

Falsi seni all'americana

La Food and Drug administration in Usa passa al setaccio merci per 570 miliardi di dollari ogni anno. Un comitato scientifico controlla 107 mila aziende. Negli ultimi clamorosi casi del silicone e delle valvole cardiache ha perso colpi.

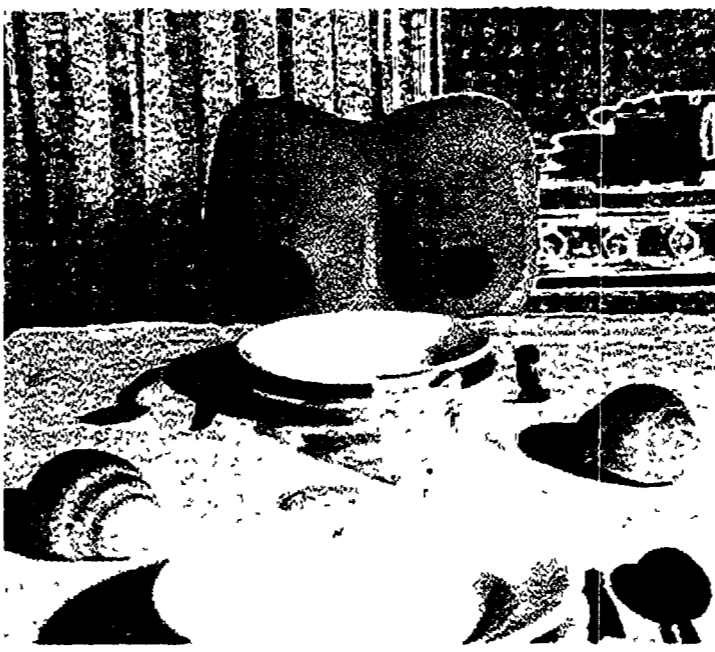
• Attilio Moro

Settemila impiegati dislocati in tutto il paese per passare a setaccio merci per 570 miliardi di dollari ogni anno. Oltre duemila investigatori, tecnici e ricercatori per indagare su migliaia di prodotti sospetti e tenere sotto controllo 107 mila aziende. È un comitato scientifico che suggerisce di accordare o negare licenze alle migliaia di aziende che ogni anno chiedono l'approvazione prevista dalla legge per la commercializzazione dei loro prodotti. È questo nei suoi tratti essenziali l'identikit della Food and drug administration, l'Agenzia federale istituita per tutelare i consumatori. Creata nel 1906, l'Fda nacque con il compito di vigilare sulla applicazione della Food and drug Act, la prima legge a difesa dei consumatori americani. Suo compito originario era quello di controllare che i cibi non contenessero gli additivi posti al bando. Oggi le sue competenze vanno dall'accertamento della qualità dei cibi alla approvazione pre-

Un potere enorme ma anche tanti passi falsi

ventiva dei farmaci, di make-up, di cosmetici ed altri prodotti di largo consumo. Il potere dell'Agenzia è insomma diventato enorme, il suo ruolo si è fatto sempre più difficile. Man mano che ha visto ampliarsi le sue competenze l'Agenzia è venuta a trovarsi sempre più sotto il fuoco incrociato delle aziende da un lato e la critica dell'opinione pubblica dall'altro. La pressione delle aziende è ovviamente formidabile. Certo le procedure sono lunghe, del resto raramente la Fda conduce istruttoria in proprio. Quasi sempre valuta le prove fornite dalle aziende stesse, che sono ovviamente interessate e spesso fuorvianti. Nel 1962, resistendo alla pressione della azienda che lo produceva, ritardò per mesi l'approvazione di un sedativo il Talidomide. Un ritardo che si rivelò provvidenziale dal momento che nel frattempo si scoprì che se approvato il farmaco sarebbe risultato letale per migliaia di pazienti. Del resto quella della Fda è una storia costellata di leggerezze e passi falsi. Ultimi, clamorosi casi sono stati quelli dei seni al silicone

