

L'informazione come strumento offensivo

Il Caso OGM

Nel 1983, le mutazioni genetiche effettuate in laboratorio sembravano orientarsi verso una futura rivoluzione tecnologica. Gli industriali avevano investito ampiamente nella ricerca e nello sviluppo di questa biotecnica, in particolare in ambito vegetale. A tale riguardo predisposero numerosi accordi inerenti le nuove tipologie di piante create mediante transgenesi. La rapidità delle azioni, associata a una propaganda aggressiva, fu per gli agricoltori europei una fonte di preoccupazione, aggravata dalle dichiarazioni del settore industriale agrochimico in merito alla resistenza delle piante ad insetticidi ed erbicidi. La questione, legata ai possibili rischi per l'uomo derivanti dagli organismi geneticamente modificati, sollevava già una polemica sulle potenziali ripercussioni sull'ambiente e sulla salute. Parallelamente, cresceva un ulteriore timore, ovvero quello di un'eventuale dipendenza dell'agricoltura europea nei confronti delle multinazionali agrochimiche americane. L'opinione pubblica europea, divenuta diffidente dopo gli episodi della mucca pazza e dei polli alla diossina, ha mantenuto fino ad oggi un atteggiamento estremamente cauto e vigile rispetto a questa nuova forma di agricoltura, esigendo un'identificazione di tutti i prodotti geneticamente modificati. Tale rivendicazione è stata accolta a partire da febbraio del 2000, con la procedura di etichettamento sistematico degli alimenti transgenici. Oltreoceano, i consumatori americani fanno invece affidamento sui controlli effettuati dalle agenzie federali, quali la FOOD & DRUG ADMINISTRATION¹ e l'EPA², ritenute dal loro punto di vista perfettamente in grado di valutare e contrastare le minacce alla salute pubblica e l'inquinamento ambientale. Inoltre, la libera circolazione degli ogm rende il processo di etichettamento superfluo, dal momento che la stessa autorizzazione alla commercializzazione di quei prodotti garantisce che non sono nocivi per i consumatori. Le regole previste dalla libera circolazione sul mercato impongono ormai a tutti i Paesi, che intendano rifiutare l'importazione di un qualsivoglia prodotto, l'onere della prova relativa alla nocività. Il dibattito Europa- Stati Uniti verte principalmente sulla sicurezza alimentare e sulla tutela ambientale, per una garanzia a lungo termine del rispetto della biodiversità e di un'alimentazione sana. Il fallimento della Convenzione di Cartagena, che aveva l'obiettivo di istituire un protocollo sulla prevenzione dei rischi biotecnologici, è avvenuto in una fase in cui i consumatori europei pretendevano dai governi delle decisioni chiare. In seguito all'introduzione sul mercato del mais transgenico, autorizzata dalla Commissione Europea nel dicembre del 1996, a beneficio della Società *Novartis*, si è infatti registrata un'evidente esitazione da parte di diversi Paesi dell'UE. Così, nel febbraio del 1997, Austria e Lussemburgo proibirono congiuntamente l'importazione di quel tipo di mais. A settembre dell'anno successivo, Grecia e Gran Bretagna annullarono a loro volta l'importazione della colza prodotta e distribuita dalla Società *Agrevo*. In novembre fu il turno della Danimarca, che vietò totalmente la commercializzazione degli ogm. Infine, la Francia, a dicembre dello stesso anno, sospese la coltivazione del mais geneticamente modificato, in

¹ Agenzia per gli alimenti e i medicinali: FDA.

