

Conversando sull'ecologia con Chicco Testa / 2

# Il marketing vede verde

«Columbia» si avvicina al satellite da recuperare



Ad una media di circa 60 chilometri ad orbita, lo shuttle «Columbia» si è ieri progressivamente avvicinato al satellite da recuperare portandosi ad una distanza di meno di mille chilometri dall'obiettivo. Escludendo «avarie e imprevisti» - ha detto Bill Reeves, direttore di volo della missione - oggi lo shuttle dovrebbe venirsi a trovare a una decina di metri dal «Long Duration Exposure Facility» o «Ldef», il satellite di 10 tonnellate e mezzo che dovrà essere riportato a terra. Proprio ieri però nel modulo di comando si è verificata una piccola perdita d'acqua proveniente da un filtro dell'aria. Il difetto non è considerato grave e non dovrebbe compromettere il «rendez-vous» di oggi, ma l'equipaggio dovrà evitare che l'acqua arrivi a strumenti molto sensibili. Lanciato nel 1984, il «Ldef» aveva il compito di tenere esposti nello spazio materiali di varia natura per verificarne la reazione. Mercoledì scorso il «Columbia» ha lanciato il satellite per comunicazioni militari «Syncom», che è andato a piazzarsi in una orbita geostazionaria al di sopra dell'equatore a circa 37 mila chilometri dalla Terra. Il rientro del «Columbia» è previsto per venerdì 19 gennaio con atterraggio notturno in California.

«Creato» supertopo per l'anemia falciforme

Un supertopo è stato creato in un laboratorio inglese per combattere l'anemia falciforme, una malattia presente anche in Italia. Lo riferisce la rivista specializzata Nature. Gli scienziati sperano che lo studio dei topi, prodotti grazie all'ingegneria genetica, possa metterli sulla via giusta per trovare la cura che cercano inutilmente da più di 30 anni. L'inventore del supertopo è il dottor Frank Grosfeld, del National Institute for Medical Research, che sta conducendo la sperimentazione nei laboratori di Mill Hill, un sobborgo a nord-est di Londra. Concetto con il quale si provoca la malattia, il topo prodotto dai ricercatori riesce a evitare i sintomi più penosi. Le cellule del suo sangue hanno la deformità nota agli studiosi come «Emoglobina Esce»: la molecola dell'emoglobina non ha la forma di un cuscinetto come sarebbe normale, ma quella di un falchetto. Tuttavia il topo non soffre della forma di anemia che l'emoglobina esce provoca negli esseri umani, bloccando i vasi sanguigni e impedendo l'ossigenazione dei tessuti.

La musica aiuta a guarire dalle malattie



Le strade per guarire dalle malattie possono essere molte, e la musica può aiutare. A questo deve aver pensato Laura Lodigiani progettando «Sanamusica», dodici concerti mensili ripartiti fra l'ospedale di Careggi, l'Istituto ortopedico toscano e il centro Don Gnocchi di Firenze. Una idea originale, addirittura unica in Europa, che ha subito trovato la complicità dell'orchestra da camera di Firenze e del Musicus Concertus, che eseguiranno i concerti, e del giornale La Nazione, che darà puntualmente notizia. Intanto a Massa il centro Don Gnocchi replicherà presto l'iniziativa. Il primo concerto avrà luogo domenica 14 gennaio presso l'Auditorium di Careggi.

Messo in dubbio un primato di Marconi

Una rivista di radioamatori britannici ha accusato Guglielmo Marconi di eccessiva disinvoltura nell'annunciare la prima trasmissione radio transoceanica nel 1901. «Morsum Magnificat», uno dei periodici specializzati più diffusi in Gran Bretagna, pubblica infatti una ricerca destinata a fare discutere. Ne è autore Angus Taylor, un ex comandante di navi mercantili, che oggi ha 70 anni e si diletta di studi storici e scientifici sulle trasmissioni. Secondo Angus non si può essere sicuri che la trasmissione di segnali radio da Terranova a Poldhu in Cornovaglia, annunciata da Marconi nel 1901, sia veramente avvenuta. Nell'articolo viene ricostruita una situazione poco nota: Marconi era in serie difficoltà finanziarie nel 1901, e le sue stazioni riceventi e trasmettenti dalle due parti dell'Oceano Atlantico erano state danneggiate dal maltempo. Secondo Taylor i deboli segnali captati da Marconi in Cornovaglia potrebbero essere stati scariche di elettricità statica. Il primo collegamento radio funzionale tra l'Europa e l'America fu stabilito soltanto sei anni dopo. «Questa - ammette però Taylor - è una controversia che rischia di non essere mai risolta».

