



SCHEDA DOCUMENTAZIONE

CONTENUTO: IL "NOSTRO" CONSUMO E il "NOSTRO" BENESSERE sono causa del MECCANISMO DI IMPOVERIMENTO

Per molto tempo si è creduto (e c'è chi lo crede ancora) che lo sviluppo fosse da paragonare ad una torta che cresce in continuazione, in modo che tutti possano gradualmente averne una fetta più grande, senza che nessuno sacrifichi niente. Secondo questo approccio anche le briciole per i POVERI diventerebbero sempre più significative andando a lenire la scarsità di benessere vissuta dalle fasce di umanità ai margini della RICCHEZZA.

Tale idea potrebbe funzionare qualora lo sviluppo fosse senza fine; qualora, cioè, lo sviluppo potesse continuare senza limiti. Ma anche lo sviluppo ha dei limiti. La conseguenza è che il nostro benessere non può essere diffuso ovunque nel mondo con la stessa proporzione. E' impossibile aspirare ad una eguaglianza nella quale tutti possono ambire allo stesso standard di vita, perché se tutti seguissero il nostro esempio, avremmo bisogno di 5, 6 pianeti che servano da miniera o da discarica. In altri termini, noi abbiamo creato un benessere che è strutturalmente oligarchico, cioè per solo POCHI (e noi siamo tra questi pochi).

Tale concezione dello sviluppo ha ottenuto un altro particolare risultato: ha creato una classe consumistica mondiale. Ha creato un mondo di persone che hanno la possibilità di comprarsi una macchina, di avere un conto in banca, di acquistare beni superflui. Questa classe consumistica è composta da 1 miliardo e 200 milioni di persone su 6 miliardi di cittadini nel mondo. I restanti 4 miliardi e 800 milioni di persone non hanno accesso al circuito del mercato dell'economia globale e tra questi vi sono poi quelli che la Banca Mondiale definisce come poveri assoluti; coloro, cioè, che non guadagnano più di un dollaro al giorno. Sono gli inutili, o se preferiti, gli invisibili, i dimenticati. Sono coloro che non servono al mercato perché non vendono né acquistano. Vengono definiti NORIGHTMAN (uomini senza diritti) e stanno crescendo a dismisura.

Questa suddivisione c'è dovunque nel mondo, ma è certo che la classe consumistica ha la sua roccaforte nei Paesi del Nord del Mondo e alcune "ristrette aree" del Sud del Mondo ben protette da alti muri, da sistemi di sicurezza. Noi siamo gli abitanti di queste roccaforti.

Le Multinazionali e i meccanismi di impoverimento

Come si crea questa separazione tra quelli che sono **dentro** e quelli che sono **fuori** al mercato globale?

E' il mercato stesso che la crea; è il mercato a "coccolare" il consumatore solvente, che possiede il denaro da spendere e che mantiene l'attuale sistema economico e risponde alla logica che "si produce per vendere, si vende per ottenere profitti". Tutti quegli altri che nel mercato non entrano mai a far parte e che sono inutili al mercato subiscono un fenomeno particolare: il sistema, non avendo interesse a che loro siano più ricchi, toglie loro anche quello che hanno. E' il fenomeno dell'espropriazione, il primo di una serie di meccanismi di impoverimento descritti da Francesco Gesualdi, coordinatore e responsabile del Centro Nuovo Modello di Sviluppo di Pisa.

L'**espropriazione** è un meccanismo che si riproduce nel Sud del mondo con stratagemmi al limite della legalità (spesso contro la legalità), attraverso la forza del denaro da una parte e quella della



disperazione dall'altra, spingendo i piccoli contadini a vendere le proprie terre o a coltivarle per produrre solo prodotti che verranno venduti ai consumatori del Nord del mondo senza aver alcun ritorno per se o la propria comunità locale.

Ma ve ne sono altri di meccanismi che inducono impoverimento. Per esempio il controllo dei prezzi delle materie prime, da cui dipendono le vite di tantissimi contadini e lavoratori del Sud del Mondo.

Sono le potenti **multinazionali** che, dominando il mercato e attraverso speculazioni in borsa, fanno sì che il prezzo delle materie prime (come il caffè o il cacao) si muova a seconda delle loro esigenze, che non rispettano assolutamente i bisogni dei contadini.

Le multinazionali

Sono dei veri e propri colossi finanziari, che influenzano i flussi commerciali internazionali, soprattutto delle materie prime provenienti dal sud del mondo e, in molti casi, movimentano fatturati ben più alti dei PIL di molti paesi del Sud del mondo. Grazie alle loro dimensioni ed alle loro tecnologie, hanno assunto un potere di contrattazione enorme all'interno dei mercati, condizionando i prezzi delle materie prime ed esercitando un peso non indifferente anche a livello politico.

Sono potenti e gestiscono, nel sistema di scambio internazionale, tutta la domanda rispetto ai produttori. Possiedono sedi e stabilimenti in tutto il mondo e, per non trovarsi mai nel rischio di perdite consistenti, perseguono la logica della diversificazione, come la Philip Morris, un industria di tabacco che si è buttata nel settore alimentare ed ha cominciato qualche anno fa a mangiarsi la General Food e poi la Kraft e poi un'impresa svizzera che gli ha offerto una forte attività nel settore del caffè e del cacao.

