



CRISTIANA PULCINELLI

ROMA
scienza@unita.it



E inutile fare finta di niente: così non possiamo andare avanti a lungo. Consumiamo troppo. Nel 2006 nel mondo si sono spesi 30,5 mila miliardi di dollari in beni e servizi, il 28% in più rispetto al 1996 e sei volte di più rispetto al 1960.

Certo, c'è stata la crescita demografica. Ma la popolazione dal 1960 ad oggi è aumentata di poco più di due volte e non di sei volte. Molti beni sono stati acquistati per rispondere a bisogni primari: il cibo, la casa. Ma, più cresce il reddito, più aumenta la propensione al consumo: case più grandi, cibi più raffinati, automobili, televisori, viaggi aerei, computer, telefonini. Tutto sembra indispensabile. Un modello che si sta espandendo dai paesi ricchi ai paesi in via di sviluppo. Il problema è che all'aumento dei consumi corrispondono più estrazioni dal sottosuolo di combustibili fossili, minerali e metalli, più alberi tagliati, più terreni coltivati. Insomma, più pressione sui sistemi della Terra. L'indicatore dell'impronta ecologica, che mette in relazione il consumo umano di risorse naturali con la capacità del nostro pianeta di rigenerarle, ci dice che già oggi utilizziamo le risorse di 1,3 Terre. E secondo le previsioni dell'Onu nei prossimi trent'anni altri 2,5 miliardi di persone dovranno avere accesso all'energia.

Cosa fare? Rallentare la crescita demografica, adottare tecnologie sostenibili, non c'è dubbio. Ma non basta. Facciamo due conti. Se volessimo vivere tutti come vivono i cittadini degli Stati Uniti, il nostro pianeta potrebbe sostenere solo 1,4 miliardi di individui, mentre noi siamo già quasi 7 miliardi e si prevede che entro il 2050 saremo 2,3 miliardi in più. Con efficaci strategie, potremmo frenare la crescita a poco più di 1 miliardo. Comunque troppi. Pensiamo all'energia. Da una recente analisi si è visto che per produrre energia sufficiente a soppiantare gran parte di quanto fornito dai combustibili fossili, si dovrebbero costruire 200 metri quadri di pannelli solari fotovoltaici e 100 di solare termico al secondo più 24 turbine eoliche all'ora per i prossimi 25 anni.

Il Worldwatch Institute, l'autorevole osservatorio sull'ambiente, propone oggi un'altra strada, complementare e non sostitutiva delle due precedenti, per andare verso una società sostenibile: cambiare i modelli culturali. Il nuovo rapporto *State of the World 2010* si intitola proprio: «Trasformare la cultura del consumo. Rapporto sul progresso verso una società sostenibile». Il consumismo che dovremmo abbandonare è quello definito dall'economista Paul Ekins un orientamento culturale in cui «il possesso e l'utilizzo di un numero e una varietà crescente di beni e servizi è l'aspirazione culturale principale e la strada perce-

pita come più sicura verso la felicità individuale, lo status sociale e il successo nazionale». Il primo problema è riconoscere il consumismo come un orientamento culturale: la sua pervasività è tale che ormai viene sentito come qualcosa di naturale. Il secondo è mettere mano, praticamente, alle nostre abitudini. Come convincere i nostri figli che il pane nel latte è meglio dei cereali? Nostra madre che la carne è meglio mangiarla solo una volta ogni 15 giorni? Il nostro amico che non deve cambiare l'auto ogni due anni? L'imprenditore che è meglio far lavorare meno i suoi dipendenti?

La notizia cattiva, dunque, è che stiamo parlando di un'impresa titanica e quasi visionaria. Come dice l'inventore del microcredito e premio Nobel per la pace Muhammad Yunus nella prefazione al volume: «Nessuna generazione prima d'ora, nell'intera storia del mondo, è riuscita a realizzare una trasformazione culturale così profonda come quella invocata in queste pagine». La notizia buona è che questa trasformazione è possibile, anzi che il processo di cambiamento è già cominciato come dimostrano i molti esempi che il rapporto cita.