Ozono Nuovi impianti dell'Enea per rilevazioni

L'Italia intensifica la sua partecipazione agli studi sul «buco di ozono»: entro la fine dell'anno partirà per la base antarctica una nuova macchina, messa a punto dagli scienziati dell'Enea, in grado di accertare la presenza di cloro, che è l'elemento più aggressivo nei confronti dell'ozono. «Fino a questo momento abbiamo constatato e misurato la presenza del cloro ad altezze che variano dai quindici ai venti chilometri», ha detto Leopoldo Stefanuti, coordinatore del gruppo di studio dell'ozono polare che fa parte del progetto Antartide dell'Enea. «Questa macchina - ha aggiunto - permetterà di ampliare le nostre ricerche fino a 45 chilometri di altezza. Una quota mai esplorata». Stefanuti ha annunciato l'intenzione dell'Enea di partecipare al progetto internazionale, ideato dalla Nasa e dal Cnr, il centro nazionale francese delle ricerche, che prevede la costruzione di sei stazioni di rilevamento dall'Antartide alle zone tropicali per studiare i processi di cambiamento nella stratosfera.

MONICA RICCI-SARGENTINI

Il rischio ambientale: una percezione soggettiva. La sintesi, lo confessiamo, è un po' troppo stringata. Persino arida. Ma ecco, la notizia è fresca di qualche giorno, uno dei colossi della chimica mondiale, la tedesca Bayer (nientemeno!), venire a sorreggere con tanto coraggio. Dovendo, la nostra, aprire una nuova fabbrica in Italia, pensa bene di scegliere il sito a minor rischio ambientale. E quale potrebbe essere, agli occhi particolarissimi di un manager di Germania, il più pericoloso tra i tanti rischi che si annidano nell'ambiente? Ma è ovvio: il rischio ambientalista (che il lettore perdoni il troppo facile gioco di parole), la minaccia ecologista. Detto fatto. L'esimio ingegner Edoardo Ohmmeiss riceve incarico di redigere dettagliata mappa delle aree del Bel Paese a minore sensibilità ecologica. Compito ingrato. Per ben nove mesi, poverino, è costretto a battere in lungo e in largo lo Silvalone alla disperata ricerca di un sito, uno solo, non ancora inquinato. Cento ettari, puliti (puliti, si intende, a mo' di industriale), dove ancora non abbiano messo piede i lanzichenecchi della Lega ambiente, le orde al soldo del Wwf, i guastafeste di Italia nostra e (last, but not least) i kamikaze del nuovo Pci. La storia, se volete, è questa. Un po' patetica. Ma a lieto fine. Patetica perché (soggettività della percezione del rischio), invece di aprire un confronto coi cittadini e le associazioni ecologiste, molte aziende in Italia, in Europa, preferiscono (ancora) tentare di schivare quelle che considerano un (il) pericolo: le preoccupazioni dei cittadini per la salute e per l'ambiente. A lieto fine perché l'esimio ingegner Edoardo Ohmmeiss, la grande multinazionale Bayer, dopo attenta analisi e largo spiegamento di uomini e mezzi, hanno creduto di averlo individuato il loro sito a «basso rischio ambientalista» in quel di Ostiglia (Mantova). Dove, a immediata smentita, è scoppiata forte la protesta dei cittadini. Morale (ad uso delle aziende): Mai, sprezzante Bayer, esimio ingegner Edoardo Ohmmeiss, fidarsi troppo della statistica applicata alla ricerca sociopolitica. Altra morale (ad uso nostro). Ha ragione Chicco Testa quando sostiene che il fronte caldo della battaglia contro il rischio ambientale è quello della comunicazione.

Un fronte aperto di recente. Su un terreno che, a prima vista sembrerebbe buono per le aziende. Il più adatto, in questo decennio appena trascorso di comunicazione totale. Di sofisticato litino dell'immagine aziendale (inteso come nuovo meccanismo) e di rozzo trionfo berlusconiano (inteso come ricorso a spot selvaggio). Insomma un decennio in cui l'azienda si è riguardata per intero i galloni di «elemento positivo e dinamico del sistema sociale» perduti nel corso della crisi degli anni 70, grazie anche ad una «nuova strategia di comunicazione» che «non è più marginale e pragmatica, poco altro che un tributo doveroso», ma «diventa un elemento strategico impiegato con ampiezza e flessibilità» (Antonio Filali, «Il nuovo sistema del media», Franco Angeli, 1987). Ma, come spesso succede, anche l'esercizio più potente e flessibile

è in difficoltà quando di fronte ha l'imprevisto. L'ignoto. E l'ambiente, la nascita di una sensibilità ambientale di massa, sono per le aziende l'imprevisto e l'ignoto. Così al fronte della comunicazione ambientale le aziende vanno senza una strategia. Anzi spesso cercano di non andare. Semplicemente. Inutilmente. Come insegna la storia dell'esimio ingegner e della grande multinazionale. Tattica istintiva, antica. Forse la prima. «C'è al riguardo un episodio accaduto anni fa, all'alba della battaglia per il rischio ambientale», sulle coste del nord Europa», ricorda

