

primo piano

**Carovana antimafia**  
Un'iniziativa per i 10 anni dalla strage di Capaci

Mentre la Carovana per la legalità promossa da Libera, Arci e Avviso Pubblico attraversa le strade dei comuni napoletani maggiormente interessati al fenomeno mafioso, la Provincia di Napoli lancia un'iniziativa per ricordare il decennale della strage di Capaci. Si chiamerà "I giorni dell'indignazione" e sarà un insieme di eventi che in dieci giorni - dal 20 al 30 maggio prossimi - tratterà il tema della legalità con dibattiti, manifestazioni e assemblee pubbliche in tutto il territorio provinciale. "Dalla memoria delle macerie di Capaci e della morte di Falcone dobbiamo far crescere la cultura della sicurezza e della legalità", ha affermato il presidente della Provincia di Napoli, Amato Lamberti che ha invitato tutti i sindaci del napoletano ad aderire con un proprio programma di manifestazioni.

**Video**  
«Ciao Sarajevo» immagini sulle mine anti-uomo

Sarà presentato oggi, 24 aprile, presso la facoltà di Scienze della Comunicazione di La Sapienza di Roma il video "Ciao Sarajevo": immagini e parole per affrontare il problema delle mine anti-uomo in Bosnia. Alla proiezione seguirà un dibattito sullo sminamento e sulle politiche di comunicazione nella cooperazione per lo sviluppo in Bosnia. Il video è stato realizzato dall'associazione culturale no profit Globalab, in collaborazione con Scienze della Comunicazione, durante una settimana che ha unito bambini italiani e bosniaci in un progetto di arte, calcio e cultura. L'iniziativa è nata dalla storia di alcuni bambini di una squadra di calcio di Sarajevo costretti a giocare in un cimitero, perché unico spazio verde al sicuro dalle mine anti-uomo.



**Accli**  
Tre giorni per decidere il futuro dell'associazione

Si terrà dal 25 al 28 aprile, all'hotel Midas di Roma la Conferenza Organizzativa e Programmatica delle Accli sul tema "Scegliere il futuro. Giovani e adulti protagonisti delle Accli di domani". L'associazione sottolinea come non si tratterà di un congresso, né sarà modificata la linea politica e non si eleggeranno nuovi dirigenti. Tuttavia non sarà neanche il tradizionale appuntamento di metà mandato per verificare gli assetti organizzativi di una associazione di lavoratori cristiani (800.000 iscritti e 5.000 circoli in Italia e nei paesi di emigrazione). Tale conferenza, invece, sarà chiamata "a scegliere il futuro" delle Accli e a far assumere all'associazione nuove responsabilità in una società che cambia rapidamente".

**Emilia Romagna**  
Una rassegna cinematografica per i diritti umani

Si comincia con "Jung" (Giang), documentario di Fabrizio Lazzaretti e Alberto Vendemmia sugli orrori dell'Afghanistan e sull'operato, nel martoriato Paese, di Emergency e del suo fondatore, Gino Strada. E' la rassegna cinematografica internazionale "Rights to have rights - International human rights film festival" che partita da Modena (22 aprile - maggio), toccherà Reggio Emilia (29 aprile - 27 maggio) e Parma (30 aprile - 8 maggio). Promossa dalla Regione Emilia-Romagna, dal Comune di Modena e dalla Provincia di Modena, Reggio Emilia e Parma, l'evento è un'occasione per presentare, per il terzo anno consecutivo, film e documentari sui temi dei diritti umani negati, le minoranze, la dignità delle persone, la pace. <http://www.regione.emilia-romagna.it>

# Dove c'è Mediaset, c'è boicottaggio

L'articolo di Umberto Eco ripropone il dibattito su questa «antica» forma di protesta

Antonella Marrone

**in sintesi**

**Boicottaggio e consumo critico: due armi in mano ai consumatori per condizionare le imprese. Il consumo critico è un'iniziativa**