e delle valvole cardiache prodotte dalla californiana Shiley. Sia le proteste al silicone che le valvole ottennero molti anni fa l'approvazione della Fda. Ora si scopre che il silicone si spappola, che può persino provocare tumori e che la salute di qualche milione di donne americane è stata messa a repentaglio con la complicità della Fda. Soltanto qualche settimana fa, sotto la pressione e perfino lo scherno di un'opinione pubblica sdegnata, la Fda ha fatto ammenda dell'errore commesso proibendo l'uso del silicone negli interventi di chirurgia estetica. Il caso delle valvole cardiache è semplicemente grottesco esattamente come usano fare le case automobilistiche, il mese scorso la Shiley informava i suoi 20 mila clienti che le sue valvole sono a rischio, e che comunque l'azienda è pronta a pagare le spese per la loro sostituzione. In questo momento i settemila uomini della Fda stanno analizzando decine di migliaia di prodotti dei settori merceologici più disparati. Tra questi ve ne sono alcuni - come il Ddi, il nuovo farmaco contro l'Aids per il quale la commissione scientifica ha raccomandato alla Fda la approvazione - per i quali non è possibile sbagliare



La difesa nasce nella giungla del '900

La prima associazione è del 1881 e segnala i negozi più a buon mercato pubblicando anche una "lista bianca" delle aziende che pagano di più

I movimenti dei consumatori hanno radici antiche negli Usa. È una presa della opinione pubblica tale per cui questo è forse l'unico paese nel mondo dove il suo esponente di maggior rilievo (Ralph Nader) si candida per essere eletto Presidente. I primi gruppi di difesa dei consumatori nascono verso la fine del secolo scorso in un interessante intreccio con le rivendicazioni salariali del movimento operaio. La prima associazione pienamente consapevole dei nuovi diritti è del 1881 è la Lega dei Consumatori di New York, che oltre a segnalare i negozi più a buon mercato pubblica anche una "lista bianca" delle aziende che pagano i salari più alti e offrono le migliori condizioni di lavoro. Sempre sul finire del secolo scorso i cittadini americani in ziarono a dubitare della genuinità dei cibi che mangiavano e iniziarono a premere per una legge federale che dettasse norme per la tutela dei consumatori. I progetti di legge si moltiplicarono, ma per anni vennero bloccati dalla formidabile pressione della industria alimentare. L'anno di svolta fu il 1906, quando Upton Sinclair scrisse "La giungla", un romanzo sulle terribili condizioni di lavoro e i frequenti incidenti di cui restavano vittime gli operai dell'industria della carne a Chicago. Il libro fece sensazione, il Presidente Teodor Roosevelt ordinò una inchiesta, in quello stesso anno venne approvato il Pure food Act e istituita la Food and Drug Administration. Ma il movimento americano dei consumatori divenne una realtà importante nella so-

cietà americana solo a partire dalla metà degli anni 50. In quegli anni uscì negli Usa un altro libro che doveva incidere profondamente nella stessa coscienza collettiva americana: "I persuasori occulti", di Vance Packard, una impressionante indagine sugli inganni della industria pubblicitaria e le frodi a danno dei consumatori. Seguì un fervore di movimenti e iniziative. Le amministrazioni cittadine cominciarono a fare una consapevole politica di difesa dei consumatori, nacquero i Dipartimenti per i "Consumer Affairs", una sorta di assessorato dalle mille attività, che vanno dalla pubblicazione di opuscoli di consigli utili, alle campagne antifumo, alle informazioni sui mutui per l'acquisto di una abitazione, al telefono rosso che informa 24 ore al giorno sui diritti dei consumatori e le possibili difese e pressochè tutti i possibili casi di violazione. I dipartimenti delle maggiori città dispongono anche di un braccio investigativo che ispeziona i negozi e compila i rapporti. Uno dei più interessanti e quello pubblicato qualche settimana fa dal dipartimento della municipalità di New York, secondo il quale nei quartieri poveri della città la spesa quotidiana costa l'8% in più rispetto a quelli ab-

