

Il mio ambientalismo? è quello di Mandela

FULVIA BANDOLI *

Si è aperto un interessante dibattito sulle vostre pagine; in mezzo a tante discussioni un po' ripetitive, questa è attuale e feconda.

Partiamo dalla sostanza, l'ambientalismo è stato un movimento (è ancora molti piccoli e grandi movimenti); vive in associazioni di massa rappresentative; è diventato per alcuni un partito politico (che non è mai riuscito ad andare oltre il 2%); si è introdotto nella vita quotidiana e sulle tavole di milioni di persone, ma oltre a tutto ciò e prima di tutto questo, l'ambientalismo è una concezione dello sviluppo.

Dunque sono ambientalisti coloro che nel parlare di economia, nel decidere riforme, nel governare realtà complesse tengono conto del fatto che le risorse naturali sono limitate, che la terra non può sostenere un carico ambientale illimitato, che il benessere di pochi può mettere in pericolo la vita e lo sviluppo della maggior parte della popolazione del mondo.

La globalizzazione che abbiamo di fronte è ingiusta, neo-coloniale e accresce la povertà

L'ambientalismo, nuova e recente cultura politica, è tra le poche che consente di vedere, partendo dallo specifico, le grandi contraddizioni che attraversano l'epoca moderna.

Come tale è destinata a durare nel tempo e sarà sempre più necessaria. Senza questo respiro si subisce la realtà e rinunciando alla critica dell'esistente e delle sue ingiustizie non si cambierà in meglio la vita degli esseri umani.

Non possiamo negare però, noi che ci diciamo ambientalisti, il fatto che negli anni della scoperta e del pieno dispiegamento della contraddizione ambientale sia prevalsa la logica che portava a presentare l'ecologia come denuncia e profezia di tremende apocalissi, così come è innegabile, d'altro lato, che la maggior parte degli economisti ha deliberatamente deciso di non guardarla in faccia per poter continuare a pensare lo sviluppo così come sempre si era fatto nel secolo scorso.

Noi ambientalisti ci siamo via via corretti e abbiamo messo da parte ogni residuo fondamentalismo: ci siamo dotati di analisi più scientifiche, siamo stati in grado di fare proposte alternative di sviluppo qualitativo in molti settori strategici, l'ambiente è diventato una occasione per uno sviluppo di qualità, abbiamo dimostrato che la riconversione ecologica poteva portare nuova occupazione e più qualificata, che il benessere cresceva se aumentava la qualità ecologica di una fabbrica, di una città, di un quartiere, di un territorio, del sistema dei trasporti.

Quelli che ancora non sentono il bisogno di correzioni drastiche sono gli economisti e infatti per molti di loro l'ecologia è spesso argomento sconosciuto! E alla pari degli economisti il mondo del credito che continua a finanziare progetti a prescindere dalla qualità ambientale che portano in sé, considerando solo e sempre i margini di guadagno monetario immediato.

Che sia l'ennesima speculazione edilizia, poco importa ad una Banca, purché alla fine vi sia un ritorno sicuro ad alti tassi di interesse. Nel mondo delle imprese qualcosa, timidamente, si muove sul fronte dell'innovazione dei processi produttivi, del risparmio energetico, della contabilità ambientale, della qualità delle produzioni.

Molto infine si è mosso dentro il sindacato che da anni ha co-

minciato a fare i conti con il tema della qualità dello sviluppo.

Un po' più ambientalisti sono diventati anche i democratici di sinistra, ma con molta intermittenza, merito del fatto che da cinque anni ci siamo organizzati come ambientalisti in una struttura autonoma che raccoglie oltre diecimila aderenti sparsi in 60 città, il 30% dei quali non iscritti al partito.

Una forma nuova, molto aperta all'esterno ma non molto ben vista dalle strutture tradizionali del partito, o poco valorizzata, perché nulla è più difficile che introdurre culture nuove in un partito politico quando i gruppi dirigenti non ne sono convinti e quando le forme dell'iniziativa politica sono sclerotizzate. Ho fatto questa breve storia per dire una cosa sola e semplice: siamo di fronte ad una strana realtà... mentre il partito Verde attraversa la sua

ennesima crisi di esistenza si discute sempre più di ambiente nelle sedi internazionali, nei vertici mondiali, e anche nelle case degli italiani.

Dunque abbiamo un compito serio dentro la coalizione e dentro i principali partiti che la compongono. La coalizione dell'Ulivo deve continuare a mettere al centro una lettura della società e dello sviluppo che parta dalla sostenibilità ambientale, non deve attenuare questo dato. La stessa cosa devono fare i principali partiti che la compongono, la Margherita e i Ds in particolare, perché ogni ambientalista trovi la sua collocazione e sedi nelle quali poter fare iniziativa politica.