² Agenzia per l'ambiente

conformità con il fermo imposto dal Consiglio di Stato il 25 settembre del 1998. In preda alle angosce, l'opinione pubblica sviluppò una forte riluttanza nei confronti degli organismi geneticamente modificati. E in ragione di questo, temendo che i governi non avrebbero agito celermente in merito alla questione, considerata sotto un mero profilo economico, nel giugno del '98 varie associazioni e movimenti ecologisti condussero un'importante campagna contro gli ogm, come risposta al dominio statunitense da parte della società civile europea. Nel gennaio del 1999, l'Organizzazione per le certificazioni biologiche *Soil Association* ottenne la condanna dell'azienda *Monsanto* per insufficienza di misure di protezione contro l'impollinazione delle piantagioni circostanti. La suddetta associazione sosteneva infatti che il polline delle piante transgeniche fosse trasportato dal vento e dagli insetti, coprendo anche grandi distanze. E, in effetti, la contaminazione per dispersione si rivelò reale. Nello stesso periodo, un sondaggio realizzato dall'ong *Friends of the Earth* mostrò che numerose catene di fast food avevano eliminato, o si apprestavano a farlo, tutti gli alimenti a base di ogm. Nella comunità scientifica, gli esperti ambientali si preoccupavano delle conseguenze di un uso intensivo di prodotti chimici su coltivazioni dotate di geni resistenti ai diserbanti, ipotizzando che la natura possa rispondere a quest'aggressione creando degli insetti mutanti. Gli esperti della *British Medical Association* chiesero dunque la creazione di un'agenzia sanitaria e l'esclusione dei geni marcatori antibiotico-resistenti nell'alimentazione transgenica. Chiesero sostanzialmente una moratoria. Già nel mese di agosto del '98, il ricercatore britannico Arpad Pusztai aveva mostrato delle riserve in merito alle patate geneticamente modificate. L'Istituto di Ricerca *Rowett*, per il quale lavorava, l'avrebbe poi licenziato, qualche giorno dopo. Tale avvenimento, finito sotto i riflettori della cronaca, rinforzò la posizione dei detrattori degli ogm, i quali considerarono il gesto come una conferma della volontà di affossare determinate ricerche, al fine di non generare allarmismi nella popolazione. Nel frattempo i consumatori, sconvolti dall'avvento della mucca pazza, si affrancavano sempre di più dai prodotti transgenici. Il governo britannico, che in un primo momento si era mostrato favorevole a quel tipo di biotecnologia, risentendo della pressione esercitata dall'opinione pubblica, riconobbe la necessità di una moratoria e formulò due istanze consultative volte a stabilire l'impatto degli organismi geneticamente modificati sulla salute, sull'agricoltura e sull'ambiente. La Grande Distribuzione, di fronte alla mole delle contestazioni, fu costretta a cedere alle richieste dei consumatori. *Sainsbury's*, seconda catena britannica di supermercati, ed anche *Body* e *Mark and Spencer*, annunciarono che avrebbero ritirato tutti i prodotti contenenti organismi geneticamente modificati, coinvolgendo nel dietrofront diversi, grandi gruppi europei: Carrefour (Francia), Esselunga (Italia), Migros (Svizzera), Superquinn (Irlanda), Delhaize (Belgio). Questi ultimi stilano un comunicato nel quale s'impegnano a lungo termine nei confronti delle industrie agricole e delle materie prime, al fine di rispondere alla domanda dei consumatori e vendere alimenti privi di organismi geneticamente modificati. Come diretta conseguenza, un laboratorio britannico indipendente, il Law Laboratories Ltd, avrebbe provveduto alle dovute verifiche nei campi di coltivazione e nella catena di lavorazione dei prodotti, per identificare l'eventuale presenza di ogm. Alcune imprese della GDO hanno fatto un voltafaccia, offrendo ai consumatori la possibilità di scegliere fra i prodotti transgenici e un'alternativa priva di ogm, di propria produzione. Paradossalmente, la campagna di opposizione si era trasformata in una strategia di marketing che favoriva le proprie marche a discapito dei grandi marchi industriali. Il 27 aprile 1999, *Tesco*, leader

inglese della distribuzione, decise di collaborare con *Greenpeace* allo scopo di individuare dei fornitori che potessero garantire materie prime prive di ogm. I difensori dell'ambiente sostennero fortemente l'impegno assunto da *Tesco* nella ricerca di prodotti biologici da inserire nelle proprie catene di supermercati. Riguardo alle zone in cui è presente il Distributore (Ungheria, Repubblica Ceca, Slovacchia e Polonia), l'interesse verso questo successo per *Greenpeace* fu immenso. Il 28 aprile di quello stesso anno, *Unilever*, il primo ad aver introdotto gli ogm nel mercato alimentare della Gran Bretagna, decise di eliminarli.