**silenziosa, paragonabile ad un'abitudine di vita. E' un atteggiamento quotidiano che consiste nella scelta di tutto ciò che compriamo sulla base di due criteri: la storia del prodotto e la condotta della casa produttrice. Scegliendo cosa comprare e cosa scartare, non solo segnaliamo al sistema i metodi produttivi che approviamo e quelli che condanniamo, ma sosteniamo le forme produttive corrette mentre ostacoliamo le altre. Il boicottaggio è una campagna organizzata con grande clamore di stampa e col coinvolgimento di molte altre forze, comprese quelle politiche, sindacali ed anche ecclesiastiche, consiste nell'interruzione, organizzata e temporanea, dell'acquisto di uno o più prodotti, per indurre le società produttrici a comportamenti diversi. Insieme ad una capillare informazione e sensibilizzazione sul problema, il boicottaggio raggiunge in forma democratica ed efficace l'obiettivo attraverso tre meccanismi:**

- 1. determina un calo delle vendite: bisogna ricordare che può bastare una riduzione di solo il 3 - 5% per provocare un grave danno alle imprese costrette a incrementare le spese per la pubblicità e a cedere fette di mercato alla concorrenza**
- 2. danneggia l'immagine dell'impresa**
- 3. costringe l'impresa a reimpostare le pubbliche relazioni, a vigilare in maniera molto accurata sulle iniziative dei boicottatori ed a nascondere le pratiche scorrette di cui è accusata**

**Per approfondire: «Manuale per un consumo responsabile» di Francesco Gesuladi (Feltrinelli)**

Il capitano inglese Charles Boycott non è diventato famoso per le sue enormi proprietà terriere. Ma per il suo carattere e per la sua avidità. Alla fine dell'800 in Irlanda, i coltivatori che lavoravano nelle sue terre, stanchi di essere sfruttati e sfrattati, decisero, guidati dal reverendo O'Malley, di non comprare più i suoi prodotti. Un giornalista americano, nel riportare l'episodio, coniò il termine «boicottaggio» che, a dispetto del sig. Charles, ebbe molta più fortuna delle sue coltivazioni.

E' toccato ad un intellettuale, «uomo di mondo» notoriamente riservato, come Umberto Eco portare in piazza l'argomento «boicottaggio», tema che potremmo definire tabù nella nostra storia politica e sindacale e che solo timidamente, negli ultimi anni (grazie al lavoro certosino di associazioni e gruppi di volontariato, primo fra tutti il Centro Nuovo Modello di Sviluppo di Francesco Gesuladi), ha fatto capolino tra le righe dei nostri mass media e di Internet.

Eco, dicevamo, con il suo articolo pubblicato su Repubblica, ha lanciato l'appello: «boicottiamo i prodotti pubblicizzati sulle reti Mediaset». Corollario: «A nuove forme di governo, nuove forme di risposta politica. Questa si che sarebbe opposizione». Nuove. Si fa per dire. Al di là degli ardentissimi contadini irlandesi dell'800, e più vicino ai nostri giorni, per capire la forza rivoluzionaria, ma soprattutto l'efficacia di questa forma di opposizione, basta ricordare il caso di Rosa Parks e di Martin Luther King. Rosa Parks era una gentile signora di colore e di mezza età che il 1 dicembre 1955 a Montgomery, in Alabama, salì su un autobus di linea. Era stanca per il lavoro, si sedette nei posti riservati alla «gente di colore». Quando l'autobus si riempì il conducente chiese di dare i posti ai «signori bianchi». Rosa si rifiutò. Fu prelevata da due poliziotti. Dal suo caso nacque una grande protesta dei neri in tutta la nazione e l'appello al boicottaggio dei mezzi pubblici di Montgomery. Martin Luther King guidò la contestazione. In una giornata lavorativa normale circa venti-

mila neri utilizzavano i mezzi pubblici. Nei giorni del boicottaggio se ne contavano sei e no una decina. La protesta andò avanti 381 giorni. King fu imprigionato e minacciato di morte. Nel dicembre 1956 la Corte suprema dichiarò illegale la segregazione razziale sui trasporti pubblici della città. Aveva vinto la protesta non violenta. Così come aveva già vinto Gandhi, quando nel 1919, organizzò il primo boicottaggio delle merci inglesi e in non pagamento delle imposte e poi, ancora, nel 1930, un nuovo boicottaggio dei tessuti proveniente dall'estero.

