

L'irresistibile impero. Come gli europei divennero consumatori americani

giovedì 26 maggio 2005

**Victoria De Grazia
Marco D'Eramo**

Marco D'Eramo:

La gioia di avere qui Victoria De Grazia è enorme. È pari a quella che abbiamo provato quando il Milan, la squadra di Berlusconi, dopo lo scudetto, ha perso anche la Champions League. Uso un riferimento calcistico per parlare del libro di Victoria, perché in realtà il calcio, al di fuori della burocrazia, è l'unico campo in cui l'Europa unita esiste.

C'è la Commissione di Bruxelles, c'è il mercato comune, l'Unione Europea, c'è il trattato di Maastricht eccetera, ma un'Europa unita dal punto di vista della cultura, della società civile, non esiste. Sfido chiunque a dirmi chi è il più famoso cantante tedesco.

Sembra una domanda bislacca, ma se ci pensate, la Germania è la più grande potenza economica di questo nostro continente, e noi dei cantanti tedeschi non sappiamo nulla. Succede che perfino un regista danese è conosciuto in Italia solo se passa attraverso gli Stati Uniti. Io lo chiamo il modello greco, il modello delle isole greche. Samo e Chio possono essere molto vicine tra di loro, però per andare da Samo a Chio ti conviene passare per Atene. E così per conoscere la celebrità dello star system olandese, non ci arrivi se non passi attraverso lo star system americano.

Questo pone una domanda molto seria riguardo l'unità europea. Quanto dell'unità europea è dovuto all'azione degli Stati Uniti. Cioè, quanta parte del fatto che adesso l'Europa ha una moneta unica, ci sono istituzioni europee e c'è una Champions League, è dovuto all'azione degli Stati Uniti?.

Nel libro Victoria ha scritto che siamo tutti americani. E lo siamo anche quando siamo antiamericani Perché tutti usiamo le invenzioni sociali americane, il carrello del supermercato, la lavatrice, lo scaldabagno elettrico e naturalmente l'automobile. Victoria De Grazia racconta la rivoluzione che è avvenuta in Europa negli ultimi cinquant'anni, una rivoluzione enorme provocata dagli americani di cui noi non ci rendiamo pienamente conto.

Una cosa che ho scritto per un altro libro, secondo me, racconta bene questa rivoluzione. L'introduzione de *Lo sciamano in elicottero*, un titolo del '99, comincia così:

“Nell'altopiano la grande masseria di pietra non ha l'elettricità né sanitari né acqua corrente. C'è un pozzo ma l'acqua non è potabile. La notte la sola illuminazione viene dalla lampada a petrolio. Il pianterreno è attraversato dalla lunga canna fumaria della cucina economica di ghisa con cui si cuociono i cibi e ci si riscalda a legna. Il fieno è falciato e rastrellato a cavallo e poi è compresso in balle da presse azionate a mano. Quando i cavalli non sono usati dai contadini i bambini ci si issano su, senza sella, poi vanno a saltare nei covoni di fieno.

Si alzano all'alba, ogni mattina pedalano per 8 km fino alla stazione ferroviaria più vicina, dove riempiono di acqua potabile le botticelle di legno. Sempre in bici, vanno in salita fino al paese lontano 11 km per comprare il pane fresco e altre vivande ordinate dalla nonna. Per la strada incrociano soprattutto vecchie contadine tutte vestite di nero a dorso di asino. Poco prima del tramonto, per prati, i bambini camminano per 3 km fino alla capanna dei pastori a riempire due bottiglie di latte appena munto. È ora di andare a dormire, quando in lontananza passa la Littorina delle otto. Allora, sotto un cielo stellato, incredibilmente limpido, escono nel buio a fare pipì sull'erba, lontano dalla casa, guardando la via lattea di uno splendore abbacinante.”

Quando io racconto questa storia nessuno crede che quel bambino sia io e che andavo in vacanza d'estate in questa masseria. L'Italia era questa. Ora è cambiata e l'agente di questa rivoluzione sono stati gli Stati Uniti. Una rivoluzione silenziosa di cui sono state protagoniste le massaie d'Europa. E il consenso di cui gli Stati Uniti hanno goduto nell'Europa è dovuto a quelle vicende. Il libro di De Grazia la descrive così bene, in modo quasi sofisticato. E ci restituisce nel frattempo lo sguardo dell'America che vede l'Europa come un continente arretrato.

In America l'anno delle lavatrici fu il 1925, in Italia le lavatrici fino agli anni '60 non c'erano. Nel 1920 c'era un'auto ogni 13 abitanti negli Stati Uniti, in Gran Bretagna una ogni 228 abitanti, in Francia ogni 247 abitanti, in Germania ogni 1017 abitanti, in Italia c'era un'auto ogni 1206 abitanti. Negli Stati Uniti c'erano 100 volte più auto che in Italia. Le proporzioni europee di allora sono simili a quelle asiatiche di oggi. Il libro è aggiornato al 2004. Una macchina ogni 436 abitanti in Cina, una macchina ogni 238 abitanti in India, una macchina ogni 81 abitanti in Indonesia.