Contemporaneamente, si associò alla scelta il colosso agroalimentare svizzero *Nestlé*. Infine, il leader mondiale dei surgelati, H. McCain, scelse di non utilizzare più patate transgeniche, riconducendo la propria decisione ai timori sollevati da numerosi consumatori.

I provvedimenti presi dall'industria agroalimentare europea indussero molte imprese straniere ad adeguare le proprie politiche. Fu così che negli Stati Uniti, la Società *Gerber* specializzata in alimenti per l'infanzia, scelse di rifornirsi esclusivamente di mais di provenienza biologica. La maggior parte degli agricoltori americani si accorse allora che le sementi transgeniche erano causa del calo di esportazioni (meno del 60% nel 1998). I rapporti emanati dalle due agenzie federali competenti in materia, l'USDA³ e l'EPA, mostravano rispettivamente che la quantità di insetticidi impiegata per una semina transgenica era identica a quella di una semina classica e che certe specie di insetti resistevano alla tossina presente nella pianta. Questo brusco capovolgimento scosse tutto il comparto agrochimico, che deteneva due terzi del mercato mondiale di pesticidi, un quarto di quello relativo alle sementi e l'intero mercato delle piante transgeniche. Per raggiungere tale impresa, le multinazionali *Monsanto* (Usa), *Du Pont de Nemours* (Usa), *Novartis* (Svizzera), *Aventis* (Francia, Germania) e *Zeneca* (Gran Bretagna) avevano realizzato dei consistenti investimenti, nella speranza di trarne rapidi e importanti profitti. Si sono così ritrovate a ingaggiare una sfida considerevole: imporre le regole di un nuovo mercato (norme, regolamentazione, finanziamenti) per aggiudicarsi il primato assoluto in ambito biotecnologico. Tali industrie iniziarono a reagire attraverso una vasta campagna di comunicazione, incentrata prevalentemente sulla sicurezza alimentare globale: **“Agire in armonia con la Natura”** (*Novartis*); **“Voi avete il diritto di sapere ciò che mangiate. Specialmente quando si tratta del meglio”** (*Monsanto*). A partire dal mese di giugno del 1999, il Direttore generale della *Monsanto*, Robert Shapiro, nel tentativo di ostacolare le contestazioni, lanciò una campagna su grande scala attraverso le più importanti testate giornalistiche anglosassoni ed europee. Il tema centrale ruotava intorno al grande proposito di poter migliorare l'alimentazione e la salute pubblica, nonché contribuire alla tutela ambientale. In una lettera aperta indirizzata al Presidente della fondazione Rockefeller, Gordon Conway (colui il quale aveva denunciato questa tecnologia, ritenendo che penalizzasse enormemente i Paesi in via di sviluppo) Shapiro annuncia di voler sfruttare l'uso della biotecnologia per rendere le sementi sterili. Il 6 ottobre del 1999 interviene in videoconferenza, in occasione di un dibattito a Londra con *Greenpeace*.

Principale bersaglio degli ambientalisti e dei consumatori, la *Monsanto* cercò di riaccreditare la propria immagine. Consapevole del fatto che la lotta agli ogm fosse stata causata dal suo ostinato tentativo di aggiudicarsi il primato incontrastato della filiera delle sementi e della loro distribuzione, si trovò costretta a cambiare

³ Il Dipartimento dell'agricoltura degli Stati Uniti d'America

strategia. Il cambio di rotta a livello politico era dovuto alla necessità di andare incontro alle richieste del mercato e degli investitori, ai quali il comparto agrochimico-alimentare appariva virtualmente moribondo. Il progetto di fusione con il gruppo *Pharmacia-Upjohn* avviato nel dicembre del 1999 permise all'azienda di vendere il 20% della divisione agricola e di sviluppare il ramo farmaceutico, che vantava un bilancio eccellente grazie a un analgesico, il *Celebrex* (utilizzato nel trattamento dell'artrite). Probabilmente questa nuova strategia ha spianato la strada e favorito l'ascesa degli alimenti medicamentosi: gli alicamenti. Presenti sugli scaffali dei grandi negozi alimentari, noti come "*pharma-food*" in America, sono proposti sotto forma di caramelle per migliorare la vista o come gomme da masticare contro il raffreddore. Il concetto di fondo, molto serio, dei benefici che l'alimentazione sia in grado di apportare alla salute, rappresenta una delle sfide innovative del prossimo secolo. Da questo momento in poi si delinea un partenariato fra i laboratori farmaceutici e le industrie agroalimentari, allo scopo di dare vita a una nuova scienza: la nutrigenetica, che potrà offrire alle persone un'alimentazione sana e al contempo dotata di proprietà curative. Negli ultimi anni sono stati investiti otto miliardi di dollari nella scienza della vita, ottenendo grandi progressi in questa nuova branca biotecnologica. Ma l'opposizione dei consumatori a livello mondiale, rafforzata dal supporto dei movimenti ecologisti e dal timore degli azionari che si potesse verificare un brusco calo degli acquisti, ha indotto le imprese-faro dell'agrochimica ad attuare un cambio di rotta.