Che cosa succede, allora, boicottando le merci pubblicizzate sulle reti della Cavaliere Presidente del Consiglio? Si danneggiano le imprese, ma, soprattutto, si determina un appannamento della loro immagine che, nella società delle apparenze, è dannoso ancora più grave del calo delle vendite. Pensate: la Levi's e la Reebok hanno ceduto alla sola minac-

cia di vedere il proprio marchio nella lista delle imprese moralmente condannabili (per il non rispetto dei diritti dei lavoratori nel Sud del mondo). L'Ikea ha accettato le richieste delle associazioni indiane contro la commercializzazione dei tappeti ottenuti con lo sfruttamento del lavoro minorile. Altre industrie cercano di «rifarsi» un look eticamente corretto, come la Nestlé, nell'occhio del ciclone per la pubblicizzazione di pratiche artificiali di nutrizione nel Terzo mondo, già dal 1974, che ha cercato una sponda umanitaria in Telefono Azzurro, o ancora la Nike

**tra 14 giorni**

La prossima pagina di «Np volontariato, non profit, terzo settore» sarà in edicola con il giornale dell'8 maggio.



che ha visto rivoltarsi contro i suoi palloni immorali (cuciti con lavoro minorile ultrasfruttato) associazioni di tutto il mondo e ha cercato in Ronaldo il testimonial pulito. Ma sono tanti i giganti dell'industria costretti, da forme di boicottaggio più o meno estese (o anche solo di fronte alla minaccia di un boicottaggio), a più miti consigli: Coca Cola, Polaroid, Arsan, Barclays Bank, molte case produttrici di tonno in scatola, castigate dalle associazioni di ambientalisti e consumatori di mezzo mondo per la pesca pericolosissima per la vita dei delfini. «Il boicottaggio - afferma Todd Putman, uno dei massimi esperti sull'argomento -

denuncia ed educa nello stesso tempo. Educa ad agire, a non assistere passivamente alle ingiustizie ed ai soprusi che avvengono sotto il nostro naso. Educa ad assumersi le nostre responsabilità. Il boicottaggio abitua la gente a riprendersi il potere nelle proprie mani. Per questo è quanto di più democratico possa esserci». Per questo, raccogliere l'invito di Eco vuol dire riconnettersi con una lunga storia internazionale e riprendere in mano un «discorso» nazionale precocemente interrotto, quello del Bo.Bi che forse qualcuno di voi ricorderà. Quel comitato del «Boicottato il Biscione», nato nel 1993 dalla fantasia di Gianfranco Mascia, lea-

der degli ambientalisti e del movimento non violento di Ravenna, che ha continuato a lavorare, ignorato dai più, con volantini, boicottaggi, campagne di sconsigli per gli acquisti. Il Biscione è un ricordo lontano, Mediaset è una realtà vicinissima.

**clicca su**

[www.bobi2001.it](http://www.bobi2001.it)  
[members.lycos.fr/coreweb/cos\\_e\\_core](http://members.lycos.fr/coreweb/cos_e_core)  
[web.cheapnet.it/cunegonda](http://web.cheapnet.it/cunegonda)

Per informazioni e iscrizioni: Mani Tese, Piazza Gamba 7/9 20146 Milano tel. 02/ 4075165 fax 02/ 4046890 e-mail: manitese@manitese.it

**Civitas a Padova**

Presentata a Padova la settima edizione di Civitas, la mostra convegno nazionale dedicata alla solidarietà e all'economia sociale e civile. Dal 3 al 5 maggio Civitas riunirà alla Fiera di Padova i protagonisti del mondo del volontariato e del non profit. Associazioni, organizzazioni di volontariato, cooperative e cooperative sociali, fondazioni, enti morali, reti associative italiane e straniere, ma anche enti e istituzioni si danno di nuovo appuntamento a Civitas, riconfermando la manifestazione come importante momento di incontro e di dibattito, laboratorio di idee e di progettualità. Anche i numeri testimoniano l'importanza sempre crescente dell'evento. 330 le realtà rappresentate nei 4 padiglioni dell'area espositiva. Per info: [www.civitasonline.it](http://www.civitasonline.it)

Un'associazione non profit aiuta famiglie ad uscire dal tunnel della dipendenza. Un approccio nato dall'esperienza dello psichiatra Hudolin