Chicco Testa. «Una petroliera ha un incidente. Perde il suo petrolio, che ormai minaccia le coste. Il responsabile delle comunicazioni della multinazionale proprietaria della nave, uno dei maggiori esperti mondiali di comunicazione in tempo di crisi, è portato con la massima urgenza, in elicottero, sul posto. Rapida ricognizione e ordine perentorio: raffreddare a tutti i costi l'informazione. Non scuire una notizia. Il dente non duole, se l'orecchio non sente e l'occhio non vede. Peccato per lui (e per l'azienda) che sul posto di occhi indiscreti ve ne fossero, per caso, due. Quelli

di un reporter di un giornale inglese, amanti dei tramonti sul mare del Nord e provvisti, peraltro, di potente binocolo. I due occhi vedono e riferiscono. E mentre l'esperto sta ancora istruendo i suoi su come mettere in frigo così tanta informazione, le relative di Inghilterra stanno già vomitando a caratteri cubitali la notizia del grande disastro ecologico a due passi da casa». Insomma le aziende, in piena era multimediale, si trovano (ingenuamente) sprovviste di una strategia di comunicazione per affrontare l'imprevisto ambientale. Il guaio è - commenta su una rivista per

soliti chimici Mary Woodell, newyorkese, esperta di public relation - «che rinunciano ad informarsi sulle reazioni del pubblico e a predisporre un piano d'azione per una crisi ecologica sempre possibile». Quando invece si tratta di prevedere (e indirizzare) le reazioni del pubblico di fronte a un nuovo prodotto, gli indagini di marketing e campagne di promozione. Miopi, cicche aziende. Che, quando sono immerse fino al collo in una crisi ambientale, finiscono per combinare solo pasticci. O tentando di negare goffamente le informazioni. O mancando clamorosamente quello

che gli esperti definiscono il «target», l'obiettivo della strategia di comunicazione. Come riconosce sul «C&EN» Robert Petrusch, direttore della comunicazione presso la Uniroyal Chemical, la multinazionale al centro lo scorso anno del caso «alar». Quel composto chimico spruzzato a losa per rendere rosse e formose le mele d'America che all'improvviso si è trovato oggetto di una possente campagna di stampa ad opera di un gruppo ecologista con l'accusa di cancerogenicità. Furono momenti brutti in casa Uniroyal. Presi alla sprovvista, che cosa ti fanno? «Il nostro obiettivo

primario fu quello di parlare ai nostri clienti, ai legislatori, agli opinion leader, alle agenzie statali, insomma a tutti coloro che avevano un impatto diretto sull'alar». A tutti tranne che al grande pubblico. Quel pubblico che, a torto o a ragione, si è mobilitato e, a dispetto di clienti, legislatori e opinion leader, è riuscito a bloccare la vendita del pesticida. Quando la crisi infuria, consiglia Mary Woodell, meglio parlare direttamente al pubblico e dare tutte le informazioni via via disponibili. Persino se incomplete.

Peter Sandman è convinto che le cose stanno cambiando. Almeno negli Stati Uniti. Certo Sandman è un consulente delle industrie e del governo e il suo ottimismo può risultare un tantino sospetto. Ma è anche direttore del «Programma di ricerca sulla comunicazione ambientale» presso la «Rutgers University» nel New Jersey e il problema lo ha studiato per davvero. Le cose stanno cambiando, ritiene il dinamico professore, da almeno quattro anni. Da quando il «Superfund Amendments & Reauthorization Act Title III» definisce il diritto del pubblico ad essere messo a conoscenza delle operazioni aziendali che possono coinvolgerlo. In pratica, facendo di necessità virtù, le industrie americane stanno scoprendo il bisogno di averla finalmente una strategia di comunicazione del rischio. Una strategia globale, che non valga solo per di periodi di crisi. Il primo approccio? Faltamente. Le aziende sperano che tutto si sarebbe risolto in un megasperimento di didattica di massa: trovare la tecnica migliore per propinare al grande pubblico catere di dati scientifici. I propri dati. Ora però hanno imparato che quella di educare il pubblico è un'illusione destinata ad essere frustrata. Ma neanche una più corretta informazione può bastare. «Un pubblico bene informato non è certo più tollerante verso il rischio. Tutt'al più sceglie meglio quali rischi tollerare», commenta Sandman. Bisogna raggiungere l'ultimo stadio: il dialogo col pubblico. «Certo è che vista dall'Italia sembra una soluzione avveniristica. Qui da noi, almeno per il momento, il problema di come comunicare il rischio si pone in modo diverso» - ritiene Chicco Testa. - Quello di cui abbiamo urgente bisogno, prima ancora che di una corretta politica della comunicazione di parte, è di una corretta politica della comunicazione superpartes. Di una autorità di tipo anglosassone, un punto di riferimento e di garanzia certo. In America hanno l'«Environmental protection agency». In Italia non c'è nulla di simile. Qui parlano solo le parti sociali o i gruppi di opinione. Un disastro. Perché le informazioni sul rischio ambientale sono di parte: aziendale, politica o civile. Occorre crearla una pubblica istituzione investita di tanta autorevolezza e indipendenza di giudizio da poter invitare tutti questi interlocutori ad un tavolo intorno a cui possano sedere a rappresentare i loro diversi interessi, certo, ma anche a dialogare in un clima di reciproca fiducia. E poi, caso mai, passare tutti insieme alla fase del decision-making. Delle decisioni valide per tutti».



