

I temi dell'alimentazione, dei consumi e della salute

Gli impegni del PCI in quattro domande a Giovanni Berlinguer

Perché un incontro su questi problemi - Il ruolo che deve avere un partito moderno

Durante l'incontro di Milano su «Alimentazione, consumi, salute» abbiamo posto quattro domande a Giovanni Berlinguer, responsabile della sezione Salute e ambiente della direzione del PCI.

● Perché un convegno del PCI su questi temi? Perché l'alimentazione umana, sebbene sia migliorata rispetto al passato quando imperavano iponutrizione, carestie, e sofisticazioni selvagge, presenta oggi distorsioni e pericoli. La maggiore distorsione è che vi sono Paesi in cui è malata la frequente obesità e altri Paesi in cui domina la fame. I pericoli riguardano la salute umana, ma anche l'economia e la convivenza civile. La politica alimentare, il rapporto fra consumi e salute rientra perciò fra i temi che un partito moderno deve affrontare.

● Cosa si può fare subito nel Parlamento e, soprattutto, nel Paese? Il Parlamento ha già approvato la riforma sanitaria, che impone al governo, le Regioni, i Comuni (tramite le Unità sanitarie locali) a garantire la salubrità degli alimenti. Il PCI ha anche presentato al Senato una proposta (n. 428) sul controllo dei prezzi e la difesa dei consumatori. Ma l'essenziale è che nel Paese i consumatori si assolvano al loro dovere: non pagare nella formazione dei prezzi e le garanzie di qualità dei prodotti. C'è bisogno di questa associazione, per agire come stimolo verso lo Stato e verso i produttori e anche per allargare le basi della vita democratica.

● Se tu fossi un industriale «onesto» che vuol far quadrare guadagni e lealtà verso chi consuma cosa faresti? Gli industriali onesti, oggi, rischiano di essere penalizzati, anziché incoraggiati. Lo stesso accade agli allevatori onesti, agli agricoltori onesti, ai commercianti onesti. Ma non può durare. Alla lunga, per assicurare continuità di guadagno (e di lavoro per gli operai) bisogna essere leali verso le esigenze sanitarie e ambientali. Altrimenti, succederà come ai produttori di omogeneizzati che hanno perso almeno 60 miliardi per gli estrogeni. Se fossi un industriale onesto, esigerei dallo Stato un sistema di norme, controlli, controlli sul lavoro, per la sicurezza. A queste condizioni di guadagno e lealtà, produzione e salute sono del tutto conciliabili.

● Il sindacato e le cooperative sono al passo con le spinte che vengono dai consumatori? Hanno fatto più che altro, in questo campo. I sindacati dell'industria alimentare, per esempio, hanno chiesto dall'interno delle aziende che i prodotti fossero più garantiti igienicamente. Le cooperative sono state le prime a dare additivi ai loro prodotti. Possono fare di più, naturalmente, soprattutto per aiutare i consumatori ad associarsi in modo autonomo e unitario. Per programmare lo sviluppo economico in funzione del benessere umano, bisogna lottare sia nella fase della produzione che nel mercato, nel consumo. Solo così potrà prevalere l'interesse collettivo.

E' tempo di «lega dei consumatori»

La necessità ormai urgente di creare un'organizzazione di massa. Quali e quante questioni si sono incrociate nella discussione



Uno scorcio della sala dell'incontro organizzato dal PCI.

