti**
Direttore Dipartimento Dipendenze Patologiche A.S.L. Città di Milano
Docente a contratto Facoltà di Sociologia Università Statale Milano – Bicocca

Consumi e consumatori

- Ovunque e in qualunque momento, chiunque “consuma” qualcosa.
- Non c'è da stupirsi: da tempo, almeno nei Paesi occidentali, viviamo nell'era del consumismo.



L'era dell'additività

Parlando di droga e di sostanze di possibile abuso, farmaci compresi, ciò significa anche che viviamo nell'era dell'additività: il **consumo – consapevole**, diffuso e generalizzato - di sostanze di varia natura (legali o meno che siano) finalizzato alla sostenibilità psico-fisica individuale dei modelli economico-socio-culturali dominanti.

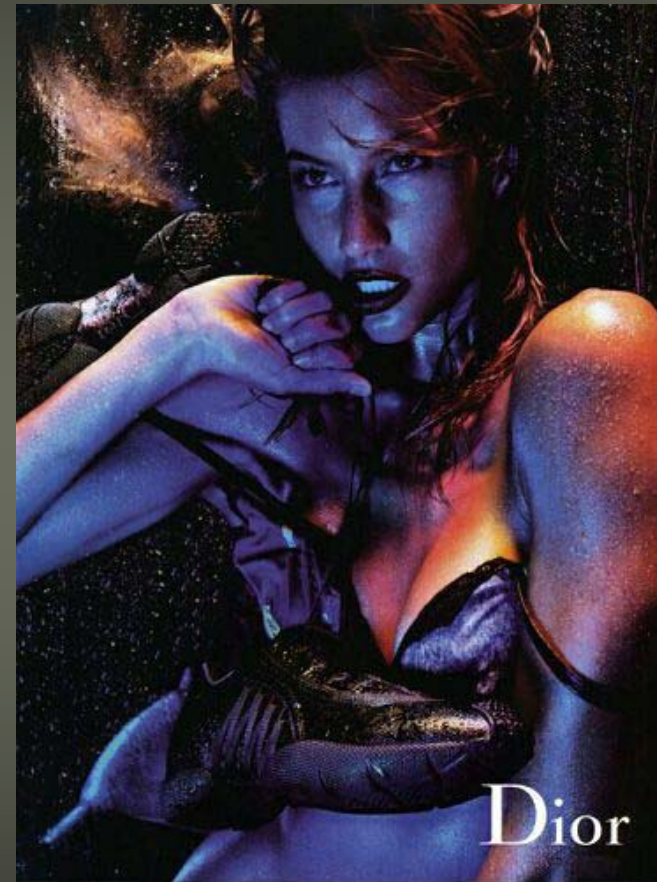


Il consumo di droga

- Disegnare uno scenario socio-culturale univocamente correlato all'uso di una specifica sostanza, la cocaina, significherebbe perciò tradire, fin da principio, un fenomeno complesso, "il consumo di droga", che non è necessariamente legato ad una sostanza piuttosto che a un'altra.
- Si tratta di una complessità spesso ignorata e che si rivela, soprattutto, nel crescente scarto interpretativo tra come, nel nostro Paese, si pensa e si discute "sulla" droga e l'attuale realtà "della" droga.

Un approccio cronologico

- *Il fenomeno droga è strettamente legato all'evoluzione sociale: ne condivide i tempi e gli spazi. La sua evoluzione appare inusualmente rapida solo se, per analizzarlo, usiamo gli stessi schemi logici utilizzati per studiare l'evoluzione delle patologie che, in qualche modo, hanno una loro storia, non necessariamente sincrona con i tempi in cui si sviluppano.*