Il commercio dei prodotti transgenici rappresenta una sfida importante per il governo statunitense, questo perché l'esecutivo sostiene fortemente l'industria agrochimica. L'America non nega di voler conquistare questa fetta di mercato, che si orienterà in futuro verso le modifiche transgeniche delle materie agricole al fine di implementare il processo di produzione, come avvenuto con gli alicamenti.

Durante la Conferenza di Cartagena del 1999, l'opposizione del gruppo di Miami guidata dagli Americani aveva rinviato la questione all'Organizzazione Mondiale del Commercio (Seattle, dicembre 1999). Ma neppure in quella sede si riuscì a trovare un accordo. La Conferenza di Montreal, tenutasi dal 24 al 28 gennaio del 2000 e fortemente voluta dagli USA, procurò agli Americani il vantaggio che desideravano. Se infatti da un lato sembrava essere stata accettata una definizione più ampia del principio di precauzione, riconoscendo ai Paesi importatori il diritto di escludere l'introduzione di ogm, dall'altro fu lecito chiedersi in che modo gli stessi Paesi potessero effettivamente far valere tale prerogativa, sapendo che l'accordo stipulava quanto segue: ***“Gli esportatori sono tenuti solamente a segnalare la possibilità che un carico contenga o meno degli ogm, senza doverne precisare la natura né assicurare la presenza di tali prodotti”***. Ciò permise agli Stati Uniti di guadagnare tempo, dal momento che non veniva imposta alcuna misura a breve termine per la creazione di una filiera separata.

Nella grande tradizione delle *lobbies* all'interno del Congresso, le potenti organizzazioni professionali agricole, sostenute da scienziati e universitari, hanno perorato la causa degli ogm davanti al Senato americano. Hanno reclamato l'appoggio incondizionato del governo, opponendosi alla procedura di etichettamento obbligatorio voluto dall'UE. Tim Hume, Presidente dell'Organizzazione nazionale dei produttori di mais, ha gettato uno sguardo critico sullo scetticismo degli Europei nei confronti del mais

transgenico. Secondo il suo pensiero le organizzazioni ostili agli ogm, europee o americane che siano, hanno come unico obiettivo quello di incrementare i fondi sfruttando le paure della gente.

Per numerosi ricercatori, gli organismi geneticamente modificati sarebbero l'unica soluzione per sconfiggere la fame nel mondo e per guarire da molte patologie. John Oblorogge, Professore presso l'Università del Michigan, ha dichiarato che la seconda generazione di piante transgeniche consentirà di accrescere il valore nutritivo dei raccolti. Un altro esperto, Charles Arntzen, Presidente dell'Istituto di ricerca *Boyce Thompson*, si è pronunciato contro l'etichettamento, in quanto fonte di un ingiustificato allarmismo per i consumatori, concludendo che **“La contaminazione microbica degli alimenti è un problema tanto importante quanto l'etichettamento.”** Gli scienziati hanno così richiesto ai senatori di ottenere dei finanziamenti pubblici per incentivare la ricerca universitaria sulle biotecnologie, in modo da potersi affrancare dalle grandi realtà industriali il cui legame finanziario non può garantire né indipendenza né obiettività.

