

Cocaïna: de l'èxit a la vulgarització

**'Kuka', ja no ets al cel**

El caviar del mercat de les drogues ha deixat de ser exclusiu d'un estil de vida elitista. La cocaïna és la droga de moda, una eina social que no fa distinció de classes. Reina de nit. Elixir de dia.

**A**quell matí, Johnny es va despertar de cop, amb el cap blocat. Era una sensació que ja coneixia. El dolor era especialment fort, emperò. Vet aquí la diferència: "¡Déu meu, quin viacrucis!". Jesucrist tapat amb un llençol blau clar i la corona d'espines. D'espines que penetren cervell endins. Un dolor físic intensíssim. Una autèntica tortura, pensava ell, mentre s'adonava que amb un moviment mil·limètric del cos les punxes li ballaven dins la massa encefàlica fins al límit de la bogeria. Estrenyia les barres amb força fins que, passats uns segons eternals, tot tornava a la "normalitat".

Havia dormit poc, però no tenia son. Immòbil, es va dedicar a observar l'ombra de les persianes de fusta que el sol projectava al sostre de l'habitació en forma de ratlles verdes paral·leles. Just damunt el cap. Però, sobretot, es va dedicar a recordar. Devien ser quarts d'una, la una del migdia. El soroll desesperat fins a la mort de les cigales que cantaven en una pineda a trenta metres del llit així li ho feia pensar. Estava "desstruït". Literalment, "fet pols".

La primera imatge que li va venir al cap era també la més recent. Ell i el seu amic Pit anaven amb un Renault 7. Feien cap a casa després d'una nit de festa. Era completament de dia. En Pit conduïa. El cotxe anava de banda a banda de la carretera. Johnny no parava de beure aigua. En Pit aturava el cotxe cada 400 o 500 metres perquè pogués vomitar. I així al llarg de vuit quilòmetres. Johnny vomitava aigua, només aigua. Aigua que tal com entrava tornava a sortir. A raig. A cada glop, el cos sencer responia amb una convulsió general.

Aquella nit tots dos acabaren amb un amic al pub on treballaven plegats. Volien continuar amb la cocaïna i el whisky. Complements perfectes, deien.

Ara, li venia a la memòria el moment en què en Pit havia tornat, com cada vespre, al voltant de les deu, de comprar-ne "mig gram". I la rialla d'eufòria en comprovar que era un gram el que hi havia en aquella paperina. "Òstia, quin llençol", deia en Pit. I allí va "començar" la llarga nit. Era també -"sortosament", pensava ara- la darre- ra nit en què Pit i Johnny treballaven junts. Johnny recordava el moment precís en què Pit li havia dit si volia treballar dos mesos amb ell; que, al cap de dos dies de treballar junts, va descobrir que en Pit era cocaïnòman; que al tercer dia havia esnifat coca per primera vegada; i ja cada dia al llarg dels dos mesos. Pit convidava. La malaltia compartida és menys malaltia, acabava de deduir.

Per a Johnny, que tenia 19 anys, aquell estiu del 82 va ser un estiu increïble. L'estiu que més va lligar en tota sa vida... Un pub en una zona turística concorreguda..., la coca..., tot massa fàcil. A aquells dies pertanyia també la seva primera malaltia venèria. Va ser també l'estiu en què Johnny va entendre què volia dir Eric Clapton quan repetia tan convençut "She don't lie, she don't lie, she don't lie. Cocaine" ("Ella no menteix, no menteix, no menteix. Cocaïna"), en aquells versos que J. J. Cale va titular justament així: *Cocaine*. Molts anys més tard va descobrir que aquell any s'havia estrenat als EUA la pel·lícula *Liquid sky*, una crònica delirant i alhora irònica sobre la vida del jovent dels 80 a Manhattan i la seva decadència, dirigida per Slava Tsukerman. Drogues i estètica *new wave*.

Però aquell primer matí de setembre també va dir prou a la cocaïna. Si alguns dies abans, quan en dues ocasions en què no n'hi havia hagut, havia esnifat una barreja marronosa de cocaïna i

d'heroïna, anomenada *speed ball*, també ara podia dir no. Tres dies després tornava a Barcelona, on tenia la xicota i on algun metge desconegut li receptaria una injecció de penicil·lina per a allò que ja li començava a supurar entre les cames. Eren dies difícils. El seu cervell reaccionava lentament. I hi caminava encara més. Això va durar un mes, si fa no fa. I Johnny no va tornar a provar la coca fins a l'estiu següent. I encara n'havia d'esnifar algun cop més. Amb una freqüència d'un parell de cops l'any. Fins al dia d'avui.