«Alimentazione, consumi, salute»: c'è un soggetto «nuovo» cui il PCI si è rivolto nell'incontro di Milano su questi temi. Soggetto «nuovo» — è del consumatore che si parla, beraglio e spesso vittima di becche logiche di mercato — perché oggi, più che nel passato e con tempi ormai indifferibili, si avverte la necessità di una coscienza inedita, da coltivare su basi scientifiche e a cui dare la diffusione più larga possibile, per farla diventare movimento di massa, punto di riferimento organizzativo, interlocutore importante in questa fase di sviluppo.

tegoria di cui tutti siamo membri potenziali, fuori della produzione, ma unicamente suoi destinatari tanto passivi quanto indispensabili. Come attualità? Non spetta certo ad un partito simile compito, in Italia esistono altre condizioni in cui farla crescere: movimento cooperativo e sindacato, Enti locali e quartieri sono le sedi in cui articolare l'iniziativa. Ralph Nader, l'americano che è riuscito a mettere in crisi perfino le grandi case automobilistiche quanto meno arginando le conseguenze delle logiche di profitto sulla pelle dei cittadini, ha scritto recentemente che la sua esperienza, che pur ha coinvolto milioni di persone, è destinata a rimanere ad adde re riassorbita dalle spire del capitalismo USA se oltretutto non si fonda un improbabile partito della sinistra, e se movimenti di autotutela come il suo non si collegano direttamente ai sindacati. Ebbene, in Italia esiste un movimento operaio di lunga e grande tradizione: non si tratta di contrapporre i consumatori al mondo della produzione, ma di aggiungere ai suoi.

Pressioni e manovre sul fronte infuocato della pubblicità

«Il settore della pubblicità si è dato da tempo un organismo di autodisciplina (il «giuri»), una sorta di «magistratura» interna che blocca, con alterna puntualità, i messaggi pubblicitari troppo disonesti o sleali: entrino a farne parte anche rappresentanti dei consumatori». È una proposta contenuta nell'intervento al convegno, dei pubblicitari democristiani, letto dalla compagna Marina Cervarolo. È stata una presenza importante ed anche originale, poiché ai convegni sull'alimentazione capita spesso di parlare della pubblicità, ma raramente ci si confronta con gli operatori del settore. E si tratta di un segnale importante, che allarga il fronte impegnato ad assicurare anche la pubblicità a una logica democratica avanzata: messaggi onesti e incerti la qualità del prodotto, distribuzione equa e non clientelare dei carichi di pubblicità (cioè di cospici afflussi di denaro).

ri, oltre ai quotidiani, che ormai si occupano di queste cose) comincia a spaventare seriamente molti gruppi, alcuni dei quali grandissimi e potentissimi. Con una vera e propria peccora nera: la trasmissione televisiva «Di casa nostra», che tra breve apparirà sugli schermi della seconda rete in fascia serale (cioè avrà più telespettatori). È chiaro che una informazione «piotata», non proprio battagliera, farebbe molto comodo a chi pensa di scegliere la via del profitto a scapito della salute e della coscienza del consumatore. Il tema della pubblicità, dunque, spazia — e il convegno era percorso dalla coscienza di questo fatto — dalla libertà individuale di consumare «ciò di cui si ha effettivamente bisogno» al diritto democratico di una stampa non soggetta a minacce di sorta, ad un problema di accumulazione economica; quindi, in definitiva, è una importante questione sociale. D'altra parte, i consumatori sono «già» un soggetto cosciente e attivo, e se si costituiranno organismi (come l'associazione) essi sanciranno e daranno struttura organizzativa a qualche cosa che «già» esiste, e che è estremamente difficile far rientrare nei ranghi. C'è allora una sfida che l'industria — anche quella a partecipazione statale — deve raccogliere: migliorare il prodotto, concorrere sul piano della qualità e del prestigio, del rigore. Il medioevo dell'ombroglio e della truffa deve lasciare il campo alla serietà di un mercato che non teme confronti con l'estero, che sia vincente perché meritevole di vincere. È una strada che dà grandi risultati, anche economici. Sono lì a dimostrarlo i successi ottenuti dalle «Coop» con la nuova etichettatura, l'impegno per sensibilizzare gli acquirenti. Ed ora le «Coop», come ha sottolineato Odono Paffumi, possono così via, si può «rimandare all'infinito». Senza, naturalmente, fissare i limiti delle cariche microbiche, cioè delle microporcinerie (detta in soldoni) che è un alimento può contenere senza essere pericoloso.