Per i detrattori è necessario insinuare il dubbio sull'innocuità dei prodotti transgenici, mantenerlo e amplificarlo mediante vari canali che fungano da cassa di risonanza, utile ad accrescere la protesta: stampa locale e regionale, servizi televisivi, siti di movimenti ecologisti e associazioni su internet, senza dimenticare i forum, nei quali si scambiano flussi di informazioni spesso rilevanti. Risulta perciò conveniente individuare in modo sistematico le eventuali contraddizioni degli avversari e riutilizzarle per ribaltare a proprio favore una situazione di iniziale svantaggio. Dal canto loro, gli imprenditori del settore agrochimico hanno l'obbligo di dimostrare l'assenza di tossicità nei loro prodotti e assicurarsi che la commercializzazione avvenga solo dopo l'effettuazione di numerosi controlli. Per poter affrontare tutte le azioni offensive, essi devono anticipare e studiare il potenziale avversario, comprenderne la strategia, in modo da prevenire ogni forma di attacco verso i propri prodotti o verso l'azienda stessa. Questo studio dell'avversario si rivela essenziale al fine di mantenere l'iniziativa ed essere in grado di reagire prontamente. Non si tratta più di gestire la crisi e comunicare nel merito, bensì di controbattere volta per volta e mantenere la padronanza durante l'offensiva.

L'organizzazione ambientalista *Greenpeace* ha indubbiamente contribuito alla campagna contro le multinazionali agroalimentari *Unilever* e *Nestlé*. La forza dei suoi attacchi ha costretto le due aziende a ritirare rapidamente i prodotti transgenici dalla Gran Bretagna.

L'analisi del sito web della divisione francese del gruppo attesta un'effettiva manipolazione mediatica. Alla prima pagina di attualità una breve introduzione apre il dibattito. L'uso di vocaboli debitamente selezionati denota la scarsa trasparenza della retorica contestatrice: **“Manipolatori”**; **“apprendisti stregoni”**; **“inquietante lotteria”**; **“scarse e deboli risposte”**; **“è in ballo il futuro della nostra salute”**; **“ripercussioni sull'ambiente”**; **“rischi per la sanità pubblica”**. In quanto movimento di protesta, *Greenpeace* ha ben chiare le premesse. Ancora una volta il duello si basa sui deboli contro i forti, in cui i consumatori vengono contrapposti alle multinazionali dell'agrochimica. Si sfrutta al massimo il malcontento generale riguardante gli organismi geneticamente modificati, a maggior ragione se legato ad un bisogno primario di tutti gli

individui: nutrirsi. La tecnica consiste dunque nel manovrare il consumatore (figurativamente e concretamente), secondo lo schema operativo seguente:

Partendo dalla sezione INFO-CONSO del sito l'organizzazione chiede di eseguire quattro semplici passaggi concomitanti.

-Diffondere il più possibile le due liste di prodotti con i nomi dei relativi produttori: la lista bianca in cui sono presenti tutti i prodotti per i quali è stata garantita l'assenza di ogm e la tracciabilità degli ingredienti e delle sostanze additive; la lista nera che riporta tutti i prodotti suscettibili di contenere ogm e il cui produttore (citato in grassetto) non si oppone ad una loro eventuale presenza né può formalmente smentirla.

-Interpellare i produttori mediante petizioni, invio di fax, mail, telefonate, puntando a saturare gli uffici di segreteria e obbligarli a prendere dei provvedimenti, solitamente attraverso una dichiarazione.

A tale scopo vengono forniti dei modelli di lettera precompilata e già indirizzata agli industriali negligenti (*Danone Unilever Francia e Nestlé Francia*) che è possibile copiare. *Greenpeace* mette inoltre in risalto la risposta di un'azienda produttrice che aveva fatto un'ammenda esemplare e il cui direttore aveva dichiarato in forma scritta di aver eliminato tutti i prodotti transgenici, dopo aver scoperto di essere sulla lista nera e aver ricevuto numerose petizioni.

-Inoltrare la suddetta risposta, insieme alle lettere, ad almeno 5 persone a propria scelta.

-Tenere informata l'organizzazione sulla propria partecipazione e sul reclutamento di nuovi aderenti.

Questa strategia pressante, esercitata contro le industrie agroalimentari, si dimostra efficace in quanto obbliga i produttori a rendere conto del proprio operato.