Johnny encara recordava... L'únic contacte que havia tingut amb la cocaïna abans d'aquell estiu havia estat un canonet fabricat especialment per a esnifar que tenia una amiga a la safata del cotxe. Un canonet de plàstic que no li hauria cridat especialment l'atenció si no hagués portat aquella signatura gravada en un costat: Pierre Cardin.

Avui, onze anys després, Johnny podria ser perfectament una de les persones que protagonitzen l'estudi sobre la naturalesa i l'extensió del consum de cocaïna a la ciutat de Barcelona, titulat *¿Les línies de l'èxit?*, elaborat pel Laboratori de Sociologia ICESB (Institut Catòlic d'Estudis Socials de Barcelona) per encàrrec de l'Intitut Municipal de la Salut. L'estudi, elaborat també paral·lelament a Rotterdam (Països Baixos) i Torí (Itàlia), fou presentat el mes de gener d'enguany pel mateix director del Laboratori, Aureli Díaz. L'origen de l'estudi és l'observació d'un fort increment del consum de cocaïna a Europa que suscita l'interrogant següent: ¿Hi haurà un increment de la problemàtica social a causa d'aquest augment? Dos requisits imprescindible per a esdevenir objecte d'estudi: haver pres cinc cops aquesta substància en els últims sis mesos o haver-ne consumit vint-i-cinc vegades al llarg de tota la vida.

I posar la gran constatació d'aquest treball —perfectament generalitzable—, és que la cocaïna, segons Díaz, “encara que conservi aquesta aurèola, ja no es pot considerar una droga elitista; en consumeixen àmplies capes mitjanes de la societat i s'ha difós fins i tot en la subcultura de l'heroïna”. I aquí es trenca un mite. Hi ha tot un seguit de factors que fan que un sector de gent, sobretot a partir dels 21 anys, senti atracció per “anar accelerat”.

¿Què genera aquesta pressió en el mercat per a introduir una nova droga? Una recuperació de l'oci nocturn; l'aparició de noves modes, entre les quals cal destacar la moral d'èxit que ha inundat les capes joves de la societat; la idea que la *coca* és una droga innòcua, neta, i perfectament compatible amb altres drogues, com ara l'alcohol, i el prestigi de què gaudeix, just quan el de l'heroïna baixa considerablement. Tot plegat abona aquesta gran difusió de la *coca*, també anomenada *perica*, *farlopa*, *farina*... Ha esdevingut, en definitiva, una droga social.

La cocaïna tampoc no segueix les rutes habituals de la resta de drogues: és difícil de trobar-ne al carrer, i això li atorga un cert grau de credibilitat, que té molt a veure amb la inèrcia d'associar-la a un estil de vida. Però, si fins ara hem parlat de tres factors bàsics interrelacionats —individu, substància i entorn— per a parlar de l'accés a la cocaïna, cal no oblidar un aspecte molt important: l'addicció. Segons el farmacòleg Alfonso del Villar, “la cocaïna crea, sobretot, una important addicció psicològica”. Aquest èmfasi en el seu caràcter addictiu “psicològic” ha beneficiat la idea de droga ‘neta’. Si bé és cert que la seva innocuïtat ha estat posada en dubte, hom continua considerant que el nivell de perillositat és baix.

Però tornem al dubte inicial sobre la problemàtica social futura. Díaz apunta que les relacions entre la cocaïna i la criminalitat són complexes: “No hi ha evidències de delinqüència per a finançar-se el consum d'aquesta droga; ni tampoc hi ha delictes realitzats sota els seus efectes, tret, és





Quan la Coca-Cola es va començar a comercialitzar contenia extracte de cocaïna.

JOAN CEJA

clar, dels delictes derivats del narcotràfic”.

Però encara hi ha més. Pilar Solanes, directora tècnica del Pla Municipal d'Acció sobre Drogodependències de l'Ajuntament de Barcelona, és qui s'encarrega de contestar a la pregunta: ¿Què fer? I esmenta tres aspectes bàsics quant a prevenció: evitar la iniciació, informar per tal de posar fi al consum i sotmetre a tractament els casos problemàtics. Tot i això, afirma que no “hi ha cap cas de mort en què es pugui determinar que la causa sigui la cocaïna”.

Aquesta substància, coneguda científicament amb el nom d'*Erythroxylum coca* i considerada com el caviar del mercat de la droga, ja fa uns cinc anys que va traspasar les fronteres que separen els cercles daurats de la societat i va baixar a la terra. Aquest és el període d'espera necessari, segons fonts policials, anomenat de “silenci clínic”, per a saber quins són els efectes reals. I així sembla confirmar-ho l'estudi dut a terme al País Valencià per la Comissió de Coordinació d'Atenció i Prevenció de la Drogodependència de la Generalitat Valenciana, fet públic pel seu secretari Josep M. Massip, també el passat mes de gener. Massip afirmava que l'estudi havia revelat que comença a trencar-se el “silenci clínic” de la cocaïna i que comencen a sovintejar els primers casos de dependència.