Come ribadisce Gesualdi: "Le multinazionali spadroneggiano non solo in ambito economico e produttivo ma anche in quello politico e sociale, condizionando qualsiasi tipo di scelta commerciale, ambientale, culturale. Secondo la stima fatta dall'ONU, sono circa 40.000 ma quelle che contano davvero si stima siano 500. Esse detengono circa il 25% di tutto il prodotto lordo mondiale e si stima che il 60% di tutti i rapporti commerciali avvengono all'interno delle stesse filiali delle multinazionali".

C'è tutta una serie di altre persone la cui condizione di vita dipende, non tanto dai prezzi quanto dai salari. I braccianti delle piantagioni di banane ne sanno qualcosa.

Il settore delle banane è dominato da tre grandi multinazionali: Chiquita, Del Monte, Dole. Solo tre; è facile immaginare che facciano il bello e cattivo tempo. E così avviene. Si lavora in condizioni disastrose, con salari da fame e orari lunghissimi, perché più la gente guadagna poco, più è disposta a lavorare di più. C'è lavoro minorile. Inoltre, la banana è un frutto che andrebbe consumato subito, sul posto; si pretende, invece, di fargli affrontare viaggi di 3-4 mila chilometri. E' evidente quindi che sia un concentrato di sostanze chimiche e pesticidi contro i vermi, i funghi, i batteri, e i braccianti sono costretti a subire le irrorazioni di pesticidi dall'aereo dall'alto mentre le persone sono nei campi e lavorano.



L'ultimo meccanismo di impoverimento su cui dobbiamo riflettere è quello del subappalto, per il quale molte multinazionali hanno trasferito le proprie produzioni nei Paesi del Sud, per abbattere i costi di produzione, di manodopera e fiscali, non facendo, però, investimenti diretti (dispendiosi e rischiosi), ma commissionando ad imprese locali la produzione dei beni necessari. Ciò comporta che tutto il rischio della produzione ricada sull'impresa subappaltata, così come la responsabilità per eventuali violazioni dei diritti dei lavoratori.

Siamo tutti consumatori

Questi sono alcuni dei meccanismi di impoverimento che il sistema economico internazionale sta producendo ormai da decenni; forse i più evidenti. Questo che ho descritto è il disastro che il mercato globale perpetua sottovoce ma con costanza, allargando di giorno in giorno la geografia della povertà.

Come diceva Einaudi, primo Presidente della Repubblica e grande pensatore liberale; "il mercato è il migliore meccanismo possibile di locazione che l'economia possiede per soddisfare domande, non bisogni..."

Più di una volta, parlando di tali questioni con studenti e giovani mi sono sentito dire: "E noi che c'entriamo con tutto questo?"

Bisogna sforzarsi di far capire ai giovani che siamo responsabili anche noi di questo sistema perché in noi ha attecchito molto bene il virus del consumo, anzi del consumismo sfrenato, che è quella situazione in cui non si compra più per bisogno ma si compra perché si è stati indotti a comprare, perché è stato generato in noi un bisogno. Compriamo sempre più cose lontane dai nostri bisogni reali, che non soddisfano tali bisogni. E' come se non ne potessimo fare a meno.

Il modello consumistico rivela che il nostro stesso essere e scopo sono calcolati unicamente in termini di ciò che possediamo. Noi siamo solo finché possediamo. Siamo ciò che possediamo. Il potere ci fa credere che la nostra felicità passa solo attraverso l'averne; poco importa se un numero sempre più crescente di consumi sono incompatibili con l'ambiente o se contribuiscono allo sfruttamento dei PVS

E allora siamo complici delle multinazionali perché acquistiamo i loro prodotti e consentiamo loro di vivere e prosperare. Siamo davvero convinti che più automobili, più televisori, più vestiti, eccetera, siano il fine ultimo della nostra vita? Siamo consapevoli che questo comporta la rapina dei paesi del Terzo Mondo? Il petrolio, il rame, l'alluminio, il cotone, il caffè, le banane: innumerevoli sono le merci che pretendiamo per il nostro benessere e togliamo al Sud del mondo. Ma c'è una cosa che ci accomuna tutti: siamo consumatori, compriamo e scegliamo prodotti. E se questo, come ho sottolineato, ci può rendere complici dei misfatti delle imprese, dall'altro ci rende "potenti". "Il consumo, infatti" – come sottolinea Gesualdi – è l'anello finale che consente al sistema di portare avanti il suo progetto: produrre per vendere per ottenere profitto. Noi rappresentiamo l'architrave del sistema; se noi consumatori diciamo basta, questo sistema crolla come una pera cotta".

Ogni volta che acquistiamo qualcosa, non ci rendiamo conto che questo atto è per la struttura produttiva e per il sistema economico nel suo complesso un momento estremamente importante, cioè il momento in cui il sistema produttivo giustifica la sua esistenza; qualora non si consumasse, se si suspendessero i consumi, la struttura produttiva crollerebbe.

Ecco perché siamo potenti; perché con un consumo consapevole possiamo incidere veramente sui rapporti di giustizia all'interno del nostro pianeta. Il Consumo critico può diventare quindi uno stile di vita, un atteggiamento di scelta permanente che si attua su tutto ciò che compriamo ogni volta che andiamo a fare la spesa.



FILONE VALORIALE e CULTURALE

SCHEDA DOCUMENTAZIONE pagina 4