I tempi della patologia



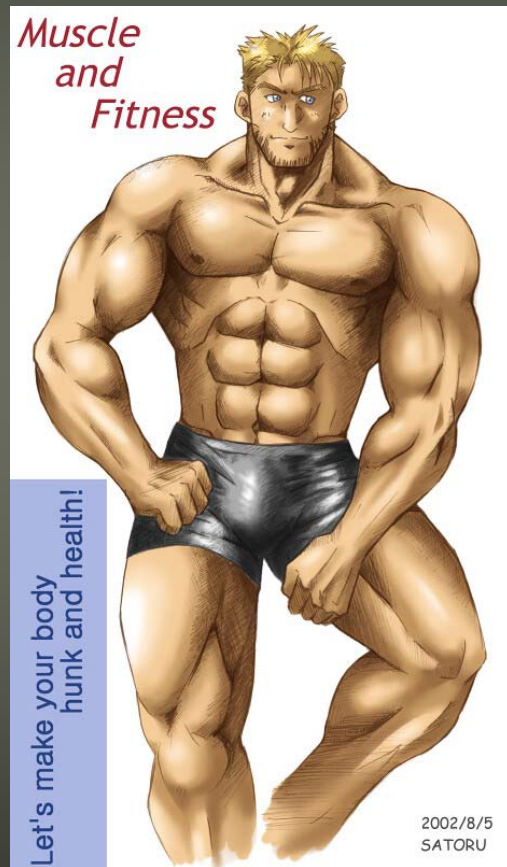
- *Un'epidemia infettiva, ad esempio, interviene in modo dissincrono con la necessità di scambi e di interazioni tipiche dei nostri tempi: li ostacola, li rende problematici, li rallenta o, almeno, ne è dissintona.*
- *La diffusione delle droghe, invece, è legata ai mercati ed i mercati sono una delle manifestazioni dell'evoluzione sociale. La non sincronicità tra ciò che la droga rappresenta in un determinato contesto sociale e ciò che questo contesto è ... diventa perciò impossibile*

Droga e cultura

- *soprattutto quando il fenomeno esce dalle nicchie di mercato e dalle sottoculture per diventare parte della cultura e dei mercati dominanti. In questi casi il mercato della droga diventa sintono e sincronico con gli altri mercati: l'uno potenzia l'altro*



Il nuovo mercato della droga



- **Il “nuovo mercato” si caratterizza non solo per le strategie, le tecnologie ed i prodotti ma anche e soprattutto per essere parte integrante di una cultura dominante e non di una sottocultura.** In questo senso si rivolge, almeno potenzialmente, alla maggior parte dei cittadini e non solo ad una minoranza. Questa evoluzione, avvenuta in tempi molto rapidi, non è stata prevista e compresa.

Il pensiero statico

- *Il pensiero sulla droga è rimasto statico e non si è evoluto perché incentrato sulla droga vista principalmente come generatrice di patologia tossicomantica*
- *In mancanza di una evoluzione del pensiero e di una conseguente strategia di azione, il sistema di intervento preventivo, terapeutico e riabilitativo, assieme al corpus legislativo, stanno gradualmente diventando anacronistici*
- ***Il fenomeno droga sta rapidamente cambiando perché il mondo si evolve rapidamente.***



Categorie inadeguate

- le categorie tuttora utilizzate sono ormai inadeguate e comunque stereotipate ed incapaci di comprendere la complessità del fenomeno.
- Marginalità, devianza, trasgressione, illegalità, disagio, abuso, proibizionismo (e antiproibizionismo), riduzione del danno, soglia, modica quantità, sostanze stupefacenti e lo stesso termine “droga” sono concetti tuttora vigenti. In quanto tali *regolano* pensieri e azioni, strategie di prevenzione e politiche di intervento, laddove la realtà risulta già da tempo evoluta in rapporto ad essi.

Lo scarto interpretativo

E' uno scarto interpretativo verificabile a diversi livelli:

- nell'antagonismo politico che sembra ricercare maggiormente le posizioni che dividono rispetto a quelle che uniscono
- nell'inseguimento continuo di nuovi fenomeni e di nuove emergenze prevedibili (eppure mai previste e che, proprio per questo diventano tali)
- nell'incapacità e, forse nella non volontà di verificare realmente l'efficacia delle politiche e delle azioni di contrasto e/o di prevenzione



Il GAP della comprensione

E' proprio il mantenimento di questo GAP - tra ciò che accade e ciò che si comprende - che favorisce processi di comunicazione e marketing in cui *il – legale - fa da volano all' – illegale - e viceversa, permettendo una progressiva normalizzazione sociale del fenomeno “droga” all'interno di una sempre più diffusa, tollerata e implicitamente condivisa “cultura dell'additività”.*

L'addittività

L'addittività, che descrive ed interpreta l'abitudine consolidata di un sempre maggior numero di individui all'assunzione di **sostanze additive** (legali o meno che siano) e/o all'adozione di **comportamenti additivi** (legali o meno che siano), finalizzati alla sostenibilità di stili di vita contraddistinti, sempre più, dalle inarrivabili categorie esistenziali ed alla risposta a **bisogni funzionalmente indotti di beni di consumo solo qualche anno fa inimmaginabili.**

Il disagio ...esistenziale (!?)