L'ho sempre detto sommessamente, in questi anni, che non mi convinceva il fatto che solo i

Verdi si ritenessero depositari della cultura ambientalista o che la coalizione delegasse solo a qualcuno la rappresentanza di questi temi; è uno schema che non ha funzionato e che rischierebbe, se perpetuato, di indebolire la forza innovativa che l'ambientalismo porta in sé.

Ma a sinistra c'è un problema in più: dopo questa dura sconfitta siamo chiamati non a decidere se fare o no un partito di sinistra (credevo sinceramente che questo l'avessimo deciso da tempo) ma a chiederci come mai non lo abbiamo fatto! E a definirne profilo, principi, programmi, ideali e valori, a rinnovare la lettura della società, del mondo e delle sue enormi contraddizioni.

Credevo che la cultura ambientalista sia tra le più feconde e possa fornire una «cassetta degli attrezzi» in parte nuova per cominciare a prendere la parola, ad esempio, non per dire se vo-

gliamo o no la mondializzazione - interrogativo astratto e malposto - ma per dire che la globalizzazione che abbiamo di fronte è ingiusta, neocoloniale, accresce la povertà nel sud del mondo e anche nei paesi ricchi, riduce tutto a merce e mercato, non redistribuisce risorse, non si misura con il limite delle risorse naturali.

Dice Nelson Mandela, il più democratico ed equilibrato leader dei paesi poveri, che la globalizzazione è inevitabile ma aggiunge che non è inevitabile che sia così ingiusta, parziale, diretta solo dai governi forti del mondo.

Aggiunge anche, molto efficacemente, che non si dovrebbero globalizzare solo i mercati e le intermediazioni finanziarie, ma anche la povertà, l'Aids, la siccità, la mancanza di cibo, la questione demografica.

Le sedi internazionali che dirigono i processi di mondializzazione - il governo americano, il Wto, il Fondo monetario internazionale, il G8 - sono sedi parziali che escludono la rappresentanza paritaria dei paesi in via di sviluppo, e l'Onu, l'unica sede che tutti li comprende si è sempre più svuotata di poteri e funzioni a favore delle altre. Penso sia interessante ciò che si è messo in moto a Seattle e dintorni, i movimenti e le reti che si sono create in occasione dei vertici internazionali, ma i veri leader del movimento contro i rischi e le ingiustizie della globalizzazione sono, a mio parere, i governi

democratici dei paesi africani, latino americani, asiatici.

Non è forse vero che se a Genova, accanto ai G8 più ricchi sedessero i G8 più poveri del mondo avremmo finalmente la maggioranza della popolazione mondiale pienamente legittimata a decidere il suo destino e dunque tutt'altra agenda di discussione?

Sarebbero all'ordine del giorno i prezzi miseri pagati dai paesi ricchi sulle principali materie prime, le barriere commerciali e le regole del commercio internazionale, i brevetti sui medicinali e il divieto a produrli nei paesi più colpiti da Aids o da malattie altrove debellate, la politica di prestiti seguita finora

E se a Genova accanto ai più ricchi sedessero i G8 più poveri del mondo, di cosa si discuterebbe?

dal Fmi e dalla Banca mondiale, i diritti del lavoro nei paesi in via di sviluppo... lo sfruttamento del lavoro minorile... e potrei seguitare. Serve manifestare a Genova certo, liberamente e pacificamente, e vanno garantite le condizioni a che ciò possa avvenire, ma ciò che serve è una Europa, e una sinistra europea in particolare, che assuma questi temi tutti i giorni e lavori per la radicale riforma delle sedi internazionali di decisione, facendo da sponda concreta alle giuste rivendicazioni dei paesi poveri. Abbonare i debiti è misura minima e dovuta... ci disse sempre Mandela nel nostro recente viaggio in Africa, ma quand'è che pagherete i crediti economici, morali, culturali immensi che avete contratto in questi secoli con noi?

Si rivolgeva ai paesi ricchi... ma soprattutto alla sinistra di questi paesi, perché la destra non può ascoltare e non può capire questo messaggio! Cominciamo ad ascoltarlo noi e a muoverci di conseguenza in tutte le sedi internazionali e soprattutto in Europa.

Altrimenti, sinceramente, non capisco più di quale sinistra si parli se si pensa di fare un altro congresso che lascia fuori dalla porta «il mondo»!

* responsabile nazionale Ambiente D.S.

Maramotti



Segue dalla prima

Attenti, la pubblicità vi spia

Mettiamo la pubblicità per l'attaccata dentiera in camera della nonna e quella per l'ultimo modello di play station nella camera dei ragazzi.