Recentemente, il gruppo in difesa dell'ambiente ha pubblicato sul sito altre due liste relative agli organismi geneticamente modificati introdotti nell'alimentazione animale e ha chiesto ai consumatori di accertarsi che gli allevatori di pollame facciano uso di mangimi naturali. Le risposte ricevute devono essere comunicate mediante l'aggiornamento delle liste.

Laddove si renda necessario, *Greenpeace* sa ricorrere anche alla disinformazione. Sul suo magazine riposta che nel 1998 il Consiglio di Stato si pronunciò a favore dell'organizzazione ambientalista, revocando l'autorizzazione alla coltivazione di mais transgenico concessa all'inizio dell'anno. Pur essendo vero che *Greenpeace*, unitamente ad altri soggetti, aveva richiesto l'annullamento di un decreto del Ministro francese dell'agricoltura il 5 febbraio del '98, il Consiglio di Stato ha semplicemente deciso, il 25 settembre di quell'anno, di sospendere tale decreto e richiedere alla Corte di Giustizia europea l'interpretazione di un punto di diritto comunitario. Non si è mai trattata, pertanto, di una vittoria degli attivisti. Ma, facendo leva su qualche libera interpretazione, è stato fatto sfoggio di una disinformazione clamorosa.

Nell'ottica di *Greenpeace*, l'importante è che si arrivi a un intervento da parte della giustizia, indipendentemente dal risultato. L'organizzazione si rivela oltretutto abile nel cogliere tutte le sottigliezze di un argomento, quando decide di ammettere un errore e giocare sulla trasparenza:

Nel 1998 il ricercatore britannico Arpad Pusztai fu licenziato per aver dimostrato che alcune cavie nutrite con patate transgeniche presentavano delle atrofie organiche. La varietà di patate impiegata dal ricercatore nei suoi esperimenti era stata trasformata con il gene derivante da una tossina di un'altra specie. Le patate in

questione risulterebbero quindi dannose non per il fatto di essere geneticamente modificate, ma a causa della tossina introdotta, nociva di per sé. Nell'agosto di quell'anno, il gruppo ambientalista aveva descritto Pusztai come un rinomato scienziato, punito per aver provato la tossicità delle piante transgeniche. L'anno seguente precisò in alcune righe: ***“La conclusione di tali ricerche resta fragile, in quanto certe varietà di patate producono un loro proprio insetticida e, del resto, in Canada vengono vendute delle verdure simili”***. Nel caso di specie, *Greenpeace* ha tentato dunque di apparire come un soggetto in buona fede, che può essere tratto in inganno e commettere un errore come chiunque altro.

Il mercato transgenico rappresenta un ambito strategico per il governo americano. A partire dagli anni '80, le multinazionali del settore chimico e farmaceutico hanno avuto libera iniziativa in materia di ingegneria genetica, permettendo così agli Stati Uniti di mantenere il primato mondiale. Oggigiorno tali iniziative vengono fortemente osteggiate da una parte dell'opinione pubblica americana (consumatori e agricoltori) ed europea. Quest'ultima, alla base della campagna di protesta, è stata parecchio criticata dall'esecutivo statunitense, il quale, lungi dal giustificarsi, ha contrattaccato mirando ai punti deboli dell'Europa.

Secondo Alan Larson (Sotto-Segretario di Stato ad interim per gli Affari economici, commerciali e agricoli): ***“Per colpa dell'Europa i produttori americani di mais vengono privati di circa 200 milioni di dollari di esportazioni lecite. (...)Certe agenzie europee specializzate in sicurezza alimentare si sono rivelate politicamente influenzabili e dovrebbero prendere come esempio la FDA. Non ho mai constatato in Europa un livello di allarmismo simile o più elevato fra i consumatori.”***

Si può rimarcare che non esiste un'agenzia sanitaria indipendente in ambito europeo. Gli unici organismi che trattano la questione fanno parte degli Stati Membri, ed ecco perché si dubita della loro imparzialità.