- Così, accanto agli ormai *tradizionali e integrati* tabacco ed alcol, alle sempre più numerose sostanze dopanti, agli psicofarmaci, ai farmaci per il potenziamento sessuale, agli integratori vitaminici, ai farmaci anoressizzanti, alle bevande energetiche, agli smart drink e ad un infinita varietà di altri prodotti, naturali o meno che siano, le sostanze psicotrope illegali *regolano* i ritmi vitali della quotidianità di un numero sempre più crescente di individui.

Il disagio indotto

- *Non si dimentichi, tra l'altro, a fianco del disagio esistenziale reale, connesso a situazioni di vita e di aggregazione sociale o, più in generale, alla condizione umana, quello indotto, apparentemente indistinguibile dal primo, ma generato artatamente perchè pro-motore del consumo.*



Consumatori parzialmente insoddisfatti

- *Il “cittadino-consumatore” deve essere parzialmente insoddisfatto per definizione. La sua insoddisfazione, di volta in volta, può essere placata dall’acquisto di “beni additivi” leciti o illeciti mentre i modelli proposti dai format di consumo, pur apparentemente a portata di mano, rimarranno, di volta in volta, irraggiungibili e in rapida mutazione per promuovere ulteriori consumi.*

Ma cosa è cambiato?

- I concetti di base che riguardano la nostra interpretazione del fenomeno droga e la costituzione di un sistema di intervento preventivo risalgono agli anni '70 e più precisamente al 1975.
- Da allora la nostra società è mutata perseguendo e costruendo il mito della **compressione dello spazio e del tempo**

La compressione spazio/tempo

- *La causa, ma non il movente, va rintracciata nella forte accelerazione bidimensionale, nello spazio e nel tempo, impressa al mondo contemporaneo dal repentino progresso tecnologico dei mezzi di comunicazione e di trasporto*
- *Il movente, è la necessità di globalizzazione di mercati costretti da una situazione endemica di sovrapproduzione ad un'espansione continua.*



Ricomprendere - decomprimere

In questo contesto il consumo di droghe, anzi - riprendendo un punto focale del discorso - il consumo di sostanze additive, già da tempo chiede di essere ri-compreso, ovvero de-compresso.



Decompressione necessaria

- Perché la questione droga è come se sfuggisse o piuttosto si mettesse in ombra negli interstizi dei modelli di interpretazione delle scienze umane perché mascherato, essendone estremamente funzionale, nella compressione dei tempi e degli spazi della società contemporanea.
- **Il pensiero sulla “droga” è, così, costantemente in ritardo sul reale:** è, ad esempio, pensiero dell'emergenza, laddove il fenomeno non è più tale, da tempo.

Prevedere per comprendere

- **Per comprendere, è necessario *prevedere* le possibili direzioni di marcia del fenomeno ed i suoi possibili e repentini cambi di direzione.**
- Così inteso, allora, il concetto di previsione si propone di decomprimere quello spazio/tempo socio-culturale - soggiacente alla questione “droga” – ridotto pressoché a zero.

... decomprimendo

- il fenomeno si manifesta in una inedita complessità, molto distante dagli attuali stereotipi che tendono alla banalizzazione ed alla semplificazione, ma anche alla confusione.



