

LE STRATEGIE DELLE MULTINAZIONALI

Indice

“Il mercato agricolo e medico sono molto diversi ma a livello di ricerca c’è una comunanza crescente. Tecnologie come l’analisi delle sequenze dei geni, la chimica combinatoria e lo screening ad alta velocità di trasmissione dei dati sono rilevanti tanto per l’agricoltura che per la salute umana” - Sir David Barnes, Presidente di Zeneca

4

[Dall'opuscolo "Biotecnologie. La scomparsa della diversità della vita e le nuove tecniche del dominio per il controllo della natura", Il Silvestre, Pisa 2000]

LE STRATEGIE DELLE MULTINAZIONALI

“Il mercato agricolo e medico sono molto diversi ma a livello di ricerca c’è una comunanza crescente. Tecnologie come l’analisi delle sequenze dei geni, la chimica combinatoria e lo screening ad alta velocità di trasmissione dei dati sono rilevanti tanto per l’agricoltura che per la salute umana” - Sir David Barnes, Presidente di Zeneca

La Monsanto, società multinazionale con base a St. Louis, è uno dei cardini sul quale ha ruotato la crescita delle biotecnologie alimentari negli USA, grazie non solo al suo potere economico e all'appoggio dato alle elezioni presidenziali di Clinton, ma anche alla decennale esperienza nel campo delle nocività. Dagli stabilimenti di tale ditta, dislocati sul territorio americano e non solo, sono usciti fin dagli anni '20 decine di prodotti devastanti, come stirene e polistirene, fertilizzanti di sintesi, pesticidi ed erbicidi, PCB e molti altri, tra i quali i più recenti frutti dell'ingegneria genetica. Una esperienza che ha ricevuto non poche critiche, e che di conseguenza ha reso necessaria una abilità nell'evitare chiacchiere sul proprio conto e nel rendersi favorevoli i cosiddetti organi ufficiali di controllo (la Food and Drugs Administration di fatto è in stretta collusione con la Monsanto).

Non c'è da stupirsi affatto quindi che l'introduzione nei campi americani di piante "geneticamente migliorate", come vengono chiamate, intendendo di conseguenza imperfetta la natura, sia avvenuta senza fanfare, campagne pubblicitarie sui quotidiani o pubblici dibattiti. La strategia perseguita è stata quella di evitare a tutti i costi una etichettatura che indicasse il contenuto di ingredienti geneticamente modificati (GM): così è stato fatto per il Posilac. L'ormone della crescita bovino modificato per aumentare la resa latte, e così sta avvenendo con la soia Round-up Ready, resistente all'erbicida Round-up prodotto dalla stessa Monsanto.

Il Posilac fu introdotto nel mercato americano con forti critiche da parte dei consumatori e dei piccoli allevatori. Alcune aziende cominciarono così a scrivere sulle confezioni che il loro latte era privo di tale ormone, ma furono minacciate pesantemente e citate in tribunale dalla Monsanto. minaccia che si estese perfino agli stati che volevano invocare una simile etichettatura per legge.

Come annotato recentemente dal New York Times "siccome la maggior parte dei consumatori è ignara delle quantità di cibo manipolato disponibile e' difficile valutare la loro posizione verso tali prodotti. E gli enormi benefici dati dal tenere la gente all'oscuro non sono certo casuali, così l'opposizione all'etichettatura è diventata una pratica fondamentale nelle strategie di espansione di questa multinazionale.

Con la semina ed il commercio di soia Round- Up Ready per la prima volta gli americani avrebbero mangiato ingredienti GM in centinaia di cibi diversi, ma si è cercato di far passare questo fatto inosservato. La Monsanto si è inoltre opposta alla segregazione dei semi transgenici da quelli tradizionali, assumendo cioè non c'è alcun bisogno di sapere se si mangiando soia modificata o meno in quanto "non c'è differenza". In altre parole è stata tolta la seppoi limitata possibilità di scelta riguardo la propria alimentazione. E in questa presa di posizione le più grandi industrie di sementi come la Cargill o la Archer Daniels Midland sono state d'accordo, e così la soia GM è stata seminata raccolta e venduta insieme a quella tradizionale, e viene oggi mangiata dalla maggior parte degli americani, e non solo. senza che molti sappiano di questo cambiamento.

Quando poi è arrivato il momento di esportare soia GM in Europa, che compra circa 1/4 dei raccolti americani, la Monsanto ha mantenuto la sua linea: niente etichet-

tatura, niente segregazione e nessun diritto di informazione per la gente Il risultato è stato un gran fiasco di immagine per l'azienda.

L'approvazione da parte della Comunità Europea era ancora in processo quando le prime navi partirono dall'America nell'autunno del '97 La maggior parte degli europei fu presa dunque alla sprovvista, e ne conseguì una certa opposizione. Molti paesi e molte ditte hanno cominciato a cercare soia esclusivamente non GM per tranquillizzarci gli animi, e così il mercato di tale legume o andato nel caos. L'arroganza della Monsanto, che credeva di poter immettere la soia transgenica nei paesi europei senza problemi ha portato ad una tempesta politica sulle biotecnologie. E ciò che più irrita la Monsanto è che tale tempesta non si sia affatto calmata, anzi.

In America la resistenza europea all'ingegneria genetica viene vista come superstizione luddista da superare."E' solo un ulteriore passo nella storia dell'agricoltura", ci rassicura Joseph Zaick della American Soybean Association, tacendo il fatto che tutti gli ultimi passi nella storia dell'agricoltura abbiano avuto conseguenze distruttive.

Ma il passo falso iniziale della Monsanto è stato così grave che si è vista costretta a lanciare una enorme campagna pubblicitaria, diffusa soprattutto in Francia ed Inghilterra. L'idea era quella di avere verso la gente un approccio diverso, trasparente, conciliante e dalle tinte verdognole, sperando così di spezzare ogni dubbio. Ma gli effetti di tale pubblicità non sono stati quelli desiderati, e addirittura è cresciuta nei suddetti paesi la sfiducia e la resistenza verso il cibo GM. fatto questo che ha innervosito altre ditte del settore, tra cui Novartis, e creato polemiche infinite.

Di fronte alla fama negativa fattasi negli ultimi anni la Monsanto si è vista infine costretta ad un ultimo estremo tentativo di salvare i propri tornaconti, e cioè sparire nell'anonimato di un nome diverso. Con l'acquisto della Pharmacia ha così approfittato per togliere il proprio nome di tomo creando la Pharmacia Corporation. Tale gesto, pur se furbo, è comunque segno di una evidente paura e quindi da valutarsi positivamente.

Ma se la Monsanto/Pharmacia può essere presa ad esempio della arroganza, dell'astuzia e della nocività delle multinazionali non è certo la sola nel settore biotecnologico ad aver adoperato trucchi di ogni sorta pur di garantire la vendita dei propri prodotti. Mossa particolarmente subdola è stata infatti quella simultanea di Nestlé, Unilever e Danone, che hanno dichiarato pubblicamente l'intenzione di ripulire i loro comunque inquinati prodotti dalla presenza di OGM. Una mossa dettata puramente dal timore di un allargamento del boicottaggio in corso, a cui riprova sta il comunicato di Nestlé UK in cui si esprime un rammarico per i timori intorno a queste nuove tecnologie e si auspica una veloce risoluzione di tale problema. Comunicato che non può stupirci visti gli ingenti investimenti da parte di queste tre multinazionali nella ricerca e nella applicazione delle biotecnologie.

Guerra Sociale (2002-2010)
critica libertaria al capitalismo

LE STRATEGIE DELLE MULTINAZIONALI

guerrasociale.anarchismo.net