In Europa nel 1999 il divario si è colmato. E addirittura Italia e Germania hanno superato gli Stati Uniti quanto a densità di automobile per abitante. E infatti c'era un'automobile ogni 2,7 abitanti in Inghilterra, un'automobile ogni 2,5 abitanti in Giappone, un'automobile ogni 2,1 abitanti in Francia, un'automobile ogni 2,11 abitanti negli Stati Uniti, un'automobile ogni 1,56 abitanti in Germania e un'automobile ogni 1,80 abitanti in Italia.

In realtà, i numeri nascondono la realtà, perché gli Stati Uniti separano le statistiche dei *trucks* dalle auto e quindi mettono gli *sport utility vans*, i Suv, fra i camion. In effetti gli Stati Uniti hanno un'auto ogni 1,26 abitanti.

In Italia siamo passati da una macchina ogni 1200 abitanti nel 1920, ha una macchina ogni 1,8 abitanti oggi. Questa rivoluzione silenziosa ha creato il cittadino europeo, anche se, come dicevo all'inizio, l'unica cosa in cui siamo già europei noi è la Champions League.

L'ha creato per due ragioni: la prima ha a che vedere con quello che diceva un vecchio eroe di Voltaire che si vantava di eliminare infallibilmente tutti i suoi avversari con un sapiente miscuglio di preghiere, esorcismo e arsenico. Gli Stati Uniti sono riusciti in questo anche perché hanno occupato militarmente l'Europa. Questo non va mai dimenticato, è un aspetto importante della faccenda, c'è stata un'occupazione militare che dura tutt'oggi.

In Europa c'è gente come i francesi e i tedeschi che hanno un ego ipertrofico senza limiti, come diceva un mio amico lussemburghese: "Io sono contento di essere lussemburghese perché essere francese o tedesco è una professione a tempo pieno". Si sarebbero combattuti per altri cinque secoli, avrebbero fatto un altro centinaio di guerre se gli americani non avessero mostrato i muscoli e dimostrato a francesi e tedeschi che da soli non facevano il loro peso.

Dunque c'è una presenza militare che gli Stati Uniti hanno imposto all'Europa a livello continentale. Però c'è anche un aspetto persuasivo, quello che De Grazia cita come "l'impero per spasso", l'impero divertente, l'impero di Elvis Presley, l'impero di Paperino, l'impero di John Ford e di John Wayne. È l'impero che passa senza dichiararsi impero. È quella capacità per cui i film più intensamente politici e propagandisti degli Stati Uniti sono i western che, appunto, non fanno politica.

Il secolo che descrive De Grazia è il secolo del Fordismo, è il secolo dell'America. Che comincia con la guerra di Cuba, nel 1898, cioè con l'eliminazione dell'impero spagnolo, e arriva fino all'attuale guerra in Iraq. Questo secolo ha visto straordinarie conquiste americane. Li ha visti eliminare la grande Inghilterra, all'indomani della prima guerra mondiale, gli imperi coloniali dopo la seconda guerra mondiale e disintegrare l'Unione Sovietica dopo il 1989.

Una cosa che non bisogna mai fare è sottovalutare la sagacia della classe dirigente americana. Non basta dire come fanno molti europei che vincono perché hanno i soldi. Intanto, c'è da chiedersi come e perché se li sono fatti. Perché, ad esempio, non ci sono gli Stati Uniti del Sudamerica? In fondo, Simon Bolivar ha fatto la guerra d'indipendenza nel 1820, pochi decenni dopo la guerra d'indipendenza americana. In teoria, tutta l'America Latina, ispanofona, avrebbe potuto essere un continente unico e avrebbe avuto le stesse risorse degli Stati Uniti del Nord, perché non l'ha fatto?

La vera questione è che gli Stati Uniti sono riusciti a costruire il primo impero che sia riuscito a colonizzare il resto del mondo non attraverso la scuola, i libri, la sola disciplina, ma attraverso il divertimento, i film, la musica, le canzoni. Questa è una rivoluzione straordinaria.

Ritorno alla questione del calcio. Perché è come chiudere il cerchio di questa storia. Lo sport di massa trasmesso alla televisione in tutto il mondo è un'invenzione americana, ma l'unico sport che ha una diffusione universale, il calcio, è europeo. È avvenuta questa strana faccenda, gli americani hanno impostato le procedure, hanno impostato il quadro, il contesto, hanno inventato il mezzo però poi l'oggetto veicolato non è americano. Lo sport americano è dialettale non è una lingua universale. Questo è un po' quello che sta avvenendo. Tutto il mondo è americanizzato, siamo tutti americani, perché la verità è questa, e forse non abbiamo più bisogno di andare in America a imparare.

