

sabato 2 giugno 2001

Italia

l'Unità

7

La scrittrice cult del movimento antiglobalizzazione: sarà un grande evento di contestazione, forse il più grande da Seattle in poi

Naomi Klein: a Genova contro Bush e Berlusconi

«Il presidente Usa distrugge l'ambiente, il nuovo premier italiano è il simbolo di cosa si può fare con il marchio»

Luca Landò

MILANO L'obiettivo finale? Il peso zero. Niente dipendenti, niente sindacati, niente macchine. Insomma niente produzione. È il sogno dell'industria moderna che più moderna non si può. È il Nirvana del capitalismo, tutto diritti niente doveri, diventato sempre più vicino e sempre più possibile. Un paradiso che non deve attendere grazie a una idea tanto spregiudicata quanto semplice: vivere il pianeta, non per quello che è ma per quello che offre. Non un condomino con sei miliardi di inquilini, dunque. Ma un luogo talmente grande dove chi cerca trova. Diamanti e carbone, naturalmente. Ma anche quartieri e periferie dove c'è sempre qualcuno, da qualche parte, disposto a lavorare per te a un quarto di dollaro in meno. Il nuovo colonialismo non si limita a estrarre petrolio in Nigeria e portarlo in Inghilterra. O cercare smeraldi nello Zimbabwe e venderli ad Amsterdam. La nuova frontiera è produrre scarpe, maglioni e magliette in Corea, Honduras, El Salvador e venderle a Milano, Londra, Los Angeles.

Insomma, un pianeta del bengodi fatto di «zone franche di produzione», autentiche nicchie industriali nelle quali i più scaltri riescono sempre a infilarsi, alla faccia dei diritti umani e degli accordi sindacali.

Se ne è accorta anche Amnesty International, che alla luce delle sue quaranta candeline ha scoperto che guardare nelle case private (gli stati-nazione) non è più sufficiente: ora bisogna cercare nella casa di tutti. Il pianeta, appunto. Dietro il termine pomposo e fumoso, sicuramente importante, di globalizzazione si nasconde una versione aggiornata di un vecchio concetto: sfruttamento. Lo sanno i 16.310 dipendenti della Levi's in California licenziati senza troppi complimenti nel 1997 per essere sostituiti da «appaltatori che operano in tutto il mondo». Lo sapeva Carmelita Alonzo, «morta di straordinari», come dicono i suoi colleghi, in una di quelle aziende di appaltatori.

E lo sa Naomi Klein, giornalista-attivista (come si definisce lei stessa) cresciuta a Toronto in un quartiere di industrie tessili e in questi giorni in Italia per presentare il suo libro, No Logo (Baldini&Castoldi), autentico cult del movimento antiglobalizzazione. «Da piccola non vedevo che fabbriche e magazzini, uomini e donne che tagliavano e cucivano, imballavano e spedivano. Adesso vedo solamente muri di mattoni a vista e magazzini abbandonati, splendidi esempi di archeologia industriale con qualche loft alla moda. Producevano impermeabili London Fog, molto utili da quelle parti perché a Toronto piove spesso». Adesso quelle fabbriche non ci sono più, ma a Toronto piove ancora. E la gente indossa sempre impermeabili di quella marca. Chi li produce? E dove?

La risposta la trovò la stessa Klein girando il mondo per il suo libro. Fimì a Cavite, una città industriale delle Filippine piena di aziende e magazzini. Con una caratteristica: sulle porte di quelle strutture non c'erano insegne. «Se vuoi trovare un posto senza marchi devi andare da quelle parti», scherza la Klein. Cavite è una città senza volto dove si producono prodotti inutili (a che servono, a Cavite, gli impermeabili invernali e i monitor ultrapiat-ti?), dove si lavora senza sosta, senza



“ **Contro Bush** perché è il primo meeting dopo il no degli Stati Uniti alla ratifica degli accordi di Kyoto