## Oltre duemila club per combattere l'alcolismo

Luca Baldazzi

Quanti sono gli incidenti stradali mortali causati dall'alcol? In Francia il 40% del totale, negli Stati Uniti il 38%. In Italia, secondo i dati Acì e Istat, solo il 2%. Possibile? No: per l'Aicat, l'associazione italiana club degli alcolisti in trattamento, le statistiche «ufficiali» sottovalutano alla grande le dimensioni del fenomeno. «Il problema - spiega Ennio Palmesino, presidente dell'associazione non profit - è che all'estero, in caso di incidenti, l'esame dell'alcolemia col prelievo di sangue è obbligatorio. Da noi no: quindi il test non viene quasi mai fatto. E così buona parte delle sciagure sulla strada non risultano dovute all'ebbrezza, anche se lo sono. Ogni anno muoiono in auto circa 6500 persone: noi stimiamo che

la metà siano vittime di incidenti legati all'abuso di alcol. Altro che il 2 per cento». Più di tremila morti l'anno. «E di questi - insiste Palmesino - almeno mille sono vittime da alcol passivo. Cioè non gente che ha bevuto e perso il controllo, ma pedoni o automobilisti sobri, travolti da guidatori in stato di ebbrezza». Le cifre fanno paura. L'Aicat le ha ricavate da dati Eurispes e da ricerche effettuate dall'Osservatorio giovani e alcol, per conto degli stessi produttori di bevande alcoliche. «Abbiamo scritto più volte - dice Palmesino - ai vertici della Polstrada e al ministro Lunardi. Per chiedere, prima di tutto, di inserire nel nuovo Codice stradale l'obbligo dell'esame del sangue in ogni caso di incidente. E poi abbiamo bisogno di più prevenzione, vale a dire di controlli che siano un vero deterrente. Cito ancora la Francia: sul-

le loro strade fanno cinque milioni di test col palloncino ogni anno. In Italia, con l'etilometro, se ne fanno appena centomila. E nelle scuole guida ancora non si è attivata la formazione, pur prevista dalla legge quadro 125 dell'anno scorso. Non si parla dei rischi per chi beve e poi si mette al volante». Su questi temi l'Aicat fa campagne di informazione, organizzando banchetti ed eventi, come in occasione della Giornata nazionale di prevenzione alcolologica dello scorso 19 aprile. Ma l'impegno non si ferma qui. Di alcol non solo si muore, ma ci si può rovinare la vita. Per questo l'associazione opera con una rete di gruppi, i «club»: ce ne sono più di 2200, sparsi in tutta Italia. Lavorano per recuperare gli alcolisti, ma coinvolgendo direttamente le loro famiglie e le realtà in cui vivono. L'ap-

proccio «sociale» per curare la dipendenza da alcol è un'intuizione nata dall'esperienza dello psichiatra croato Vladimir Hudolin, che portò all'apertura del primo club italiano a Trieste nel 1979. «Noi non siamo proibizionisti - dice Palmesino -. Però partiamo dall'idea che l'alcolismo non è una malattia, ma uno stile di vita. Un comportamento a rischio. Molto spesso l'alcolista non è una persona isolata, ai margini della società, ma vive in un normale contesto di famiglia e lavoro. E nella famiglia si possono creare spirali negative: tutti soffrono per il problema di chi beve, diventano aggressivi nel chiedergli di smettere e non fanno che peggiorare la situazione. I nostri club non sono altro che comunità multifamiliari. L'alcolista non viene solo, ma con moglie e figli. Vi incontra altre famiglie che hanno vissuto e superato lo stesso pro-

blema. Sono loro che fanno il lavoro di recupero, dialogando con l'aiuto di un operatore che è un altro ex alcolista volontario, oppure un medico o uno psicologo». In pratica l'Aicat è un movimento di autoprotezione della salute nato dal basso. La sede nazionale è a Genova (tel. 010 2469341). «Allo Stato non costiamo nulla - sottolinea Palmesino - siamo un'associazione spontanea di cittadini, apertica e aconfessionale. Una forma vera di sussidiarietà. Oggi stanno seguendo il nostro trattamento circa 20mila famiglie con problemi legati all'alcol, ma in vent'anni di vita ne sono passate da noi 200mila. Funziona il metodo? Sì, nel 60% dei casi. Nei club si incontrano e discutono fianco a fianco il senzacca e il professionista, il disoccupato e la donna manager in carriera. L'alcol annulla ogni differenza».