Disegno di Mitra Divshai

## E lo scienziato disse: tu, donna, berrai ma...

Secondo un recente studio americano le donne reggono l'alcool molto peggio degli uomini. La differenza è causata da un enzima, presente in maggiori quantità nello stomaco maschile, che scompone una parte dell'alcool prima che questo entri nel circolo sanguigno. Gli autori della ricerca suggeriscono che si differenzino i livelli di bevande alcoliche consentite a donne e a uomini nella guida degli autoveicoli.

DAL NOSTRO CORRISPONDENTE SIEGMUND GINZBERG

NEW YORK Un bicchiere di vino fa sulla donna l'effetto di due sull'uomo. Il pesante attacco maschilista alla parità tra i sessi viene dai risultati di uno studio pubblicato sull'ultimo numero del «New England Journal of Medicine», una delle più prestigiose riviste scientifiche del mondo. La differenza, nel caso specifico, è una differenza di stomaco.

La differenza, stando alla conclusione cui sono giunti i ricercatori coordinati dal dottor Charles Lieber della Mount Sinai Medical School di New York, viene da un enzima nello stomaco che scompone, «digerisce», una parte dell'alcool prima che questo entri nel circolo sanguigno e arrivi al fegato e al cervello: l'enzima della deidrogenasi. Lo stomaco femminile produce meno di questo enzima di quanto ne produca lo stomaco maschile. E quindi consente ad una maggiore quantità (a circa un 30% in più) di alcool di entrare in circolo. Il che, tenuto conto del fatto che le donne in genere pesano meno degli uomini, porta alla conclusione che un bicchiere di vino, birra o grappa vale il doppio per le donne.

Sull'aspetto quantitativo del risultato i ricercatori non hanno dubbi. «È accertato che se una donna beve due bicchieri il suo livello di ebbrezza è maggiore di quello di un uomo che abbia bevuto gli stessi due bicchieri, anche se le due persone avessero esattamente lo stesso peso», spiega il dottor Lieber. Nessuno, però, ha ancora una spiegazione plausibile del perché l'enzima si comporti diversamente nello stomaco maschile e in quello femminile.

Questa maggiore propensione femminile all'ubriacatura era stata rilevata da qualche tempo. Se ne erano ipotizzate le spiegazioni più disparate, compresa quella che ci avviene perché i tessuti femminili contengono più acqua di quelli maschili e quindi «annacquano» il vino. Solo negli ultimi anni si è rafforzata l'ipotesi, confermata da questo studio, che la differenza nasce già in pancia.

L'estensione del campione ad un gruppo di alcolizzati e alcolizzate ha confermato il ruolo dell'enzima: per ubriacare un alcolizzato basta anche un goccio perché il suo stomaco non produce più l'enzima che consente di assimilare l'alcool. Un'altra conferma è venuta quando l'alcool anziché assumerlo per via orale l'hanno iniettato in vena: in questo caso l'effetto su uomini e donne era identico. Un'altra conferma è venuta da esami bioscopici del muco dello stomaco maschile e femminile.

Resisi conto che il risultato potrebbe essere interpretato come il sostenere che le donne sono tutte potenzialmente alcolizzate, gli autori della ricerca si sono precipitati a mettere le mani avanti contro le accuse di «sessismo». «Vogliamo soltanto sostenere che le donne dovrebbero sapere che rischiano di avere più facili problemi con l'alcool e che dovremmo cominciare a differenziare in base al sesso nelle raccomandazioni su cosa si può e non si può fare». Un suggerimento ad esempio è che questa differenza tra i sessi venga presa in considerazione nella definizione dei livelli di bevande alcoliche consentite a donne e uomini nella guida degli autoveicoli e così via.

La pubblicazione di questa