beppe grillo

Ci vorrebbe la pena di morte per le aziende che uccidono

MILANO «Ci vuole la pena di morte». Parte morbido Grillo, venuto a Milano a presentare il libro di Naomi Klein. Aveva promesso che non avrebbe fatto né show né numeri. Ma dopo cinque minuti cinque, il comico genovese inizia ad agitarsi sulla sedia come Roger Rabbit davanti alla salamoia. «Scrivete, scrivete. Io sono favorevole alla pena di morte. Ma non per le persone in carne e ossa: per le persone giuridiche». Prego? «Il concetto è semplice. E da più di un secolo che ci rompono le scatole con questa storia della responsabilità limitata. Che è una fregatura bella e buona. Perché in questo modo una azienda non è mai responsabile di quello che fa. E male che vada, se la cava con una semplice multa. E allora, che bisogna fare? Ci sono dei crimini che se commetterli fosse un uomo, a seconda del Paese in cui si trova gli taglierebbero le mani, se non il collo. In ogni caso lo metterebbero in galera. Ebbene, quando viene provato che un'azienda provoca la morte di persone o causa danni irreversibili all'ambiente, quell'azienda deve sparire per sempre. Bisogna ucciderla, in senso giuridico appunto. E magari requisirne i beni, in modo da risarcire o riparare».

È davvero sicuro che si possa arrivare a qualcosa del genere? «Per nulla, ma sono ancora più sicuro che se non ci proviamo non accade un fico secco: nessun diritto, nessuna conquista è nata per generazione spontanea. Quel che succede, invece, è che noi stiamo fermi a guardare mentre gli altri vanno avanti per la loro strada. Come quel signore con le nuvolette alle spalle che è diventato presidente del Consiglio. O come la faccenda di Telemontecarlo: hanno fatto un po' di scena e poi l'hanno fatta comunque dicendo che si tratta di un terzo polo. Ma quale terzo polo? Ma non vedete che è un tutto un polo, anzi un monopolio? Alla Rai ci sono dirigenti che vanno a cena con quelli di Mediaset e funzionari che vengono da Publitalia. Credetemi, c'era più concorrenza in Unione Sovietica ai tempi della Pravda». E allora, che fare? «È da una vita che mi presento



ai miei spettacoli con un formaggio in mano. E ogni volta, partendo da quel formaggio arrivo a parlare di prodotto interno lordo e fatturato. E di cosa succede se tutti, ripeto tutti, smettessimo di comprare quel formaggio. Ci danniamo tanto per le ultime elezioni (e lo credo bene) ma poi dimentichiamo che ciascuno di noi, quando va al supermercato, è come se andasse in cabina elettorale. Oggi esistono forme di protesta più moderne ed efficienti ma questo, la sinistra, mi pare non l'abbia compreso. Sono rimasti allo sciopero, che è importante, certo, ma è uno strumento dell'Ottocento». Però nella sua città, Genova, si sta preparando un forte movimento di opposizione. «Francamente ho la sensazione che non succederà un bel nulla. Nel senso di cambiamenti, dico. Anche perché i mezzi d'informazione hanno già iniziato la loro campagna stampa: tutti parlano di violenza e nessuno di contenuti. Accendi la tv e ti parlano di Genova blindata, compri un giornale e ti dicono che ci sono 18mila militari pronti a sbarcare. Mia madre, per far la spesa, mi ha chiesto se le trovo un marine...».

I. I.

La scrittrice Naomi Klein ieri a Milano per la presentazione del suo libro «No logo». In alto: Beppe Grillo. Dal Zennaro/Ansa



“ **Contro Berlusconi** perché altri magnati come Murdoch potrebbero imitarlo

diritti e senza sindacati, dove il padrone non è chiaro chi sia (chi ti assume e ti controlla, o «il cliente», l'azienda straniera che fa in modo che ci sia qualcuno che ti assume e ti controlla?). Il tutto con la sensazione che il lavoro oggi c'è, domani chissà. Perché se il committente si stufa, o semplicemente trova condizioni migliori, ti saluta senza molti inchini. «Non a caso quelle fabbriche, in Guatemala le chiamano 'rondini', pronte a volar via da un momento all'altro».

Tutto questo ebbe inizio quindici anni fa quando si impose una nuova strategia di marketing. «A metà degli

anni Ottanta le grandi aziende iniziarono a puntare con molta più decisione sul branding, sulla costruzione del marchio. Fu una autentica rivoluzione. Fino ad allora, anche se si riconosceva l'importanza del marchio, la prima preoccupazione di un industriale era la produzione di beni. Era questa la dottrina dell'era industriale. Oggi le priorità si sono capovolte. Molte, tra le aziende più note, non si occupano più di produrre e reclamizzare le merci: piuttosto le acquistano e vi appongono il marchio. Si tende al «peso zero», appunto: chi possiede di meno, chi ha meno dipendenti, chi produce

immagini anziché prodotti, vince la corsa».