Per James Murphy, rappresentante aggiunto per il commercio estero: ***“La nostra capacità di vendere questi prodotti va al di là dei dati economici. Si tratta di una questione umanitaria, ecologica e di sicurezza alimentare globale. Ci scontriamo con una dura opposizione da parte dell'Europa... con la mancanza di fiducia della collettività nei confronti della scienza... i gruppi di oppositori sono riusciti a sfruttare l'ansia dei consumatori, che hanno conseguentemente fatto pressione sui rappresentanti politici.”***

David Sandalow, Segretario di Stato aggiunto per l'ambiente, l'ecosistema marino e la scienza, rappresentante della Conferenza di Montreal del 2000, ha dichiarato al Washington File: ***“ Ci si concentra sulla biodiversità e sulla tutela ambientale tralasciando il dibattito sulla sicurezza alimentare. Le negoziazioni... non devono focalizzarsi su regole commerciali... che potrebbero intralciare il commercio alimentare globale. Gli Stati Uniti non sarebbero nelle condizioni di appoggiarlo”***. ***“Secondo il parere di numerosi esperti, la furia scatenatasi in Europa verso gli ogm rischia di lasciare morire di fame migliaia o addirittura milioni di bambini dei paesi in via di sviluppo, se scienziati e istituti che finanziano le ricerche si mostrano restii all'utilizzo degli strumenti della biotecnologia moderna ed evitano di ricorrervi. La salubrità e la qualità degli alimenti ottenuti attraverso la biotecnologia non differiscono dagli alimenti ottenuti mediante metodi tradizionali”***.

L'atteggiamento diffidente degli scienziati e dei politici europei è prova della loro incapacità di portare avanti una politica di ricerca sugli ogm e questo ritardo è responsabile di numerosi decessi nei paesi in via di sviluppo.

Le strategie di difesa del Dipartimento dell'agricoltura e delle agenzie federali si possono notare in un discorso incentrato sulla responsabilizzazione e sulla giustificazione: il 1° novembre del 1999, il Dipartimento dell'agricoltura degli Stati Uniti d'America lanciò un nuovo sito internet allo scopo di informare i consumatori sullo stato della ricerca in ambito biotecnologico applicata al settore agricolo. Il sito aveva il compito di fornire le risposte alle domande più frequenti (*Frequently Asked Question*). Metteva inoltre in luce le varie regolamentazioni ed informazioni sul commercio internazionale dei prodotti.

L'Agenzia federale per gli alimenti e i medicinali organizzò tre riunioni pubbliche sul tema degli ogm: Chicago - 18 novembre; Washington - 30 novembre; Oakland - 13 dicembre 1999. Questi dibattiti permisero ai consumatori americani di esprimersi sulla linea politica fino a quel momento tenuta dall'ente, dal momento che svariate associazioni fra cui la *Consumer Union* reclamavano, in nome del diritto di scelta, l'etichettamento degli alimenti transgenici. In occasione della riunione di Washington, Joseph Levitt, Direttore del Centro di sicurezza alimentare e nutrizione applicata presso l'FDA, dichiarò: ***“Preso atto della controversia... noi vogliamo che vengano fatte presenti le vostre raccomandazioni, al fine di migliorare la nostra strategia di verifica della salubrità degli alimenti e ottimizzare la condivisione di informazioni a livello pubblico”***. Secondo il Direttore del Centro di biotecnologie per l'agricoltura e l'ambiente dell'Università di Rutgers, il rifiuto dei consumatori europei era il risultato di normative lassiste che non erano state in grado di impedire il morbo della mucca pazza e la vendita di mangimi per animali contaminati da diossina. Nondimeno James Maryanski, Coordinatore delle biotecnologie presso l'FDA, ha asserito che la regolamentazione si concentrava su prodotti, alimenti e sostanze additive, piuttosto che sulle piante impiegate nel processo produttivo. Oggi l'FDA conta di adottare nuove regole qualora un prodotto non rispetti i criteri di sicurezza. L'unica legge sul controllo degli alimenti derivanti da piante transgeniche risale al 1992 e si basa essenzialmente sui requisiti di sicurezza previsti per gli alimenti tradizionali. Tale legge è stata oggetto di pesanti critiche da parte di un autore americano, poiché consentiva la commercializzazione di prodotti geneticamente modificati senza prova di salubrità né autorizzazione. Sembra dunque che allo stato attuale l'FDA imponga alle industrie agrochimiche di effettuare in via preventiva più controlli, al fine di scongiurare eventuali rischi. Costrette a correre ai ripari, le multinazionali *Monsanto* e *Du Pont de Nemours* tentano un nuovo approccio basato sulla responsabilizzazione e la giustificazione. Il 6 ottobre 1999, durante un dibattito con *Greenpeace*, l'azienda *Monsanto* prende l'iniziativa riconoscendo implicitamente la propria mancanza di ascolto e di conciliazione. Per quanto concerne *Du Pont de Nemours*, l'azienda ammette che il timore della collettività è stato acuito dall'atteggiamento degli industriali, come se le preoccupazioni non fossero lecite e fossero frutto dell'ignoranza. Fra le tattiche controffensive della *Monsanto* ritroviamo il principio dell'iniziativa pubblicitaria come arma comunicativa d'attacco: ***“Le proteste degli agricoltori e dei consumatori associate a quelle degli investitori avevano obbligato Shapiro a rinunciare pubblicamente alla messa in commercio della tecnologia Terminator”***.