Queste sono le conseguenze inattese dell'impero. Gli imperi qualche volta creano delle situazioni che non avevano previsto. Io mi chiedo se quello che sta succedendo nel mondo, per esempio il fatto che oggi i grandi innovatori dei cartoni animati siano giapponesi, non sia una di queste conseguenze. Quando gli americani arrivarono qui a impiantare che so, i supermercati, non potevano certo immaginare che poi sarebbero stati i francesi a impiantare il Carrefour in America. Victoria De Grazia ha perfettamente ragione: la rivoluzione che l'America ha portato in Europa è altrettanto enorme di quella dell'impero romano. Sarà meno estetica perché le vie consolari erano più belle, l'anfiteatro di Nimes è stupendo, così gli acquedotti romani, però il carrello del supermercato, il dentifricio, "lava più bianco", la rivoluzione americana, hanno comunque un loro fascino.

Oggi ci si chiede se la rivoluzione americana non renda ormai l'America ridondante. In Europa quando l'industria licenzia si dice che ci sono gli *esuberanti*, è esuberante, ci sono 2000 esuberanti alla Fiat, la Fiat è esuberante. Non si riflette mai abbastanza sulle parole. In America è ancora peggio, uno è licenzia perché è ridondante.

Dunque in un mondo in cui ha vinto l'impero americano gli Stati Uniti non sono diventati ridondanti? Questo è il problema che ci si pone oggi. Per questo do la parola a Victoria De Grazia.

Victoria De Grazia

La mia visione forse è diversa da quella presentata dall'amico D'Eramo. Nello scegliere per il titolo del libro "l'irresistibile impero", *the irresistible empire*, pensavo a "L'irresistibile ascesa di Arturo Ui", cioè a un processo tutt'altro che irresistibile. E questa è stata una storia, secondo me, di grande resistenza.

Da vecchia gramsciana la prima questione che mi sono posta è stata quella dell'egemonia. Così ora sono in grado di spiegare meglio le mie conclusioni e cioè che è stata un'ascesa tutt'altro che irresistibile. Credo anzi che si debba parlare di un'epoca dell'impero americano e anche del suo inesorabile declino. Così abbiamo più chiare le strategie, i mezzi, le procedure, insomma un insieme molto complesso, che riguarda non solo gli Stati Uniti ma anche gli stati, le nazioni, le società europee.

Una premessa sul libro. Sono una storica, dunque ho cercato negli archivi. Sono scettica e non riesco ad arrivare facilmente alle generalizzazioni se non dopo tutta una serie di ricerche. L'idea della ricerca mi è venuta partendo dalla periferia, cioè dal locale, da una società che conosco abbastanza bene dal punto di vista storico. Facevo, per interesse personale, uno studio sull'Italia nel 1934, sul consenso sotto il fascismo, e mi sono imbattuta in una nota di un console americano che studiava il commercio, confermata anche in un documento del governo fascista: il film *La febbre dell'oro*, del '34, ha avuto in Italia 4,5 milioni di spettatori, molto più di qualsiasi altro film della storia italiana. E Mussolini, vedendo quei dati, disse: 4,5 milioni, rappresentano soltanto il 10% della popolazione, noi vogliamo un cinema nostro che porti questa cifra a 25 milioni.

Ma nonostante tutta la capacità dello Stato in Italia l'80% dei film continuò a venire da Hollywood.

Il problema diventa ancora più sconvolgente se si considera che tra il 1905 e il 1910 la maggioranza dei film che giravano negli Stati Uniti proveniva dalla Francia e anche dall'Italia. Fatti in Europa anche da registi che venivano dagli Stati Uniti, non da Hollywood ma dal New Jersey, New York, ecc..

Cos'è, dunque, questa cultura americana che viaggia? Come succede che anche in un regime autoritario penetra questa industria delle immagini? Sarà potere economico, culturale? O, secondo la vecchia idea dell'imperialismo, ci sono monopoli economici che premono in modo tale da far sì che la gente consumi anche se non vuole? O, questa è la vecchia idea del '68, è una cultura così fantasiosa, che ci libera, ed è per questo che viene accolta, diventa modello?

Economia, pressione economica ed imperiale, monopolio, oppure cultura che in qualche modo è così affascinante che arriva e viene comprata liberamente?

