

Les xarxes socials com a “centre comercial” de substàncies, un fenomen rellevant?

L'acte de la compravenda de substàncies il·legals té un llarg recorregut en la història. Al llarg del temps, els modes i maneres de vendre i comprar han anat canviant i s'han adaptat als temps, sempre un pas per davant de la legislació, i buscant formes més o menys senzilles de fer arribar a la persona consumidora el seu “material”. Actualment, s'està observant que les xarxes socials estan prenent un important rol com a via de comunicació en este sentit, un mitjà que, a més, és el més utilitzat per els/as joves per a comunicar-se.

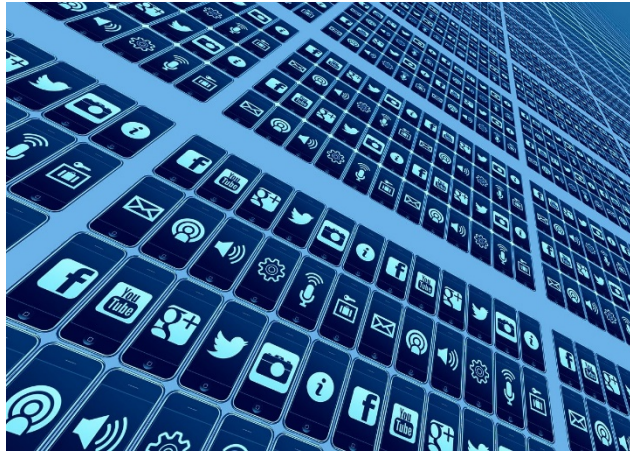
Segons indica Flores Cueto et al. (2009), les xarxes socials es classifiquen depenent del seu públic, objectiu i temàtica; pel subjecte principal de la relació; per la seua localització geogràfica i per la seua plataforma. Dins del seu públic objectiu i temàtica, la investigació de Flores Cueto et al. (2009) s'ha centrat en les xarxes socials horitzontals, definides com “aquelles dirigides a tot tipus d'usuari i sense una temàtica definida”. Dins de les xarxes socials horitzontals, es trobaria, entre altres, WhatsApp, Twitter, Snapchat, Facebook, Telegram o Instagram. Pel que respecta a estes xarxes socials horitzontals, s'ha començat a detectar que, a més de ser utilitzades amb finalitats socials, s'estan començant a utilitzar com una font de compravenda de substàncies rellevant, convertint-ho en un canal que mereix ser tingut en compte (Moyle et al., 2019).

Un dels problemes més destacats en este sentit és que, al contrari que la compravenda cara a cara, que sempre comporta un risc i un desplaçament, les xarxes socials es troben a l'abast de tots/as, sobretot de els/as més joves, ja que plataformes digitals com són Instagram; WhatsApp; Telegram, etc. són accessibles des de qualsevol dispositiu electrònic i fàcils d'utilitzar.

En este sentit, el recent Treball fi de màster de l'autora Murillo-Rincón (2024), que tracta precisament sobre este tema, llança uns resultats molt interessants. En un estudi on s'utilitza la metodologia qualitativa, entrevistat a persones compradores i venedores que usen xarxes socials per a este fi, l'anàlisi mostra que la majoria de les persones entrevistades porten més de dos anys involucrades en la compravenda de substàncies a través de xarxes socials, sent les més comunes van ser WhatsApp, Instagram i Telegram. D'altra banda, també es troba que la substància més venuda i comprada va ser la marihuana i que, en general, no es coneix a la persona amb la qual es realitza la transacció i s'usen emojis específics per a comunicar-se. Un altre detall rellevant és que és una activitat percebuda com a normal, amb una baixa percepció d'estigma i on les xarxes socials es perceben com un facilitador. En general, es troba que la percepció de risc és molt baixa.

Per a concloure, és necessari que el disseny d'estratègies tant de prevenció com de control de l'oferta i demanda, se centren en este fenomen, que sol passar desapercbut per a una part de la població. La baixa percepció de risc i les facilitats que comporta

quant a l'eliminació de barreres físiques i geogràfiques, ho convertixen en un problema que, si no s'aborda, podria anar en augment en el futur.



Referències bibliogràfiques:

Flores Cueto, J. J., Rodríguez Vila, J. J., y Morán Corzo, J. J. (2009). Las redes sociales. Boletín electrónico de la Unidad de Virtualización Académica – UVA, 1, 1-15. https://cdn.goconqr.com/uploads/media/pdf_media/15566608/5861ecda-54e6-41d1-9844-bcf2ca6a3662.pdf

Moyle, L., Childs, A., Coomber, R., y Barratt, M. J. (2019). #Drugsforsale: An exploration of the use of social media and encrypted messaging apps to supply and access drugs. International Journal of Drug Policy, 63, 101-110. <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2018.08.005>

Murillo-Rincón, Yolanda. (2024). Conocimientos, creencias y actitudes de las personas compradoras y vendedoras de sustancias a través de redes sociales. Universitat de València.