Gli hub del contesto sociale

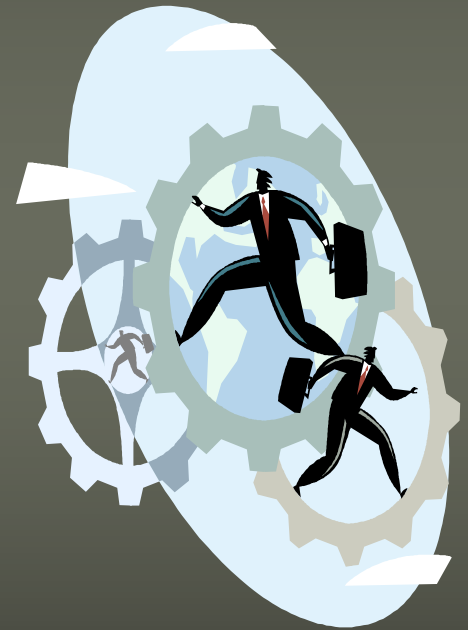
- Per descrivere meglio il contesto sociale, in cui si sviluppa il “nuovo” mercato delle sostanze, è possibile ricorrere al concetto di *hub*: il nodo di una rete topologica di connessioni che possiede, in media, molti più contatti rispetto ad un altro
- Se si pensa all'applicazione di questo modello alla diffusione dell'HIV, gli hubs sono coloro che hanno molti più contatti sessuali della media della popolazione.

Luoghi, persone, gruppi

- Considerando il mercato delle sostanze, gli *hub* sono, ad esempio, luoghi come New York, Londra, Ibiza, Milano e le persone/gruppi/società che passano la droga ad altri. L'*hub*, quindi, può essere dato da un insieme di elementi differenti: può essere un luogo fisico, come la discoteca, ma anche il tipo di persone che la frequentano; uno senza l'altro potenzialmente non è più un *hub*; per questo si può parlare di situazioni particolari che generano il passaggio e il diffondersi della droga.

Flussi e spaccio

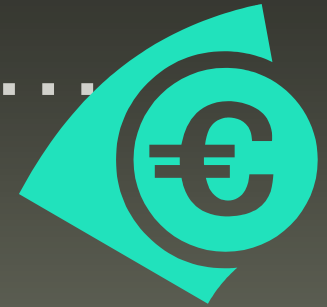
- In un mercato polverizzato, quale quello attuale, l'aspetto fondamentale è il flusso dell'informazione: chiaramente gli strati più interessanti della società sono quelli che hanno più contatti.
- *Una ipotesi ragionevole è che la velocità nei flussi di informazioni e la numerosità di contatti tra le persone favoriscano di molto la possibilità di diventare spacciatori.*



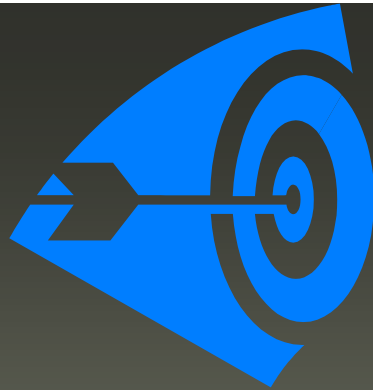
Un mercato compatibile

- A conferma di tale teoria, si può osservare come la cocaina sia stata distribuita in questi ultimi anni, in modo trasversale a qualsiasi classe sociale, su qualsiasi categoria. I contatti tra le persone, infatti, sono aumentati a livello esponenziale, attraverso i nuovi mezzi di comunicazione globale. *Questo nuovo mercato è pertanto estremamente compatibile con i nuovi media ed è coerente con la compressione del tempo e dello spazio che questi permettono.*

Una questione di prezzo ...



- Questa situazione di complessiva maggiore libertà ha contribuito a rendere i prezzi delle sostanze molto più livellati tra loro e, quindi, molto più concorrenziali. In futuro è possibile si possa assistere ad una proposta sul mercato di merci equivalenti tra loro e, quindi, potenzialmente intercambiabili, come accade nella vendita di sostanze legali.