La presentano come "un'opportunità per fornire ai telespettatori l'informazione che più li interessa". "Non sarebbe bello evitare che tutte le famiglie debbano sorbirsi la stessa reclame per gli assorbenti o il reggiseno?", è il modo in cui la mettono. Quasi un servizio pubblico, insomma, bontà loro. Ma molto redditizio: le tv pensano già di potere applicare alla pubblicità

mirata tariffe doppie rispetto a quella "indiscriminata". Geniale, se non sollevasse un problema di privacy e un problema di frammentazione sociale da parte di un mezzo, la tv, il cui merito, se c'è, è stato sinora unificare ricchi e poveri, campagne e città, nord e sud.

La ACTV, la società leader nel settore che ha fornito alla AT&T la tecnologia per questo primo esperimento, giura che non intendono al momento violare apertamente la privacy dei telespettatori differenziando la pubblicità trasmessa in base all'analisi del modo in cui guardano la tv, delle preferenze sui programmi, dei gusti. Si limiteranno invece inizialmente a dividere i telespettatori in quattro grandi categorie: famiglie con bambini e senza bambini, famiglie con reddito medio alto e famiglie

con reddito medio basso. Sulla base dei dati forniti dai clienti al momento del contratto. Non spiondono le abitudini, come quando e cosa guardano in tv, dicono. Anche se si affrettano a chiarire che questo gli sarebbe già adesso tecnicamente possibile. Il Grande fratello pubblicitario non è un incubo per domani, è realtà presente. "Le marche sono la nuova religione."

Hanno successo le marche con la fede, la passione e l'energia per convertire, era stato il modo in cui la Young & Rubicam, la più grande agenzia pubblicitaria al mondo, aveva presentato l'ultimo catalogo dei propri clienti.

Profetici. "Dio ti guarda", dicevano le vecchie religioni. La pubblicità ti guarda, può dire la nuova.

Siegmond Ginzberg

Segue dalla prima

LA SINISTRA VISTA DA ERODOTO

Per vincere bisogna radunare una forza navale assai articolata. Si ricorre ai coloni della Magna Grecia: - aiuti dovevano arrivare anche di là.

La questione era: chi deve guidare la coalizione? Erodoto scrive nel libro VIII delle sue «Storie», al capitolo 2: «Dappriocipio, prima di mandare l'ambasceria in Sicilia per radunare alleati, avevano discusso sull'opportunità di affidare il comando della flotta agli ateniesi.

Gli alleati si erano opposti, e gli ateniesi avevano ceduto: un punto

stava loro a cuore soprattutto, la salvezza della Grecia; ed erano certi che mantenendo aperti i contrasti sul comando supremo, la Grecia era perduta.

Avevano ragione, poiché un conflitto interno è tanto peggio di una guerra condotta in armonia, quanto la guerra è peggio della pace».

Dalle poche parole di Erodoto, arriva una limpida lezione sui modi in cui praticare una egemonia, sia all'interno di una coalizione, sia all'interno di un partito. La lezione

riguarda il fine che un'egemonia debba porsi: cioè, il bersaglio di un progetto politico, e che una leadership dovrebbe avere a cuore quale sintesi diffusamente convincente.

Tema grande, e semplicissimo da risolvere, sempre che si ritenga quanto, come dice Erodoto e come pensarono gli ateniesi davanti al pericolo dei persiani, «un conflitto interno è tanto peggio di una guerra condotta in armonia, quanto la guerra è peggio della pace».

Cosa c'è da dire di più? Enzo Siciliano



cara unità...

Quel telefono mai arrivato

Giuseppe Parisse, Pescina (AQ)

Cari compagni, il mio nome è Giuseppe Parisse negli anni dal 1993 al 1997 sono stato segretario politico dell'unità di base di Pescina (AQ). Vi scrivo per raccontarvi una piccola storia, dal 12 marzo 2001 gestisco un distributore di carburanti, in data 06/03/2001 ho fatto domanda per il telefono ad oggi il mio impianto è ancora sprovvisto di telefono ciò significa perdere tutti quei clienti con carta di credito bancomat etc. Mi chiedo: cinque anni di governo di centro sinistra cosa hanno cambiato??? la burocrazia è rimasta la stessa, telecom è una spa che ha ancora il monopolio sulle linee telefoniche, ed io povero cittadino che ha investito in una attività che faccio? Anzi "che fare" così come diceva I. Silone in Fontamara. Vi premetto che la linea telefonica dista dalla mia proprietà circa 10 (si dico dieci) mt. sicuro di una riflessione su questo come su tanti altri piccoli problemi rimasti non posso far altro che augurarvi buon lavoro e RINGRAZIARVI PER ESSERE TORNATI IN EDICOLA.