Dopo 18 anni nasce già vecchio un regolamento privo di logica

E' l'avvocato di Renzo e Lucia autore delle leggi alimentari?

Sono passati diciotto anni e decine di governi prima che lo emanassero: e non va bene. È il regolamento di attuazione della 283, la legge del '62 che regola la produzione e il commercio di alimenti e bevande. Silvia Merlini, dell'Università di Bologna, esperta di tecnologia alimentare ne ha fatto un ritratto divertente (o molto triste, a seconda del lato da cui si guarda). All'articolo 55 — ha spiegato Silvia Merlini — si dice che le sostanze alimentari trattate con materie coloranti devono riportare in etichetta la dicitura «colorato con...» seguita dalla denominazione o dalla sigla corrispondente. Certo — ha proseguito — è assai più semplice e rassicurante scrivere «E-110» piuttosto che «Giallo arancio S» oppure, ancora peggio, «Sale disodico dell'acido 1,4 solfo-fenolo 2 - nafiol - 6 - solfonico». L'articolo 57, al suo primo comma, ci dà un bell'esempio di come si possa essere ambigui, infatti vi si dice: «Nella preparazione di prodotti alimentari risultanti dalla mescolanza di più sostanze possono essere impiegate sostanze colorate a norma di legge anche quando non è autorizzata la colorazione del prodotto alimentare finito purché non si determini la colorazione di massa del prodotto stesso». Il che significa che ci possono essere coloranti anche in quegli alimenti in cui non ce ne dovrebbero essere, basta che non si vedano. L'articolo 5 del decreto ministeriale 22/12/1967 afferma che la dichiarazione in etichetta dei coloranti non è obbligatoria se essi sono contenuti in alimenti che concorrono a formarne un terzo (cioè se si trovano già nelle materie prime usate). Come dire, riassumendo, che i coloranti ci sono, non si devono vedere, e non c'è bisogno di dichiararli. All'articolo 62 del regolamento entra-

no in scena — vecchia conoscenza — gli «aromi naturali». La loro presenza, stabilisce il regolamento, deve essere riportata in etichetta con la dicitura «aromi naturali o aromi artificiali». Ma gli aromi naturali, secondo la legge (DM 31/3/1965) sono «sostanze di estrazione dalle piante, animali, minerali, estratti, o isolati dalle medesime o riprodotti per sintesi chimica». Quindi — se sono prodotti per sintesi chimica — gli aromi naturali sono artificiali. Insomma, il vecchio equivoco non è eliminato dalle etichette. L'articolo 63 che Silvia Merlini ha definito un «accanimento di sottoggin» dice che l'indicazione degli aromi naturali deve essere riportata con caratteri leggibili e indelebili. «Leggibili per chi? Per chi ha una vista perfetta, o anche per i miopi, le persone anziane. Eppure la normativa della Comunità europea fissa già in 2 millimetri, con opzione contrastante e in posizioni favorevole alla lettura, i tratti dei caratteri in questione: non ci si poteva adeguare? L'articolo 65 fa un elenco di alimenti che debbono essere datati in chiaro (cioè non in codice) riportando il mese e l'anno, oppure il giorno, il mese e l'anno a seconda del grado di deperibilità. E' un passo avanti, ma manca la data di scadenza. Per la gioia degli esagitati Silvia Merlini ha fatto un esempio di datazione in codice (nasta, fino al luglio dell'anno prossimo, per esempio nella carne in scatola). «VO6V»: fabbricato nel 1978, nel 66° giorno dell'anno. Oppure «CZPB», che meriterebbe davvero una soluzione rovesciata sistemata in fondo alla pagina. C'è lo stabilimento, Z è l'anno (1976). P il giorno (30), e infine 8 è il mese di luglio (che è il settimo dell'anno). Per quanto riguarda il livello di sicu-