dati dal ceto medio. La ragione di questa singolare circostanza è semplice: minore concorrenza e maggiori costi di trasporto. "Malgrado tutti i problemi - dice Pastor Herrera, direttore del Dipartimento "Consumer Affairs" di Los Angeles - il peso crescente delle associazioni dei consumatori ha mutato radicalmente il rapporto tra le aziende e i loro clienti". Anche il governo federale dispone di un piccolo Office for Consumer Affairs, istituito nel '64 - un anno dopo un famoso discorso di Kennedy sui diritti dei consumatori - con il compito di consigliare il Presidente sulle politiche della Casa Bianca di tutela dei consumatori. Le associazioni di consumatori sono oggi negli Usa centinaia. La maggior parte di loro ha carattere locale. Le più influenti: l'American Council on Consumer Interests diretta da Loren Geistfield e "Public Citizen" fondata negli anni 60 da Ralph Nader, che conta oggi 100mila associati e si batte non solo per le rivendicazioni tradizionali del movimento dei consumatori, ma per il controllo dell'inquinamento, l'accesso all'informazione e alle decisioni del governo federale e degli enti locali.



Il cliente più difficile degli States

Il più difficile cliente d'America". Così il settimanale "Times" ha recentemente definito Ralph Nader. Nessuno forse più di lui ha dato filo da torcere alle aziende americane. Inizio negli anni 60 con l'attaccare le tre grandi compagnie automobilistiche, Chrysler, Ford e General Motors. Ora denuncia l'imperialismo delle multinazionali e teorizza il ruolo cruciale dei consumatori nella società postindustriale. "L'assalto alla salute e alla sicurezza del pubblico - dice Nader - è ben peggiore della violenza criminale che tante vittime fa tra i cittadini americani. Viene dall'arroganza delle grandi compagnie la minaccia più grave all'ordine e alla legge". Nel '65 Nader pubblicò "Unsafe at any speed", una dura denuncia del disinteresse delle compagnie automobilistiche per i problemi della sicurezza. "Dai tempi della Ford T - scriveva Nader - nessun progresso è stato realizzato in termini di sicurezza. L'unica cosa che sta a cuore alle compagnie e il profitto: per il profitto sono pronti a sacrificare la vita di milioni di cittadini". A causa delle sue denunce la General Motor dovette ritirare tra il '65 e il '69 dal mercato - avvenimento assolutamente senza precedenti - 6,7 milioni di Chevrolet, sotto accusa per difetti nel sistema frenante.

Nel '60 Nader fondò il "Center for Study of Responsive Law" il primo centro di ricerca sugli abusi a danno dei consumatori. Il centro è ancora oggi una preziosa fonte di informazione sulla salubrità dei cibi, dell'acqua, dell'aria. Negli ultimi 20 anni Nader ha fondato associazioni di consumatori in tutti gli Stati del Nordamerica. "Il movimento dei consumatori - dice Nader - è oggi molto più maturo, la gente si informa, si documenta. Ed è sempre meno disposta a tollerare l'arroganza delle grandi compagnie".

Nader non ha grande simpatia per la Food and Drug Administration. "Le agenzie federali - ci dice - nei casi migliori si limitano ad un ruolo di arbitraggio, nei peggiori rappresentano nel governo gli interessi delle grandi aziende". Ma gli strali di Nader non sono diretti soltanto nei confronti delle grandi compagnie e all'Fda. Costante è la sua polemica nei confronti della arroganza dei politici, del sistema fiscale americano, dell'intreccio di business e politica.

"La forza del movimento dei cittadini è nella perseveranza - ama ripetere. Non bisogna mai allentare la pressione". E bisogna dire che pochi personaggi della vita pubblica americana sono stati più tenaci di lui. "La democrazia - ci dice - si esplica nella lotta di ciascuno in difesa dei propri diritti. Altrimenti si riduce a puro slogan. Con il venir meno della minaccia alla nostra sicurezza nazionale - aggiunge Nader - la democrazia americana può ora espandersi pienamente. E vincerà se riuscirà a sventare le minacce che ancora pesano sulla sicurezza dei consumatori".

Nader corre ora per la presidenza. È una battaglia ovviamente solo simbolica. "La carica alla quale aspiro - ama dire - è quella di cittadino a tempo pieno".

• A M