Di fronte a questo problema ho cominciato a cercare di capire meglio i nessi, i circuiti, e man mano mi sono posta la domanda: ma cos'è questa cultura dei consumi negli Stati Uniti? Ormai c'è un'abbondante letteratura americana su questo tema. Con molta però non sono molto d'accordo, perché gli Stati Uniti sono autoriflessivi, non riescono a capire la loro particolarità. Approfondendo la ricerca e la riflessione mi sono resa conto di come questo fenomeno avesse degli elementi rivoluzionari, cioè prometteva certe cose in modo particolare rispetto alla cultura dei consumi in Europa. E questo dà una valenza veramente rivoluzionaria al potere, si può dire "morbido", all'egemonia americana in questo secolo.

Il vecchio Gramsci diceva: "Si ha l'egemonia quando c'è qualcosa di nuovo, di rivoluzionario". L'egemonia ha a che vedere dunque con la capacità propulsiva. Gli Stati Uniti con la loro cultura dei consumi rivoluzionano la società, come la rivoluzione francese con le promesse di uguaglianza e come la rivoluzione bolscevica. Per alcuni aspetti in modo ancora più potente, perché non passa solo per lo Stato, ma coinvolge anche la società civile. E questo è un aspetto fondamentale.

Gli Stati Uniti cominciano sin dall'800 ad assumere questo forte potere. Una delle ragioni è il fatto che fanno degli alimenti americani la prima produzione. Si potrebbe dire che quello non è il secolo del fordismo ma di un paese con un'enorme abbondanza di cibo.

Negli Stati Uniti, fin dal 1880, ma anche prima, non ci sono più carestie. In Europa invece il problema alimentare rimane fino agli anni '50 di questo secolo. Per problemi politici e anche per le spese militari.

Questa abbondanza arricchisce anche il bilancio operaio, dà più possibilità di scelta, aumenta il tenore di vita. E da anche agli Stati Uniti la possibilità di esportare cibo.

Poi c'è il vantaggio di un mercato interno protetto più grande di qualsiasi Stato europeo. Questo permette lo sviluppo di grandi aziende che poi hanno un forte interesse per l'innovazione. E l'innovazione è importante in questa storia non solo perché dà il primato economico, ma perché questi beni finiscono per essere accessibili a nuove fasce sociali. L'automobile nasce negli Stati Uniti senza una connotazione di classe. In Europa invece, le auto vengono prodotte inizialmente da artigiani, Bugatti ad esempio, e conservano il loro carattere esclusivo.

Inoltre per il pubblico ibrido di immigrati, sradicati e spostati, questi beni innovativi diventano molto presto mezzi di auto identità. Si vuole vivere come gli americani. Nessuno in Italia direbbe voglio vivere come un europeo, nemmeno un italiano. Questa idea di stile di vita viene molto presto manipolata dalle grandi aziende e anche dal marketing.

Ma c'è anche qualcosa d'altro. I beni vengono interpretati come beni che danno accesso alla gente, alla società ma hanno anche un connotato di libera scelta. Scoprire questo ethos democratico nei consumi per me è stato molto duro.

Un'idea di democrazia basata sulla libertà di scelta e non sull'uguaglianza e messa insieme all'idea del consumo. Questa fusione avviene molto ma molto presto negli Stati Uniti con l'idea della sovranità dei consumatori. Che è anche un modo di essere sovrani politicamente. Già negli anni '20

si parla della politica come scelta di consumo: il consumatore sceglie anche tra i politici. È la democrazia del consumo, forte e radicata.

In questo contesto la novità arriva quando gli Stati Uniti iniziano a confrontarsi con un altro tipo di consumi, cioè con una civiltà superiore alla loro, l'Europa. Il vecchio regime borghese col suo lusso, il suo benessere. I modelli per la borghesia americana vengono dall'Europa. Dalla Germania, ad esempio, vengono tutti gli insegnamenti sul marketing e l'economia, l'idea stessa di creare un mercato protetto.

C'è l'egemonia anche perché c'è questo problema dell'Europa. Per questo nel libro parlo dell'Europa e non della Cina, del mondo o degli Stati Uniti e l'America Latina.

L'egemonia globale americana passa attraverso l'Europa, cioè con il confrontarsi con la differenza e le resistenze europee. Quali sono queste resistenze? In primo luogo, è il modo di consumo borghese. Ci sono classi che consumano in un modo diverso. C'è la borghesia, c'è il proletariato, c'è il modo lussuoso, c'è l'austerità.

L'austerità si collega poi al movimento socialista che difende fortemente quest'idea.

Un altro tipo di resistenza, diciamo di classe, viene da lontano, viene dalla società borghese, capitalista, basata sul commercio, che regnava nell'800. Gli Stati Uniti erano esportatori di cotone, di materiale grezzo, non hanno esportato beni finiti fino agli anni '20 in Europa. Questo bel mondo dell'Europa, il mondo di Dresda, il mondo di Parigi, resisteva.

Una seconda fortissima opposizione ci fu negli anni '30 e '40. Il nazismo aveva un'idea molto chiara del consumo. Un mondo alternativo a quello americano, ma un mondo di massa che aveva i beni necessari: la Volkswagen, la radio popolare, etc.