rezza delle cariche microbiche il regolamento — ed è il piccolo capolavoro di chi lo ha stilato — rimanda alla legge del '62, secondo cui tali limiti «saranno stabiliti dal regolamento...» che rimanda alla legge, che rimanda al regolamento, e così via, si può «rimandare all'infinito». Senza, naturalmente, fissare i limiti delle cariche microbiche, cioè delle microporcinerie (detta in soldoni) che è un alimento può contenere senza essere pericoloso. L'articolo 72, che contempla l'importazione degli alimenti dice: «L'importazione deve essere subordinata all'attestazione dell'importatore o del suo legale che attestino che la derrata alimentare è conforme alle nostre disposizioni legislative». Passi la grammatica, ma chi controlla la merce? «La legge italiana — ha ricordato Silvia Merlini — vieta tassativamente l'importazione di carne estrogena, eppure questa è giusta perfino nei prodotti industriali. C'è una enorme carenza americana nel personale addetto ai controlli doganali: 60 posti di ingresso, 23 veterinari doganali». Venire perenne dovrebbe proteggere il posto di 60 milioni? Per restare nel tema degli estrogeni: la legge — ha ricordato nel suo intervento Silvia Merlini — prevede a carico del produttore (leggi le varie ditte di omogeneizzati coinvolte nello «scandalo», ndr) il «controllo qualitativo e quantitativo dei componenti». Ma allora perché questi produttori non si sono accorti in tempo degli estrogeni? E perché — ha sottolineato — visto che le bolle di consegna dei fornitori di quella carne estrogena riportano nomi e cognomi non si risale ai colpevoli «certi», invece di disaggiungere una intera categoria, tanto l'allevatore onesto come quello disonesto? Non si nascondono, ancora una volta, manovre di mercato?

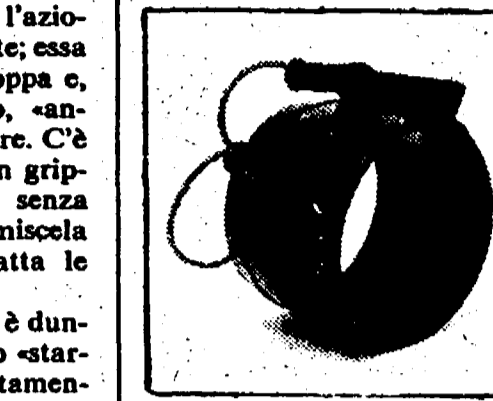
L'«aria» aiuta ma è pericolosa

Come regolarsi con lo «starter» per l'avviamento alle basse temperature

Tutti gli automobilisti — più o meno — sapranno cosa è lo «starter» («aria» come viene comunemente chiamato o «arricchitore» secondo il termine tecnico): è quel dispositivo del carburatore che arricchisce la miscela immessa nei cilindri favorendo l'avviamento a freddo. Normalmente la miscela per la combustione è composta da 14-15 parti di aria e di una parte di benzina. Quando il motore è freddo il rapporto aria-benzina non è più sufficiente e lo «starter» provvede a cambiarlo diminuendo la quantità d'aria aspirata in rapporto alla benzina: quattro o cinque parti della prima per una della seconda. Così la partenza è facilitata. A questo «aiuto», però, bisogna ricorrere con cautela. Con una miscela più «ricca» (ossia con più carburante) del normale è facile che parte della benzina non bruci e «lavis» le pareti dei cilindri, eliminando — dato il

Partenza rapida col diesel «caldo»