No obstant això, des que la ‘coca’ va arribar a Europa amb la sang i l'or dels inques –‘coca’ prové de la paraula quítxua *kuka*, que significa arbre– ha passat de l'acceptació social, gràcies a les prescripcions mèdiques, a la condició il·legal. A la cocaïna deu també el seu nom un beuratge tan popular com és la Coca-Cola, que fou

comercialitzada l'any 1886 per una empresa d'Atlanta (Geòrgia, EUA) com a medicament que contenia extracte de ‘coca’: un tònic per a “guarir el mal de cap” i “eliminar la fatiga”. Va passar disset anys al mercat fins que va ser prohibida. És significatiu que avui la Coca-Cola Co. sigui la principal client de cola, cafeïna i una varietat específica de ‘coca’ (la *Erythroxylum novogranatense*) cultivada a l'Equador, que utilitza com a aromatitzant. No debades compta encara amb un eslògan tan “suggerent” com “Sensació de viure” o aquell, retirat fa pocs anys, que deia: “L'espuma de la vida”.

Milers d'anècdotes de persones considerades “respectables” han conferit a la ‘coca’ un cert grau de popularitat. L'envà nasal de platí implantat a Frank Sinatra; la infusió de ‘coca’ que la reina Sofia d'Espanya va ingerir al Perú (segons ella mateixa va reconèixer en el programa de la BBC realitzat per la periodista Sellina Scott: “Vaig tenir la sensació de qui es beu un te i me'l van recomanar per a l'anomenat ‘mal d'altura’”); el departament de màrqueting d'una empresa de cosmètics com Parera no té cap inconvenient a batejar una colònia amb el nom de *Cocaina* i posar-la en una caixa travessada per una evocadora “ratlla” blanca; els munts de literatura escrits a posta o sota els seus efectes per gent com Sigmund Freud, Lleó XIII, Sarah Bernhardt, Jules Verne, Lewis Carroll, Aldous Huxley, Edison, el president Grant, Ibsen, la família reial anglesa, la russa... Anècdotes que fan que romanqui entre nosaltres pels segles dels segles.

Joan Marí

## Maniobres d'acceleració

L'estudi *¿Les línies de l'èxit?*, elaborat pel Laboratori de Sociologia-ICESB, defineix vuit estils de vida, segons la importància i la significació que hi tenen el consum de cocaïna. Així mateix, per a completar la tipologia, s'hi ha inclòs un novè tipus: el consum experimental, que expressa un nivell mínim de relació amb la substància. Una gradació que permet d'agrupar tots aquests tipus en tres categories:

**1. (Experimental), social-recreacional i circumstancial-ocasional.** Aquests consumidors són motivats, al principi, per la curiositat i per un desig d'experimentar els efectes esperats d'eufòria, estimulació i motivació sexual augmentada. La relació amb la cocaïna s'estableix essencialment en contextos social-festius, entre amics íntims o propers; el consum és baix, per via intranasal, i té un paper secundari en l'estil de vida: decreix fàcilment per motius econòmics o de proveïment. Malgrat això, la vinculació cocaïna-alcohol és molt rellevant.

**2. Situacional-contextual, elitista-habitual, comercial i ex-ionqui.** La cocaïna té un paper rellevant en l'estil de vida, i el seu consum va lligat a exigències del context: gran disponibilitat a la substància en certs ambients d'elit –estil de vida exclusivista marcat pel prestigi–; vinculació a “exigències” professionals en àmbits laborals on el consum és obert o semiobert: món de la nit, moda, publicitat, espectacle, mitjans de comunicació...; patrons addictius previs: substitució de l'heroïna com a droga eix...

El consum és molt alt –pot arribar a ser diari en determinats períodes–, es produeix en activitats deslligades de l'oci, per via intranasal bàsicament i amb dificultats per a controlar-lo o reduir-lo.

**3. Disfuncionals (cocaïnòman pur i ex-ionqui-politoxicòman), politoxicòman-ionqui.** La cocaïna compleix el paper central d'un estil de vida: consum diari en quantitats elevades que porta problemes de tota mena i sovint situacions insostenibles. Els tipus ex-ionqui i ionqui són els que presenten més dificultats, per l'ús intravenós de la cocaïna. Aquesta inclusió és deguda, sobretot, a l'àmplia difusió de la cocaïna en la subcultura de l'heroïna.

J. M.