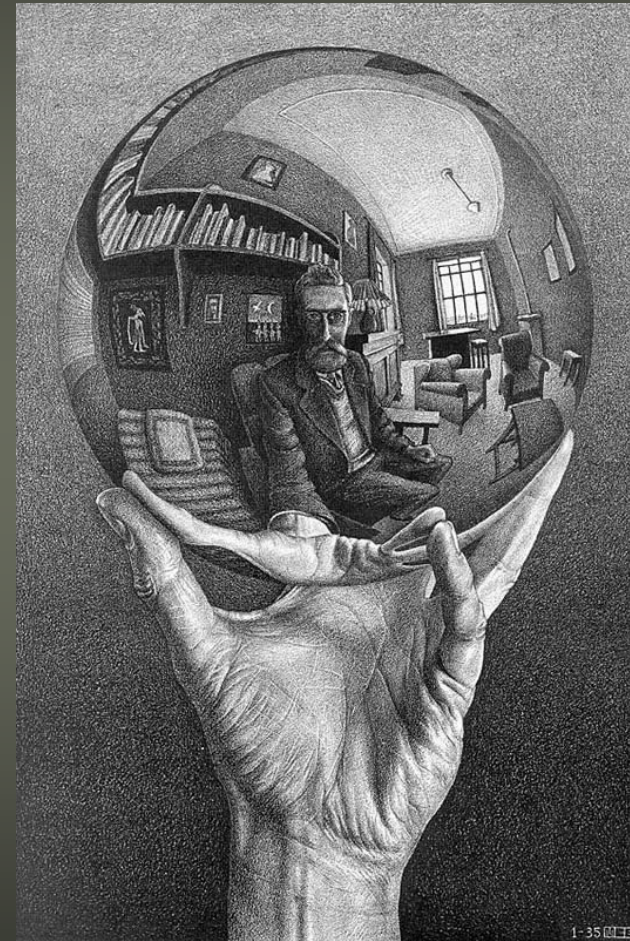


... e di scelta

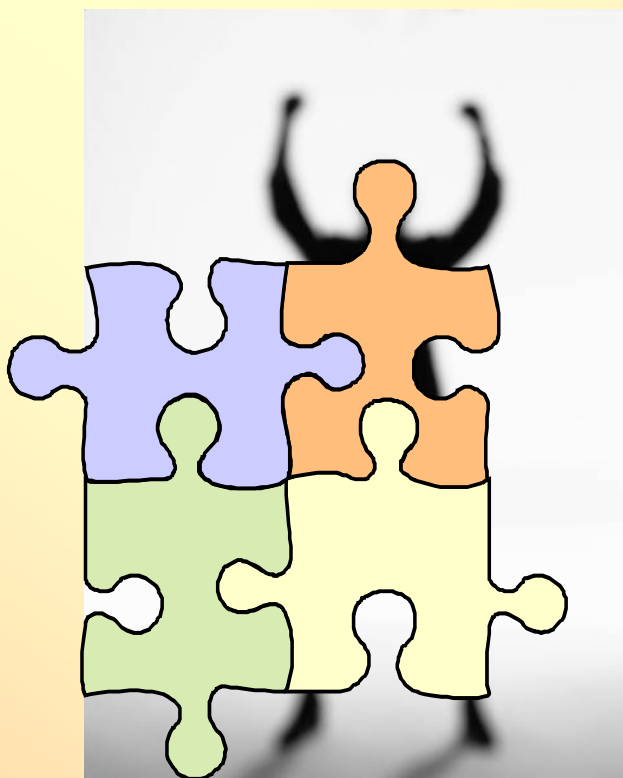
- i prodotti cui attribuiamo maggior valore sono proprio quelli che, indipendentemente dal loro valore intrinseco, sono in grado di valorizzare il nostro potere di scelta. L'abilità di chi vende, e quindi anche di chi vende droga, è proprio quella di farci entrare in "format di consumo" in cui, alla nostra sensazione di scegliere, corrisponde al contempo la verità di essere scelti, di possedere e di essere posseduti.
- così al nostro anelito di indipendenza, può corrispondere una situazione di dipendenza

Il Format di ciò che siamo

- La “cultura dell’additività” è di gran lunga superiore (tecnologicamente, economicamente, retoricamente) alle attuali possibilità di resistenza ed impermeabilità culturale ai suoi contenuti di una società imperniata su cardini come l’efficienza, la prestazione e l’apparenza. *Il format, così, nella sua interazione con altri format diventa ciò che facciamo e, in un certo senso, ciò che siamo.*



Cocaina: il doping della vita quotidiana



La guerra alla droga

- Quando alla fine degli anni '80 scoppiò la “guerra alla droga” in Italia si pensava all'eroina; oltre oceano alla cocaina. Nella quinta strada, vicino alla biblioteca pubblica di New York, si vendeva crack a qualche dollaro mentre nel nostro Paese intere famiglie, interi quartieri, venivano aggrediti dall'eroina.