Anche in Italia c'era un po' questa idea, però fu la macchina tedesca a darle concretezza.

Anche l'ossessione per la salute della razza, era un'idea di massa. Certo basata su criteri razziali, su una gerarchia razziale. Tutte le risorse dell'Europa organizzata in modo gerarchico, ad esclusione ovviamente di tutta una serie di popoli. La Germania avrebbe prodotto i beni di consumo e macchinari, l'Italia la grande cultura, eccetera.

In questo secondo momento per resistere si sono fatte anche industrie transnazionali, soprattutto cartelli. L'ordine nuovo era un progetto europeo di resistenza.

La terza fortissima forma di resistenza, che viene da lontano, è quella socialista. Anche se in quella tradizione confluiscono l'ascetismo cattolico e il protestantesimo, fondamentale è la teoria di Marx nell'800. La contrapposizione diventa più forte nella guerra fredda, un vero e proprio modello alternativo. Lo conosciamo benissimo, di cui più o meno abbiamo tutti fatto parte, con una visione di austerità nel consumo di certi beni, con una forte carica rivoluzionaria, che ha portato a servizi di un certo tipo, a bisogni di un certo genere, soprattutto per la cultura. Questa resistenza viene schiantata probabilmente a partire dagli anni '70, però in modo chiaro nel 1989.

In questo senso l'impero è "irresistibile", perché non c'è stato bisogno di una azione statale per questa avanzata.

Quest'impero ha certe caratteristiche. In primo luogo si basa sull'idea che i beni devono circolare e non c'è sovranità altrui che possa opporsi. I beni passano, non solo per via della loro specializzazione, ma anche perché sono portatori di valori: se tu sei vestito come me, ci riconosciamo, se mangiamo tutti MacDonal'd's come possiamo farci la guerra? Un'idea sempliciotta però fondamentale. Ci riconosciamo, allora perché ci dovrebbe essere il diverso? E questo rispetto alla storia europea dove c'erano differenze sui modi di consumo e perfino sul corpo, c'era la lotta tra chi aveva la barba e chi non.

La seconda caratteristica è che non c'era solo lo Stato. Marco D'Eramo lo diceva dell'impero francese, che metteva su tutta una serie di strutture. Qui il successo passa non solo attraverso lo Stato, anche se spesso lo Stato americano non viene identificato tanto facilmente, ma attraverso il mercato e anche attraverso una società civile molto ma molto attiva. La rivoluzione bolscevica, ad esempio, aveva lo Stato, aveva anche i movimenti sociali ma non aveva il mercato. L'impero britannico aveva certo lo Stato, un po' pirata, il mercato, ma una società civile in tono minore.

Un altro aspetto importante è l'ethos democratico. Democratico nel senso di una socialità che dice: potete partecipare tutti; a differenza della solidarietà europea che sembra dire: “Se fate parte del comitato partecipate, ma non tutti”. Invece la società dei consumi accoglie “all'infinito”, che siate cinesi, che siate neri dell'Africa, tutti potete avere la Ford. L'unica cosa che bisogna avere sono i soldi, ma non si esclude nessuno in linea teorica.

E infine, cosa che mi ha molto colpito, il suo carattere pacifico. In un secolo così violento, ci sono gli Stati Uniti che si presentano con i loro consumi pacificamente. Si potrebbe dire che è solo apparenza, accorta strategia, perché in tutta questa storia c'è un legame fortissimo con la violenza e con la guerra.

Il modello si consolida durante la prima guerra mondiale: “Noi siamo diversi, noi passiamo per il mercato a differenza del mercantilismo europeo tutto consolidato intorno ai suoi cartelli, tutto tendente a imporre i suoi gusti, le sue colonie. Noi crediamo nella libertà del commercio”. Gli americani arrivano in Europa nel 1916-17, il loro primo grande arrivo. La guerra non c'è sul loro territorio è questo da loro grandi possibilità. E poi, quando la guerra è finita appaiono gli Stati Uniti, il modello vincente. E il meccanismo si ripete in modo più forte nella seconda guerra mondiale. Quando la strategia si arricchisce della distribuzione del surplus di cibo accumulato, che non trova sbocchi nel mercato interno. E dell'enorme quantità di crediti, possibilità inimmaginabili per qualsiasi paese europeo stremato dalla guerra.

La guerra è dunque una parte fondamentale di questa storia. Si potrebbe parlare anche di una terza guerra mondiale, la guerra fredda, quella che viene combattuta proprio sul terreno del consumo scoperto. Non ci sono armi, ma la volontà di fare dell'Europa occidentale l'utopia dei consumi costruita secondo il modello americano. Alla fine gli Stati Uniti detengono il potere, proprio quello violento e l'Unione Sovietica niente.