Un dispositivo che impedisce la cristallizzazione delle paraffine nel filtro



Quando fa molto freddo l'avviamento del motore diesel può presentare dei problemi in quanto la paraffina presente nel gasolio cristallizza nel filtro, impedendo il corretto passaggio del combustibile al serbatoio alla pompa di iniezione. Per ovviare a questo serio inconveniente l'Automoprest ha realizzato un dispositivo, chiamato «Termodiesel», che impedisce la cristallizzazione delle paraffine nel filtro, impedendo il corretto passaggio del combustibile al serbatoio alla pompa di iniezione. Per ovviare a questo serio inconveniente l'Automoprest ha realizzato un dispositivo, chiamato «Termodiesel», che impedisce la cristallizzazione delle paraffine nel filtro, impedendo il corretto passaggio del combustibile al serbatoio alla pompa di iniezione. Per ovviare a questo serio inconveniente l'Automoprest ha realizzato un dispositivo, chiamato «Termodiesel», che impedisce la cristallizzazione delle paraffine nel filtro, impedendo il corretto passaggio del combustibile al serbatoio alla pompa di iniezione.

Nuova Alfa Romeo a «tiratura limitata»

Si tratta di una versione dell'Alfasud 1200 a 5 marce curata da Valentino

È stata presentata in questi giorni a Parigi una nuova Alfa Romeo a «tiratura limitata», realizzata con la collaborazione stilistica del creatore di moda Valentino. La vettura, una versione speciale dell'Alfasud 1200 a cinque marce, si chiama «Alfasud di Valentino». Per la carrozzeria è stato scelto il colore bronzo metallizzato, mentre il tetto è nero, e una doppia striscia bicolora percorre tutta la fiancata della vettura. I dischi delle ruote sono dorati. All'interno i sedili sono in velluto nero, decorati da bordature bronzo e nere, e il pavimento è interamente rivestito da una moquette color ocra. La vettura sarà prodotta in un numero limitato di esemplari per il solo mercato italiano. Gli interventi di Valentino — sottolinea l'Alfa Romeo — mettono in risalto «la raffinata eleganza della vettura, che per la sua tenuta di strada e facilità di guida certamente incantererà anche i gusti femminili». L'auto sembra infatti destinata prevalentemente alle donne che non hanno il problema di far spazzare il bilancio familiare. Agli acquirenti di questa edizione speciale dell'Alfa Sud saranno riservati anche un portachiavi e un portacombi realizzati in esclusiva da Valentino.

