DIPENDENZE | CANNABIS LIGHT: MA QUALE MISSIONE SOCIALE? È SOLO UN GRANDE BUSINESS

La questione vera è che, per pure ragioni commerciali e di interesse personale, non ci si fa scrupolo di continuare a sostenere e foraggiare un clima psico-sociale anomalo, anzi "malato". Un clima che lascia passare un messaggio tanto sottinteso quanto pericoloso: per far fronte alla vita quotidiana, con i suoi carichi e le sue difficoltà, tutto sommato è meglio essere in qualche modo "sedati", magari in modo innocuo, in modo "light" appunto.

Marijuana, ma non troppo! Ovvero, varianti "light" di cannabis, con un tasso molto basso (inferiore allo 0,6%) di tetraidrocannabinolo (Thc), il principio attivo che provoca lo "sballo". Per questa stessa ragione, legali anche in Italia. Non è certo una novità; già da tempo se ne parla e, negli ultimi anni, attorno ad esse si è anche sviluppato un crescente business. Ne è dimostrazione lo svolgimento annuale della "Indica Sativa Trade", la fiera internazionale della canapa, giunta ormai alla sua quinta edizione (tenutasi nel maggio scorso a Casalecchio di Reno, nel Bolognese). Semmai, la novità è che di recente si sta registrando un vero e proprio boom di vendite di queste varianti "legali" di cannabis. In particolare della cosiddetta "Eletta campana", che al basso contenuto di Thc aggiunge un alto valore (fino al 4%) di cannabidiolo (Cbd), un altro principio attivo della cannabis, che però non ha effetti psicoattivi, ma solo sedativi. La Easyjoint, azienda emiliana che la distribuisce, dice di aver dovuto addirittura interrompere la vendita online del prodotto per eccessiva richiesta dei clienti (un ordine ogni 30 secondi!), oltre ad aver registrato perfino resse nei suoi punti vendita (85 negozi in tutta Italia), con picchi di affluenza di mille persone l'ora, per un totale di 20mila

barattoli venduti (al costo di 17 euro ciascuno) finora.

Magie del business!

Qualche volta, però, può anche succedere che il successo "annebbi la vista" e faccia sbiadire i contorni della realtà. Tant'è che, in una recente intervista su un importante quotidiano nazionale, la Easyjoint reinterpreta (con molta fantasia?) la propria attività commerciale, arrivando addirittura a definirla "una missione sociale"!

In che senso, di grazia?

Forse perché la crescente diffusione della cannabis "light" – con relativi lauti incassi per l'azienda emiliana – costituirebbe una sorta di antidoto al dannoso uso della cannabis "heavy", sostituendosi ad esso? Ci sembrerebbe ingenuo il solo pensarlo. Come non riconoscere, infatti, che anche con questa iniziativa commerciale si contribuisce al diffondersi di sostanze che creano dipendenza, fosse pure soltanto sul piano psicologico? Il problema, infatti, non può certo ridursi banalmente a ciò che è "legale" o "non legale". Queste sono solo scelte regolative che la comunità civile sceglie di adottare, basate su misurazioni convenzionali e suscettibili di mutamento nel tempo.

La questione vera è che, per pure ragioni commerciali e di interesse personale, non ci si fa scrupolo di continuare a sostenere e foraggiare un clima psico-sociale anomalo, anzi "malato". Un clima che lascia passare un messaggio tanto sottinteso quanto pericoloso: per far fronte alla vita quotidiana, con i suoi carichi e le sue difficoltà, tutto sommato è meglio essere in qualche modo "sedati", magari in modo innocuo, in modo "light" appunto.

Traduzione: è meglio non essere troppo presenti a se stessi, evitando se possibile di mantenere un alto livello di consapevolezza e di assunzione di responsabilità per le proprie scelte e azioni.

Quindi, se la vita ti stressa, meglio mettere in secondo piano forza d'animo, intelligenza, solidarietà, ricerca di senso, ecc…, preferendo invece ricorrere all'ausilio di energie "surrogate" e fittizie. Compresa la cannabis "light"! Che dire? Sarà pure legale e, forse, provocherà meno danni alla salute della sua cugina "pesante", ma di sicuro non contribuirà a liberare gli individui dal dipendere, per la loro "serenità", da una banale sostanza. In fondo – non dobbiamo mai dimenticarlo – si tratta solo di un grande business. Altro che "missione sociale"!

Vai all'articolo sul SIR