Soprattutto dopo la seconda guerra mondiale la questione dell'arretratezza europea diventa dunque un fattore molto importante in questo impero.

Altro che irresistibile! Questa è la storia dell'egemonia americana, ma anche della crisi europea e la sua ricostruzione secondo modelli trasmessi dagli Stati Uniti per tante vie diverse.

Allora non è la visione della CNN, che appiattisce tutto. Negli Stati Uniti si discute molto di questo. Friedman, un valente giornalista, ha scritto il libro *One World, Flat World* che dà il senso di questo appiattimento. Nonostante tutto e tutti questa è una storia che richiede un sacco di comprensione delle società locali, e delle loro reazioni.

Per esempio. Negli anni '50 il supermercato non esisteva in Europa. È un'invenzione americana degli anni '30 per smistare i prodotti a basso costo della crisi agricola e per usare le fabbriche che non erano più in funzione. Cioè viene fuori dalla crisi capitalista degli anni '30, dalla mancanza di manodopera e dalla standardizzazione delle varie culture.

È una struttura imponente, che richiede un sacco di capitali e anche che la gente possa e sappia fare la spesa. Ci vogliono stipendi sufficienti, bisogna capire di prezzi, di misure, insomma richiede un sacco di conoscenze e un sacco di organizzazione. Cose che non sono visibili quando si vede il dispositivo in quanto tale.

Portato in Europa si trova in un altro contesto. In Italia, per esempio, la distribuzione — lo si vede ancora, ma pensate cosa poteva essere negli anni '50 — era basata sulla struttura della bottega. Sistema che comportava un altro tipo di spesa, un altro rapporto con l'agricoltura, un basso investimento di capitali e che molto spesso serviva anche per assorbire la disoccupazione. È la storia della Supermarket italiani spa, una società sussidiaria della Cooperazione Internazionale di Economia di Base (IBEC - International Basic Economy Corporation) fondata da Nelson Rockefeller.

Un esempio veramente molto importante di imprenditorialità americana nel dopo guerra. Fondata nel '47 per esportare capitali, immagine e tecnologia. (*cambio nastro ricostruzione a senso*)

I suoi interessi erano concentrati nella costruzione di abitazioni e nel trattamento e distribuzione del cibo. Si riprometteva di ottenere profitti adeguati e al tempo stesso di innalzare il tenore di vita dei paesi coinvolti. I primi investimenti furono nell'America Latina, diciamo la parte più coloniale dell'area. Supermercati in Venezuela, Perù e Portorico, dove non c'era ovviamente la piccola bottega.

La IBEC prese la decisione di insediarsi in Italia nella seconda metà degli anni '50. Un sondaggio condotto nel '56 tra gli Stati dell'Europa occidentale aveva rivelato che quasi ovunque ci sarebbero stati grossi ostacoli all'apertura di supermercati di tipo americano. Ma l'Europa cominciava a godere del boom economico e la mancanza di investimenti privati attirava i capitali americani.

Benché l'Italia fosse di gran lunga il paese più povero tra quelli indagati, aveva due pregi: aveva appena approvato la legislazione in materia di investimenti stranieri più vantaggiosa d'Europa per quanto riguardava l'esportazione di capitali; e aveva un governo molto amichevole e conservatore che avrebbe potuto applicare le regole con urgenza. E inoltre i supermercati sarebbero stati aperti a Milano, città con un'ampia concentrazione di abitanti relativamente benestanti.

Così, nel '57 IBEC si lanciò nell'avventura italiana. Nutriva massima fiducia nelle proprie capacità. I dirigenti erano impazienti di dimostrare che i comunisti non avrebbero avuto nessuna possibilità di avanzare se la gente avesse avuto la pancia piena! — Si esprimono proprio così nei documenti conservati senza imbarazzi, anzi con fierezza, dalla fondazione Rockefeller. E inoltre pensavano che una catena di supermercati ben gestita potesse aggirare le incrostazioni secolari di leggi, norme, che rallentavano il progresso del commercio europeo.

L'amministratore delegato — che come gli attori dei film di Hollywood portava un cappello da cowboy, guidava una Cadillac, aveva una moglie con dei bambini biondi e parlava alla mano, tipo James Stewart — era titolare di una catena di supermercati che aveva avuto successo nel Kansas, aveva imparato il mestiere da suo padre e aveva diretto la prima catena di supermercati a Città del Messico per poi entrare a far parte dell'IBEC.

In Italia fece un buon lavoro. Dopo tre anni di lotta con la burocrazia italiana, di previsioni di fallimento, di "subdoli tranelli comunisti", come venivano descritti, nel 60-61 si registrarono parecchi mesi in attivo. A quel punto Bogart andò a occuparsi di nuove avventure a Buenos Aires, lasciandosi alle spalle degli investitori italiani piuttosto soddisfatti, molti clienti affezionati e una catena di supermercati.