Questo principio - una lettera aperta rivolta a una Fondazione di fama mondiale - permette di orientare il messaggio nella direzione desiderata, limitando le repliche da parte dell'avversario.

“(...)La decisione ha tenuto conto delle opinioni che voi stessi avete espresso nel merito e di quelle di un elevato numero di esperti e di personalità, incluse quelle dei rappresentanti della nostra, importante comunità agricola. Abbiamo consultato molti specialisti internazionali dell’ambiente, aspirando a una valutazione approfondita e indipendente. Continueremo a incoraggiare un dibattito libero e trasparente”.

Si tratta di un comunicato che restituisce l’immagine di una *Monsanto* responsabile e attenta agli interessi collettivi, la quale diventa in questo modo una partner degli agricoltori, con l’obiettivo di aiutarli a migliorare i raccolti; e non più un’azienda monopolistica sicura del proprio potere.

La forte mobilitazione degli oppositori e l’aspetto mediatico delle loro azioni hanno provocato un brusco arresto del progresso degli organismi geneticamente modificati. Di fatto, le piante transgeniche sono state concepite per incrementare il rendimento agricolo, ma gli effetti a lungo termine sugli individui non sono stati minimamente presi in considerazione. Ad oggi nessuno è in grado di garantire la totale innocuità di tali organismi. E questo è un tema chiave che comincia a persuadere una parte della popolazione americana.

Quest’anno l’FDA è stata oggetto di un’azione giudiziaria per la sua politica troppo leggera in materia di biotecnologie alimentari. Ecco il motivo per il quale alcuni esercenti americani sono vincolati, per ragioni commerciali, ad esigere dai fornitori mais non transgenico, mettendo così in pratica la procedura di tracciabilità instaurata in Europa. La campagna europea non è stata condotta contro gli ogm, ossia ideata e organizzata per rivalità economiche; è solamente scaturita da una totale assenza di informazioni chiare e precise, sommata alle questioni legate alla sicurezza alimentare (mucca pazza, polli alla diossina).

Le industrie agrochimiche sono cadute in completo errore rispetto all’analisi del rapporto di forza. La loro errata percezione le ha private di ogni possibilità di anticipare e prevenire tale campagna. Hanno compreso tardivamente la necessità di cambiare forma di comunicazione, nel momento in cui gli agricoltori americani si sono rifiutati di acquistare le loro sementi. Una volta scoppiata la protesta, le aziende hanno mostrato di essere inequivocabilmente prive di una visione globale, di avere una scarsa conoscenza dei terreni, dell’ambiente in generale e del prossimo. Infine, l’ignoranza dei principi dell’azione in ambito concorrenziale, ha inevitabilmente condotto alla crisi. La gestione dei rischi informativi non può essere improvvisata, ma deve basarsi su un piano concreto. Questo episodio evidenzia chiaramente la potenza dell’informazione utilizzata come strategia offensiva e il forte vincolo al quale le aziende sono ormai sottoposte, dovendo riorganizzare il proprio approccio comunicativo per raggiungere l’obiettivo, ovvero sedurre i consumatori. In un incontro ciò che conta non è tanto conoscere l’altro, quanto riuscire a vedere con i suoi occhi.