VareseNews

Come ti vendo la cocaina

Pubblicato: Lunedì 1 Giugno 2009

Fino a qualche decennio fa, la cocaina era considerata una droga per ricchi, ad uso e consumo di un'elite. Oggi, purtroppo, è una droga di massa, consumata ovunque, a basso prezzo ed è alla portata di qualsiasi classe sociale: dalle discoteche ai luoghi di lavoro. Che cosa ha permesso che la cocaina passasse da droga d'elite a droga di massa? Una vera e propria strategia di marketing.
Per immaginare una strategia efficace al mercato delle droghe bisogna liberarsi di di alcuni cliché con cui lo si considera tradizionalmente. Uno di questi riguarda l'idea che il consumo sia un fenomeno spontaneo, in qualche modo legato a trasformazioni di uno stile di vita che non vengono assolutamente indotte o pilotate. La cocaina, come tutte le altre droghe che producono reddito, viene governata secondo logiche di azienda, logiche di industria. Chi produce o smercia cocaina si muove secondo sistemi organizzativi analoghi e per altri versi più articolati e perfetti di quelli dell'industria legale. Affianco a queste strategie, ci sono le strategie di marketing di penetrazione, di costruzione del mercato, di induzione al consumo.
Il mercato, chiariamolo bene, esprime dei gusti: se bisogna puntare a personaggi di successo, la cocaina tira di più, se abbiamo bisogno di qualche sedativo, ci sarà il mercato di eroina… Il mercato delle droghe ha delle strategie di marketing: ci sono dei veri strateghi che pensano a come guidare il mercato, il consumo, proponendo e caldeggiando stili di vita consoni con il consumo di un certo tipo di sostanza o con un'altra, orientandone il prezzo al dettaglio. Stiamo parlando di un'industria che manovra cifre economiche da capogiro, in grado di condizionare l'economia di interi paesi. Con queste cifre non è difficile influire sui mezzi di comunicazione, sugli stili di consumo, sulle mode. Soprattutto nel continente giovanile, purtroppo, è facile indurre forme di comportamento, mode, che risultano compatibili con il consumo di sostanze. Non si tratta di strategie diabolicamente capillari, capaci di orientare il comportamento individuale, ma della creazione di un clima di gusto adatto alla fioritura di un mercato, cosa che in fondo fanno gli strateghi del marketing di qualunque tipo di merce. Del resto, viviamo in un contesto culturale che ci abitua fin da piccoli ad avere un rimedio artificiale per qualunque tipo di disagio, di problema. Oggi è molto diffuso, per esempio, l'uso di psicofarmaci per bambini. Insomma, l'idea che qualunque situazione della vita possa trovare un sostegno, se non un rimedio in sostanze chimiche, in aiuti artificiali è un'idea così largamente diffusa da non essere nemmeno consapevolmente percepita. Questo sicuramente contribuisce a creare un clima in cui è difficile distinguere un tipo di sostanza lecito da un tipo illecito, quello dannoso da quello vantaggioso e crea le condizioni per la penetrazione di queste sostanze nel consumo di massa.

S.D.P.
Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it