Tutto questo, dice la Klein, funziona solo a una condizione: che il marchio creda fermamente in se stesso. «Anche in passato si parlava di branding, di etichette. Ma era una sorta di serena convivenza: c'era il marchio e c'era il prodotto. Oggi si teorizza la possibilità, estrema, di vendere solo "marchi". Con il risultato, inquietante, che i marchi sono dovunque». Come quella scuola americana dove vengono istituita la giornata della Coca Cola, durante la quale i bambini dovevano impegnarsi in attività collegate alla

famosa bevanda: disegni, temi, canzoni. «Un bambino, forse per distrazione, si presentò con una maglietta della Pepsi: successi il finimondo. Il presidente chiamò i genitori e li accusò di voler rovinare quello che la Coca Cola aveva fatto, in termini di sponsorizzazioni, per la scuola stessa», dice la Klein.

Che c'entra tutto questo con la globalizzazione? «Parlare di marchi senza parlare di globalizzazione è sbagliato. Le due cose vanno a braccetto. Non ci sarebbe il culto del marchio, se non ci fosse la possibilità di produrre a bassi costi in qualche parte del mondo. E non ci sarebbero le aziende ron-

dini del Guatemala se non ci fosse il culto del marchio». Ma le conseguenze sono anche altre. «Con questa ondata di mania del marchio è arrivato un nuovo tipo di uomo d'affari, quello che vi dirà sempre, in ogni situazione, che il marchio X non è un prodotto, ma uno stile di vita, un modo di pensare, una gamma di valori, un'idea (vi ricorda qualcuno?). La Ibm non vende computer, vende soluzioni per le aziende; la Swatch non è solo orologi, ma il concetto stesso di tempo. In Italia avete l'esempio più evidente di quello che si può fare creando un marchio. Quello che Berlusconi ha fatto

con se stesso e con Forza Italia è branding puro ma applicato alla politica. È un precedente pericoloso perché ci sono altri magnati, Murdoch ad esempio, che potrebbero ispirarsi a quello che ha fatto il vostro Cavaliere. E' per questo che gli occhi del mondo, per un verso o per l'altro, sono puntati sul vostro Paese. E tutto questo lo si vedrà con chiarezza a Genova, in occasione del G8 - dice la Klein. - Su questo non ho dubbi: il controvertice di Genova, quello organizzato da tutto il movimento contro il G8, sarà un grande evento di contestazione, forse il più grande da Seattle in poi».

Sul tavolo, questa volta, ci sono parecchi temi da affrontare. E tutti di grande significato. «Sicuramente sarà un evento contro Bush, perché è il primo meeting internazionale dopo il clamoroso e ostinato no degli Stati Uniti alla ratifica degli accordi di Kyoto sull'ambiente. Nello stesso tempo sarà un evento contro Berlusconi, perché nessuno più di lui rappresenta quello che la filosofia del logo, del marchio può fare. E un conto è convincere una persona a comprare una paio di scarpe. Un altro spingerlo a scegliere un partito». Qualcuno dice che il movimento antiglobalizzazione sia nato più per reazione ad alcuni aspetti del mondo commerciale che per una vera coscienza politica. «Agli inizi era sicuramente così: il movimento antiglobalizzazione e quello contro l'invasione dei marchi e della pubblicità erano separati. Quest'ultimo era soprattutto un fenomeno americano, dove i giovani sentivano l'esigenza, molto privata e personale, di provare a vivere in un mondo meno inquinato dalla pubblicità. In America sono arrivati a mettere annunci pubblicitari persino nei bagni delle scuole e delle università, in modo che chiunque, in quei pochi minuti di intimità, non potesse far altro che fissare l'immagine di una marca di scarpe o di magliette - dice la Klein. - Strada facendo i due movimenti si sono uniti. Anche perché se davvero vuoi cambiare le cose, a questo mondo, devi trovare il modo di intaccare il fatturato delle aziende. Le campagne di boicottaggio contro la Shell o la McDonald dimostrano che una protesta di boicottaggio condotta a livello mondiale può davvero influire sulle decisioni delle multinazionali. Da questo punto di vista Internet rappresenta uno strumento formidabile, perché consente la libera circolazione delle informazioni come pure la possibilità di organizzare forme di protesta in diversi Paesi nello stesso momento. Chi accusa di superficialità il movimento antiglobalizzazione sbaglia. E il messaggio più importante è rivolto ai teorici della fine della storia, quelli convinti che il mondo non possa far altro che andare avanti lungo binari prestabiliti. E una fesseria: il movimento, le forme internazionali di boicottaggio, la protesta via Internet indicano che c'è ancora spazio per il dissenso. La fine della storia è una storia già finita. Il mondo può ancora cambiare».