Le paure per il G8 e i teppisti del pallone

e-mail di: Mario Ventrelli

Trovo assolutamente incredibile che ci si preoccupi così tanto delle manifestazioni antiglobalizzazione previste in occasione del G8 di Genova, mentre nel frattempo si assiste puntualmente alla gazzarra che i teppisti del calcio inscenano ogni domenica. A chi si affretta a liquidare il popolo di Seattle come popolo di teppisti, vorrei ricordare che, lo si condivida o meno, esso è mosso da un ideale. Mi si può spiegare qual'è l'ideale che spinge i cosiddetti tifosi? Avrà il nuovo Presidente del Consiglio, titolare di una squadra di calcio, il coraggio di tenere i tifosi fuori dallo stadio, com'è intenzionato a fare con i manifestanti del G8?

Le lettere (massimo 20 righe dattiloscritte) vanno indirizzate a: «Cara Unità», via Due Macelli 23/13 00187 Roma o alla casella e-mail «lettere@unita.it»

DIRETTORE RESPONSABILE Furio Colombo		<h1>l'Unità</h1> <p>CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE</p> <p>PRESIDENTE Andrea Manzella</p> <p>AMMINISTRATORE DELEGATO Alessandro Dalai</p> <p>CONSIGLIERI Alessandro Dalai Francesco D'Etto Giancarlo Giglio Andrea Manzella Mariaalina Marcucci</p> <p>"NUOVA INIZIATIVA EDITORIALE s.r.l."</p> <p>SEDE LEGALE: Foro Bonaparte, 69 - 20100 Milano</p>	Stampato: Sabo s.r.l. Via Caraccioli 26 - Milano Fax (02) Sies S.p.a. Via Sardi 67 - Paderno Dugnano (MI) Serom S.p.a. Via del Fosso di Santa Maria - Torre Spaccata (Roma) DISTRIBUZIONE: AG Marco Spa Via Fintona, 27 - 20126 Milano
CONDIRETTORE Antonio Padellaro	VICE DIRETTORI Pietro Spataro Rinaldo Gianola (Milano) Luca Landò (on line)		CONCESSIONARIA DI PUBBLICITÀ P.I.M. Pubblicità Italiana Multimedia S.r.l. Via Mecenate, 89 20138 Milano - Tel. 02.50996.1 - Fax 02.50996.841
REDAZIONE CAPO Paolo Branca (centrale) Nuccio Cicconte	ART DIRECTOR Fabio Ferrari	AREE: • LOMBARDIA - ESTERNO: 20138 Milano Via Mecenate, 89 Tel. 02.50996.1 - Fax 02.50996.463 • PIEMONTE e VALLE D'AOSTA: Studiokappa 10128 Torino Via Volpogio, 26 - Tel. 011.581.1300 - Fax 011.581.168 • LIIGURIA: Pili SpA 16121 Genova Galleria Mazzini, 5/6 - Tel. 010.596552 - Fax 010.538537 • VENETO FRIULI TREVINTO A.A. e MARFOVA: Ad Em Pubblicità 31121 Padoova Via S. Tommaso, 61 - Tel. 049.6221199 - Fax 049.630988 33101 Udine Via Ermete Di Collavito, 7 - Tel. 0432.486422 - Fax 0432.487343 • EMILIA ROMAGNA e REPUBBLICA S. MARINO: Ad Em Pubblicità 40100 Bologna Via D'Azeglio, 5 - Tel. 051.2901055 - Fax 051.290829 Pubblicità Locale: 40121 Bologna Via del Beggio, 85A Tel. 051.4219955 - Fax 051.4213112 • MARCHE e TOSCANA: Prima Pubblicità Editoriale srl 47031 Groggiano Reg. S. Marino Via L. Anacarsi, 8 Tel. 0549.608181 - Fax 0549.802904 50100 Firenze Via Don G. Marazziti, 40 - Tel. 055.581277 - Fax 055.578035 Pubblicità Locale: 50100 Firenze Via C. Montesi, 9 Tel. 055.2639635 - Fax 055.2638651	
PROGETTO GRAFICO Mara Scanavino	Direzione, Redazione: ■ 00187 Roma, Via dei Due Macelli 23/13 tel. 06.696461, fax 06.6964621719 ■ 20123 Milano, via Torino 48 tel. 02.879021, fax 02.87902225 - 02.87902242	• LAZIO UMBRIA CENTRO-SUD e ISOLE: Area Nord/Pis 00188 Roma Via Salaria, 236 - Tel. 06.8020151 - Fax 06.85356399 80121 Napoli Via del Mito, 43 scala A piano 2 - Tel. 8 Tel. 081.4187171 - Fax 081.432506 00100 Cagliari Viale Trieste, 404/2144 - Tel. 070.604911 - Fax 070.673805	