Dopo aver venduto ai soci italiani i capitali furono esportati. Il profitto ricavato in Italia fu usato per ripagare gli investimenti falliti nel mercato immobiliare e per sostenere nuove operazioni in Argentina.

Marco D'Eramo:

Scusa, questi supermercati sono diventati la Esselunga?

Victoria De Grazia:

Così mi rovini l'effetto. Visto che lo avete scoperto vado rapidamente avanti.

Quello che viene fuori da questa storia è l'apparente facilità del successo ottenuto. Avevano capitali, tantissimi, e una banca di import-export legata alla Banca mondiale che garantì il primo prestito dato all'Italia. Avevano una conoscenza approfondita del tipo di mercato che volevano creare, tanto che non avevano neanche molta voglia di legarsi alla Rinascente. Volevano legarsi con capitalisti onesti che non avevano niente a che fare con la grande distribuzione. E accettano l'idea di pagare le tasse. Questo è importantissimo per il capitalismo trasparente mondiale. In più loro avevano buona pubblicità e la pagavano anche poco.

L'idea che il salto sia stato facile si ricava dai documenti dei manager, ma se invece si confrontano fonti locali si vede un'altra storia, molto più complicata.

I manager prima dell'apertura parlano delle loro paure per questa enorme quantità a Milano di piccoli negozi — 31.500 negozi piccoli, circa 10.000 venditori ambulanti, 14.000 esercenti che vendevano prodotti alimentari di qualunque tipo — ma pensano di non avere grandi problemi, perché non c'è stata nessuna mobilitazione contraria. Pensano di fare tutto rapidamente, di poter offrire prezzi così bassi che tutto l'assetto politico li appoggerà e non avranno più grandi problemi per le licenze.

Sanno tutto e hanno già previsto che ci arriveranno rapidamente. Pensano all'autosufficienza. Un monopolio autonomo rispetto alla società italiana. Per esempio, per i polli il capo del National Cash

Register, che veniva in Italia già negli anni '30, mette su con i soldi di Rockefeller la prima fabbrica di polli industriali.

Il gelato non viene da Motta. Trovano materiale bellico lasciato dagli Americani a Napoli e producono gelati industriali in quantità sufficiente. Per il pane, pane grosso: assumono l'ex cuoco della Wehrmacht che lavorava per gli americani a Verona, lo mandano a Londra per imparare come si produce il pane, torna e si parte con il pane, pan carrè .

Insomma tre mesi e fanno tutto. Alla fine aprono e c'è una grande folla. Classe operaia, ma soprattutto le nuove classi medie. Le cose però procedono molto lentamente. Gli italiani non comprano al livello delle loro aspettative – i manager sono convinti che basterebbe abbassare i prezzi. Perché è quello che vuole la gente: prezzi bassi - e in più c'è il problema delle licenze.

Decidono comunque di andare avanti. I capitalisti devono rendersi responsabili dei capitali e loro hanno un prestito che devono usare. E fanno il salto che non si erano aspettati. Vanno a Firenze e mettono su due-tre supermercati.

Perché Firenze? Perché lì c'è un governo prefettizio che può facilitare l'operazione. E infatti il commissario prefettizio, nominato perché non si era riusciti a fare la giunta comunale, riesce a bloccare l'opposizione cattolica di La Pira, l'opposizione comunista, e le proteste e gli scioperi dei piccoli negozianti.

Insomma riescono ad andare avanti perché c'è questo sostegno molto forte da parte di più poteri, compreso anche il capitalismo locale.

Nonostante il successo iniziale però ancora nel '71 in Italia i supermercati e la grande distribuzione raggiungono appena il 2% della popolazione, cioè niente. In Francia il 14-16%, in Germania il 35%. Allora mi sono domandata: com'è possibile? Che succede qui?

Ho dovuto ripensare ai documenti che avevo letto, a quella visione ottimistica del passaggio irresistibile ai mercati, delle trasformazioni della società civile che avrebbe implicato, e sono venuti fuori certi dettagli importantissimi.

In primo luogo, questo tipo di istituzione era nata per gente che aveva un reddito continuo, dove c'era capacità manageriale e la donna era sovrana: la signora consumatrice che dirigeva la spesa. Ci voleva la macchina per portare via la roba, perché si faceva la spesa una volta la settimana, ci voleva il frigorifero, ci voleva la cucina di un certo tipo, insomma tutta una serie di mezzi, tutto un altro habitus. E bisognava considerare che alcuni prezzi erano più alti. E non c'era credito.