llando@unita.it

clicca su
www.indvmedia.org
www.nologo.org

GENETICA

Clonato il primo agnello immune alla Bse

È nato a Edimburgo, in Scozia, il primo agnello geneticamente modificato in modo da essere inattaccabile dallo scrapie, la malattia degli ovini analoga alla Bse dei bovini. L'agnello, frutto di due anni di lavoro, è stato clonato dall'equipe di John Clark, ricercatore del Roslin Institute considerato uno dei «padri» della pecora Dolly. L'agnellino scozzese è stato privato per mezzo di manipolazione genetica del gene della Prp, la proteina prionica che, modificata, è la causa della Scrapie. Finora la ricerca era riuscita a ottenere un risultato di questo tipo soltanto sui topi. La notizia è stata data dallo stesso Clark ad Asti, durante un convegno internazionale sugli organismi geneticamente modificati organizzato dall'università di Torino. La nascita del primo agnello inattaccabile dalla Scrapie, variante ovina della Bse, è un passo fondamentale della lotta al morbo di Mucca Pazza. L' esperimento, dicono i ricercatori, potrebbe portare in un paio di anni alla realizzazione di bovini Bse-resistenti. L' agnellino transgenico creato da John Clark e dalla sua equipe è stato clonato partendo da un fibroplasto (cellula fetale) di tessuto connettivo.



ABUSI SU BIMBI

Fuga di notizie su pedofili Toscana si appella a Ciampi

È con «indignazione» che i capigruppo di tutte le forze politiche del Consiglio regionale della Toscana hanno appreso le indiscrezioni circa il coinvolgimento di un presunto consigliere toscano nell'inchiesta sulla gang di pedofili che agiva a Roma. L'argomento non era all'ordine del giorno della riunione odierna dei capigruppo fissata da tempo, ma l'eco che l'indiscrezione riportata da alcuni organi di stampa ha suscitato, ha convinto i rappresentanti dell'istituzione locale ad affrontare la scottante questione. La riunione dei capigruppo era presieduta dal presidente del Consiglio regionale Riccardo Nencini. Comune a tutte le prese di posizione è «lo scorcio e al tempo stesso l'indignazione», come hanno riferito alcuni dei capigruppo al termine della riunione, per l'inquietante ombra gettata sull'intero consiglio regionale e i suoi 50 membri. Per tutelare l'onore e la rispettabilità dell'istituzione locale, i capigruppo all'unanimità hanno concordato una serie di iniziative poiché l'indiscrezione, attribuita da organi di stampa a fonti giudiziarie di Roma, ipotizzava il presunto coinvolgimento di un consigliere regionale toscano nei confronti del quale non risultavano al momento addebiti e che quindi non era indagato.

ALIMENTI

Pesticidi nella frutta? Gli italiani stiano tranquilli

Gli alimenti in Italia sono sicuri, dunque i consumatori possono stare tranquilli. Lo afferma Agrofarma, l'associazione che rappresenta i produttori di fitosanitari, dopo gli allarmi sulla presenza di pesticidi nell'ortofrutta lanciato ieri da Legambiente. «Il ministero della Sanità - rileva Agrofarma - ha continuamente fornito i risultati dei monitoraggi fatti dal Servizio sanitario nazionale sui residui di prodotti fitosanitari negli alimenti, evidenziando che il 98,7% delle analisi è conforme alla legge o addirittura esente da residui (60%). In questi ultimi anni, infatti, aggiunge, «si ritrovano residui in quantità superiore ai limiti fissati solo per l'1,3% dei campioni, con un netto miglioramento rispetto al 5% del 1993». L'associazione sottolinea poi con forza che «la presenza di residui entro i limiti legali esclude rischi per la salute, perché il limite legale è correlato ad una approfondita analisi dei rischi sanitari, che vede mediamente limiti da 100 a 1.000 volte superiori». Pertanto, conclude Agrofarma, «il consumatore italiano è tutelato al pari degli altri consumatori europei, rispetto ai quali ha il vantaggio di consumare alimenti sani e sicuri, perché la percentuale di campioni di alimenti fuori norma è dell'1%, mentre in Europa la media è del 3%».