La fine della guerra



- La guerra, da noi, finì nel 1993 quando un referendum abrogò le sanzioni penali per chi si drogava. **Fu in quel momento che l'argomento droga perse qualunque priorità** probabilmente non nel cuore della popolazione ma senz'altro in quello di chi doveva deciderne le sorti: forse solo la storia potrà dirci perché.



Il cambio di strategia



- Ai tempi lavoravo in un comune della cintura milanese ed ebbi la netta sensazione che le organizzazioni che vendevano la droga sul territorio stessero cambiando strategia. Avevano bisogno di “personale” più qualificato e presentabile. Si apprestavano ad uscire dalla “piazza”: lo spazio/tempo immutabile per lo spacciatore e per il tossicomane. La cocaina era la droga che ci voleva in una “piazza globale”.

La rete distributiva

- Questa droga, come le altre, all'origine non è costosa ma la rete di vendita per potersi espandere deve garantire ottimi guadagni e, contemporaneamente, prezzi accettabili del prodotto al consumatore, altrimenti nessuno opera investimenti a rischio da molteplici punti di vista. L'unica possibilità è dunque guadagnare sui (grandi) volumi di vendita, costruendo una sorta di rete distributiva che, come tutte le catene piramidali, guadagna perché continua a crescere.



La base stabile

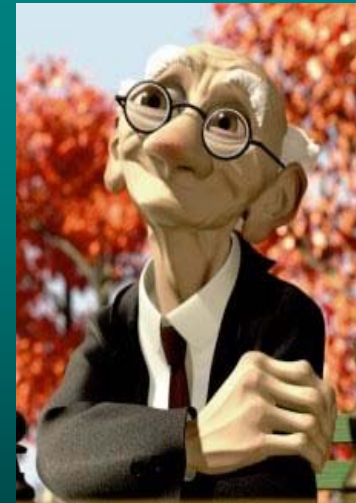
- Nello “zoccolo duro” dei tossicodipendenti storici i **farmaci sostitutivi** riducevano o impedivano l’uso di eroina, ma il mercato non poteva perderli: erano troppo importanti. L’eroinomane era abituato ad un certo tipo di spesa mensile. **L’aggancio ai Servizi di cura permetteva un risparmio: il problema per il mercato era come capitalizzarlo.** La risposta stava in una droga non sostituibile dai Servizi di cura. La risposta era la cocaina.
- Molti eroinomani “classici” diventarono anche cocainomani.

Stravaganti esibizionisti!

- Poiché nessuno aveva mai curato la possibilità di pre-vedere l'andamento dei fenomeni d'abuso, ciascun SERT, ciascuna Comunità Terapeutica, poteva vedere quello che aveva di fronte, ma non cosa c'era subito dietro. Chi alla fine degli anni '80 ed all'inizio degli anni '90 tentò - come il sottoscritto - di lanciare un allarme in questo senso venne considerato una sorta di stravagante esibizionista.
- I “problemi veri” sembravano altri.

Il “pensiero ...lento”

- Ed è proprio questa declinazione dei “problemi veri”, intesi come quelli contingenti, che ha reso difficile la formulazione di strategie almeno a medio termine. **Fu così che, senza contrasti culturali, iniziò in Italia un fenomeno in rapida espansione.**



Il “nuovo mercato”

- Costruita la “base sicura” con i “vecchi tossicomani”, alcuni ex “spacciatori classici” - quelli più presentabili - si convertirono a nuovi clienti e, soprattutto, la rete di distribuzione e vendita venne aperta ad altri interlocutori. **Diventò così possibile acquistare e rivendere cocaina anche senza affiliarsi necessariamente ad organizzazioni criminali** che, ormai, si erano spostate un gradino più in su della vendita al dettaglio, lasciando spazio ad altri.

Yuppie & trendy

- Alla fine degli anni '80 i massmedia avevano già cominciato a spiegare che negli U.S.A. gli yuppie usavano coca perché lavoravano su mercati mondiali (aperti 24h su 24h). La ricezione del messaggio fu immediata, sebbene inizialmente lenta. Aderirono – in principio - quanti si riconoscevano in alcuni **format** di consumo, al tempo, trendy: l'abbronzatura, la velocità, il decisionismo rampante, il successo, la visibilità televisiva, etc. Insomma, quella "Milano da bere" che, in quanto tale, trascinava l'Italia e costruiva tendenze.