I bambini. Oggi gli operatori del marketing degli Stati Uniti investono circa 17 miliardi di dollari per bersagliare i bambini di pubblicità. E le aziende alimentari spendono 1,9 miliardi di dollari l'anno in campagne pubblicitarie mirate ai bambini di tutto il mondo. Ma qualcosa si sta muovendo: nella provincia canadese del Quebec è vietata la pubblicità televisiva rivolta ai bambini sotto i 13 anni. In Norvegia e in Svezia il divieto è applicato al di sotto dei 12 anni. La Francia ha proibito programmi televisivi per bambini al di sotto dei tre anni d'età. E la scuola? Qualcosa si muove anche lì. A cominciare dalla mensa scolastica. La scelta di paesi come la Scozia e l'Italia di puntare sull'uso di prodotti biologici, locali e freschi è interessante, soprattutto se messa a confronto con quelle di altri paesi in cui i distributori automatici di merendine e bevande gasate forniscono una percentuale delle entrate all'amministrazione scolastica.

L'economia. Secondo gli estensori del rapporto dobbiamo partire da alcune consapevolezza: primo, la crescita del prodotto interno lordo non solo è impossibile, ma indesiderabile perché non vuol dire crescita del benessere. Secondo, una transizione ad una nuova società ci sarà comunque e sarà determinata dalle crisi economiche. Il problema è quindi come governare il cambiamento. Una trasformazione economica fondamentale riguarderà la migliore distribuzione dell'orario lavorativo. Oggi molte persone lavorano troppe ore, guadagnano di più e trasformano il reddito in consumi. D'altro lato, ci sono moltissimi disoccupati. Lavorare meno vuol dire far lavorare più persone, avere più tempo libero, far diminuire i consumi energetici. Un altro punto di forza della nuova economia sono le imprese sociali, quelle imprese in cui si pro-

ducono beni e servizi di utilità sociale e di interesse generale. Anche qui gli esempi positivi sono molti. Storie come quella dell'impresa egiziana Sekem che, contro chi sosteneva che non era possibile rendere fertile la parte di deserto lontana dal Nilo, oggi produce derivate alimentari biologiche, cotone, erbe medicinali proprio nel mezzo del nulla.

I governi e le amministrazioni. Dalla messa al bando dei sacchetti di plastica in Irlanda al ritiro dal commercio delle lampade a incandescenza nel Canada, alle pesanti imposte sulle emissioni della Svezia, le iniziative per promuovere stili di vita sostenibili non mancano. Molte città stanno riducendo la loro impronta ecologica. Un esempio? Il quartiere BedZED di Londra, interamente costruito con materiale riciclato, consuma esattamente tanta energia quanta ne produce e ha al suo interno orti biologici.

Mass media e religioni. I mezzi di comunicazione di massa possono essere strumenti efficaci per plasmare le culture. Lo hanno fatto diffondendo un modello consumistico. Lo potrebbero fare diffondendo un modello di sostenibilità. Quindi, dicono gli autori del rapporto, si può pensare di usare il marketing sociale per trasformare la cultura del consumo. Ma ci si può spingere ancora più in là e pensare di usare anche le religioni a questo scopo: «Poiché l'86% della popolazione mondiale afferma di appartenere a una religione organizzata, sarà senza dubbio indispensabile coinvolgere le religioni nella diffusione delle culture della sostenibilità». ♦

E in Italia...

Pasti biologici e «pedibus» le idee premiate dal «report»

L'Italia viene citata dal rapporto almeno tre volte. Quali sono le buone pratiche nel nostro paese per quanto riguarda il progresso verso una società sostenibile? Innanzitutto la legge emanata nel 1999 a favore dell'uso di prodotti tradizionali, tipici, biologici nelle mense di scuole e ospedali. In particolare il comune di Roma, durante la giunta di centrosinistra, decise di approvvigionare le mense scolastiche con prodotti biologici e freschi. Oggi il 67,5% del cibo servito nelle scuole della città è biologico, il 26% è di provenienza locale, il 14% è equo e solidale, il 2% proviene da cooperative sociali. In secondo luogo il «pedibus», o autobus pedonale che porta i bambini da casa a scuola camminando. A Lecco, per esempio, ogni giorno 450 alunni delle scuole elementari raggiungono a piedi la scuola, accompagnati da un «conducente», seguendo 17 percorsi diversi. Infine, il nostro paese viene citato quando si parla di imprese sociali: nel 1991 fu l'Italia il primo paese a riconoscere legalmente le cooperative sociali che si occupavano di integrare nel mondo del lavoro gruppi marginali come disabili, giovani, ex detenuti.