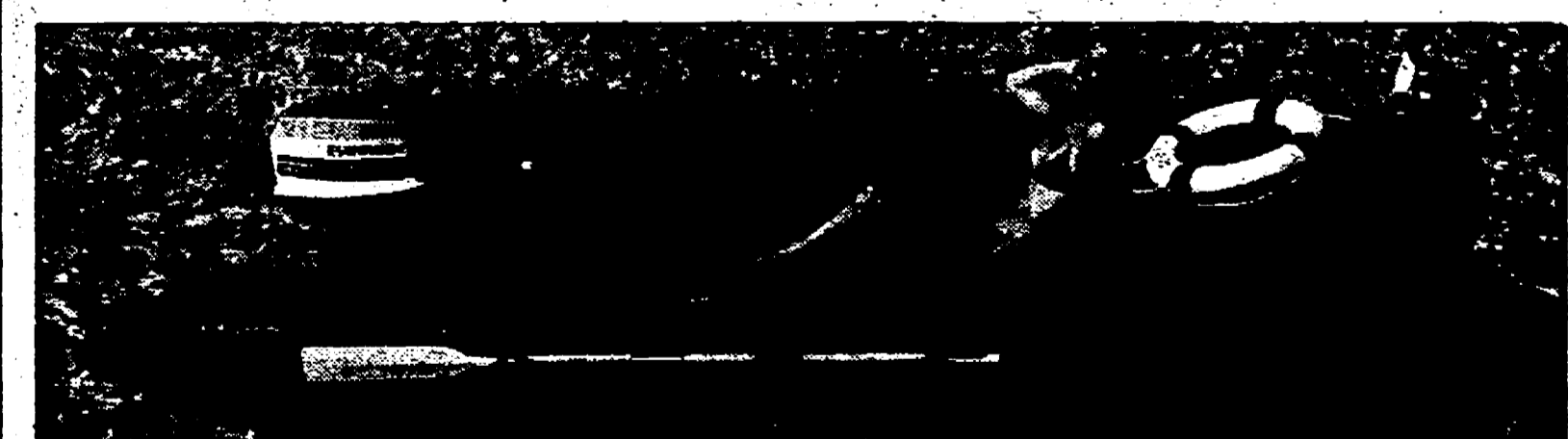
Facile intervenire contro la ruggine

Le caratteristiche di un prodotto messo in commercio recentemente

Talune parti dell'auto, purtroppo, possono far la ruggine, specialmente quando la vettura comincia ad invecchiare. Dunque conviene intervenire per evitare guai maggiori. Un prodotto molto facile da usare è il «Ferox», messo in commercio dalla Arxonox, che si applica sulla ruggine stessa senza ricorrere ad accurate smuntature: basta togliere eventuali spesse incrostazioni. Il nuovo prodotto, infatti, non sporta la ruggine, ma si combina con essa dando luogo — sostengono i tecnici della Arxonox — ad un composto inerte che si ancora al metallo sottostante ricoprendo la parte trattata con un film protettivo, di tipo plastico sul quale, successivamente, si può dare la vernice. Il «Ferox» ha inoltre il pregio di non macchiare le parti già verniciate, cioè agisce solo sulla superficie metallica rugginosa. Infine il liquido, che è pronto subito per l'uso, si può applicare su superfici verticali perché non cola. Le parti metalliche rugginose trattate con «Ferox» diventano color nero. Naturalmente il prodotto si può usare anche per cancelli, saracinesche, grondaie, tubazioni, ecc.

Pure la nautica con i battelli pneumatici trova l'ostacolo dell'aumento dei prezzi

Le indicazioni del Salone di Genova - Listini al rialzo sino al 30 per cento - Come orientarsi tra modelli completi e senza accessori



Chi ama il mare e decide di dedicare il suo tempo libero a navigare incontra innanzitutto una difficoltà: quella dei prezzi. La gran parte dei costruttori continua a guardare essenzialmente alla clientela di lusso e la mancanza di rinforzi economici, in base alle quali poter decidere il tipo di imbarcazione giusta per l'uso che se ne vuole fare aggrava la situazione. Così si finisce per spendere di più con l'illusione che un prezzo maggiore corrisponda a una migliore qualità (nessuno è disposto a rischiare la propria vita in mare per uno sconto), fatto che, se a volte può essere vero, non è detto che lo sia sempre. Del resto, anche la costruzione di una barca non è sempre e solo legata alla validità del prodotto. Si può tentare di diminuire il percentuale di rischio rivolgendosi — se si conosce il venditore — al mercato dell'usato: si riduce la spesa, si ha modo di valutare le proprie esigenze e di decidere, senza lasciarsi condizionare da luoghi comuni, sulla base dell'esperienza e sapendo qual è il tipo di barca più adatta. Nell'ambito di una nautica «economica» se non proprio di massa, i battelli pneumatici rimangono una reale possibilità per chi decide l'acquisto di una imbarcazione: non presenta problemi di trasporto, si mettono in acqua facilmente, si ripara senza difficoltà, e, finita l'estate, possono essere messi in soffitta. Anche nel settore dei battelli pneumatici la più grossa novità che abbiamo trovato al Salone di Genova è stata tanto nei modelli presentati, quanto negli aumenti che si aggirano intorno al 25%, con la caratteristica di essere più elevati per i modelli più piccoli. Nella linea Zodiac «Gran Turismo», caratterizzata dal colore rosso degli scafi (che consente un'eccellente visibilità in mare) e dal pagliolato in alluminio anodizzato (che permette un montaggio molto rapido e facile) il Mark II Compact GT (m. 3.80) L. 1.900.000, IVA esclusa, è aumentato del 26,6%, mentre il Mark II GT (m. 4.20), che costa L. 1.900.000, oggi è riproposto a L. 2.300.000 con un aumento del 21%. I battelli Zodiac, immessi sul mercato dalla Zodiac al Salone del '79, mantengono un prezzo inferiore del 30-40% rispetto a quello dei gommoni normali, dovuto al fatto che sono costruiti meccanicamente e il tenute è plastificata: si va dallo Zed 26 (m. 2,6) L. 550.000 (il 22% in più) allo Zed 38 (m. 3,80) L. 1.000.000 (25% in più rispetto allo scorso anno). L'idea di confrontare i prezzi di listino di diverse marche