Il doping della vita quotidiana

- La cocaina, sostanza stupefacente usata per sostenere la compressione spazio/temporale, assunse così il significato di vero e proprio doping della vita quotidiana. Questa caratteristica è parte importante del suo **format** trasversale di consumo, compatibile con la compressione del tempo e dello spazio che ci sono stati imposti o che, forse, più semplicemente, abbiamo cercato.

La droga dei pavidì ?

- Il fatto che possa essere usata per **divertirsi**, ma anche per **lavorare**, la rende una sostanza molto vendibile. Il suo utilizzo progressivo in “piste” ne permette l’assunzione graduale anche alle persone più insicure, tanto che qualcuno, appunto, la incomincia a individuare come “**droga dei pavidì**”

Il cambio di prospettiva

- Oggi, nella maggior parte dei casi, incontrando un cocainomane, ci troviamo di fronte, più che ad una situazione di disagio, ad una situazione di consumo (che, tra l'altro, difficilmente riguarda l'uso di una sola sostanza). **La patologia, caso mai, è un effetto “collaterale ed indesiderato” dell'assunzione della sostanza “dopante (!?)”**

Il bisogno del consumo

- il marketing della new economy della droga sta trasformando il significato dei prodotti che vende in modo che l'acquisto sembri un bisogno: il giusto **appagamento di un istinto primario**. La cocaina e, in un certo senso, i derivati della canapa sono i prototipi di successo: di questa **mutazione che cambia la società**. Non a caso, quando le leggi si fanno più repressive sul consumo, tanta parte della società civile si ribella. **Reprimere il consumo sembra e, probabilmente è, reprimere l'essenza stessa della nostra costruzione sociale e la nostra, ormai acquisita, cultura del consumo.**

Il “modello Milano”

- Oggi è ragionevole pensare che in città come Milano siano diverse migliaia (una ricerca della A.S.L. Città di Milano di qualche anno fa ne valutava **10 – 15 mila**) le persone che fanno un uso problematico di cocaina e che, quindi, non ne sono più semplici consumatori occasionali. Sono numeri destinati, ancora, a crescere.
- Secondo il Mario Negri (Dati divulgati dal Corriere il 2.6.06) il **4% dei 15-34enni** assumono ogni giorno almeno una dose da 200 milligrammi di cocaina. L'indagine è basata sull'analisi delle acque dell'impianto del Depuratore di Nosedo.

Lo scenario attuale



- ... fu così che accanto alla riformulazione del vecchio mercato ne nacque uno nuovo. Oggi le cose sono radicalmente cambiate - non ci sono più gli yuppie e non c'è più la "Milano da bere" ... ma c'è **ancora molto spazio per la cocaina in molte parti d'Italia** che vedono in quel modello, modificato e modulato per i tempi che corrono, ancora qualcosa a cui tendere.
- Intanto, però, la diffusione generalizzata sta **volgarizzando il prodotto** e quando la cocaina sarà diventata la droga "per tutti" il format di consumo iniziale – sotteso - diverrà obsoleto e verrà sostituito.

Il futuro in Italia +40%



Attribuendo il valore 100 al consumo attuale di sostanze, nel 2008, sulla base dei *trend* analizzati (dal 1998 al 2004), esso potrà essere 140 per la cocaina .

(dati prevo.LAB)

... e poi ?

- Se anche altre parti del mondo, pensiamo ai **Paesi asiatici emergenti**, dovessero assorbire sempre più cocaina potrebbero anche verificarsi situazioni di domanda superiore all'offerta. La possibilità di diminuire il principio attivo della sostanza venduta (che oggi si sta già verificando!) potrebbe essere una risposta iniziale ma non bisogna dimenticare l'universo di **sostanze sintetiche** disponibili Amfetamino-simili? Può essere, ma potrebbe anche trattarsi di sostanze a cui normalmente non si pensa, come gli **ormoni**.



Diceva il Poeta
Francese Ambroise-
Paul-Toussaint-Jules
Valéry "Il guaio del
nostro tempo è che il
futuro non è più
quello di una volta".

Almeno in questo
campo, sarebbe
meglio non lasciarlo in
mano a chi, oggi, lo
sta costruendo.





The end?

Riccardo C. Gatti

www.droga.net