per cercare di capire qual è il giusto prezzo di un gommone è accettabile, ma ha solo un valore molto approssimativo. Alcune case vendono infatti il gommone completo di alcuni accessori fondamentali (cioè i remi, i kit per le riparazioni, il gonfiatore, le scotte per il trasporto) mentre altre forniscono il gommone privo di alcuni o di tutti questi accessori, quando non succede come nell'ultimo listino della Avon in cui i prezzi di alcuni modelli Nuovo Redstart (m. 2.50) L. 873.000; Nuovo Redstart (m. 2.82) L. 922.000; Nuovo Redstart (m. 3.12) L. 1.055.000 sono indicati considerando gli accessori come opzionali, mentre il prezzo di altri comprende gli accessori. Occorre quindi decifrare con accuratezza i cataloghi per non avere brutte sorprese. Nella linea «Sport» gli aumenti della Avon sono molto consistenti e si aggirano intorno al 5% (S 60 (m. 2.72) L. 850.000; S 100 (m. 3.20) L. 1.040.000; S 650 (m. 5.05) L. 2.260.000). La linea Lario arriva a una punta di aumento del 30% con il Lario 40/P (m. 4.30) L. 2.150.000 e del 26% con il Lario 60 (m. 4.30) L. 2.650.000. L'aumento dei modelli della Metzeler varia dal 18% del Markast S (m. 3.26) L. 996.000 e dell'Elefant (m. 4.40) L. 1.950.000 al 30% dell'Esquere S (m. 3.80) L. 1.640.000. Per chi è interessato all'acquisto, senza essere uno specialista, se è difficile stabilire il prezzo «vero», ugualmente complesso è verificare se le novità discusse dai listini per giustificare gli aumenti sono particolari e accessori funzionali o non, piuttosto, sovrastrutture inutili, che finiscono, se mai aumentano, per appesantire il gommone e creare dei problemi di assetto. Adesso che ci siamo fatti una qualche idea sui prezzi dei gommoni, non dobbiamo dimenticare che per navigare hanno bisogno di un motore fuoribordo e che anche questi, purtroppo, sono sempre più cari: un 25 cavalli, il più grande di serie senza accessori, costa oggi 1.250.000. Per chi è interessato all'acquisto, senza essere uno specialista, se è difficile stabilire il prezzo «vero», ugualmente complesso è verificare se le novità discusse dai listini per giustificare gli aumenti sono particolari e accessori funzionali o non, piuttosto, sovrastrutture inutili, che finiscono, se mai aumentano, per appesantire il gommone e creare dei problemi di assetto. Adesso che ci siamo fatti una qualche idea sui prezzi dei gommoni, non dobbiamo dimenticare che per navigare hanno bisogno di un motore fuoribordo e che anche questi, purtroppo, sono sempre più cari: un 25 cavalli, il più grande di serie senza accessori, costa oggi 1.250.000. Per chi è interessato all'acquisto, senza essere uno specialista, se è difficile stabilire il prezzo «vero», ugualmente complesso è verificare se le novità discusse dai listini per giustificare gli aumenti sono particolari e accessori funzionali o non, piuttosto, sovrastrutture inutili, che finiscono, se mai aumentano, per appesantire il gommone e creare dei problemi di assetto.

Scelvi a cura di Gianni Merlini e Severio Paffumi

NELLA FOTO: il Lario 40 Po il cui prezzo è aumentato del 30 %.