Ho dovuto cercare di capire in cosa consisteva l'attrazione della bottega e in cosa quella del supermercato. Cioè cosa poteva convincere la gente a spostarsi da un modo di vivere all'altro. Come quel capitalismo potesse irrompere in questa società e con quella nuova struttura organizzare in modo diverso i valori, i desideri e anche le merci. Come operare la rivoluzione, la rottura. Per questo bisogna studiare il locale e chiedersi: cosa volevano gli italiani? cosa facevano gli italiani? Come mai si sono spostati da una cosa all'altra? Era solo il prezzo? Era un nuovo modo di fare la spesa? Era perché non si trovavano più bene con il macellaio o con il bottegaio?

Il processo non è semplice. Ci sono momenti di mobilitazione, scioperi, con molta pubblicità, una grande mobilitazione politica. Ma c'è anche il democristiano capogruppo a Palazzo Vecchio che diventa un avvocato dei supermarket italiani e va a Roma, per avere più licenze. Si vede molto bene questo cambiamento. Acquista familiarità la parola "consumatori", usata per la prima volta nel 1961 su *La Nazione* di Firenze e *Il Mattino* a commento all'apertura di questi negozi.

Ci sono inchieste fatte dai giornali su cosa si vuole da un supermercato? Nessuno aveva mai fatto prima inchieste per capire cosa volesse la gente. Sono le signore che dicono: non è che siamo contro i piccoli negozianti, beh, certo, loro se ne sono sempre fregati di noi e solo adesso si fanno vedere premurosi nei nostri confronti. E poi adottano una specie di liberismo: ci siano tutti, supermercato o piccolo negoziante, però lasciate scegliere a noi.

E questo è un cambiamento molto importante nel modo di concepirsi come consumatori. Poi arriva la pubblicità per i cibi nuovi, la roba in scatola, prima non c'era. Prima c'era poca pubblicità e non

era mai legata al prezzo, mentre ora il supermercato ha tutto l'interesse a pubblicizzare i suoi prezzi e la gente è convinta che questo agisce come calmiera ed è un bene che si abbassino i prezzi. Così anche i piccoli negozianti cominciano ad abbassare i prezzi. Negli anni successivi c'è stato un calo dei piccoli negozianti, anche se poi ne sono arrivati altri.

In sintesi c'è un'idea di profitto giusto, di valori morali ed economici molto forte che si confronta con un'economia morale locale e cerca di incrinarla per farle accogliere questa novità. E i manager del supermercato sono costretti anche a compromessi: gli italiani non hanno i frigoriferi, hanno l'abitudine di fare la spesa giorno per giorno e vogliono pacchetti piccolini. Vogliono che tutto venga tagliuzzato, è un grosso risparmio di lavoro, e non vogliono avere la lattuga all'americana. Vogliono certi cibi e non altri. E questi sono problemi facili da risolvere.

Una cosa che non riescono proprio a fornire è l'assistenza, la consegna a casa e il credito. Le informazioni si possono anche dare attraverso la pubblicità ma il commerciante è anche quello che dà i consigli, e la gente sceglie anche in base a quelli. Portare la spesa a casa è un lavoro che al bottegaio costa poco, usa il figlio scemo o il garzone, è un lavoro poco pagato. E poi la questione del credito, la gente sa che il supermercato non fa credito, usa il negoziante, forse anche a latere, per avere questa facilità.

Adesso c'è Esselunga, fra le migliori per la qualità, c'è Auchan, c'è Carrefour la seconda impresa di distribuzione al mondo. Ancora non c'è Wal-mart. Wal-mart chiaramente rappresenta una novità, una grande novità per l'organizzazione dei capitali, l'uso dei prodotti cinesi, la non sindacalizzazione, il valore del prezzo, *lowest price, lowest price (il prezzo più basso)*. Praticamente non esiste altra società fuori dal Sud che rappresenta gli Stati Uniti rurali del Kansas e così legata al fondamentalismo americano. Wal-mart sta attaccando per comprare Esselunga ed entrare in Italia. Questo è solo un capitolo. Il problema è che poi, quasi sempre ci sono elementi simili in questa avanzata, gli elementi che dicevo, questa idea di non violare la sovranità, il potere di creare nuove procedure, l'idea che sia accessibile e democratico, che offra la possibilità di scelta e che sia pacifico e anche ideologico che chiaramente è solo la scelta della sovranità del consumatore.

Domanda

Il meccanismo nel complesso è ricchissimo. Quanto hanno inciso i governi amici? Faccio un esempio: nella storia del cinema italiano risulta che Cinecittà fu occupata negli anni della guerra dagli sfollati del Sud e fu liberata dopo tantissimo tempo. Andreotti a un certo punto smise di finanziare il neorealismo italiano che andò in crisi. Quindi il filoamericanismo della Democrazia Cristiana in qualche modo ha giocato in questa penetrazione soft, anche a discapito della valorizzazione di soggetti indigeni. E proprio nel momento in cui in Italia iniziava il dibattito sulla ricostruzione.

Victoria De Grazia:

C'è questo grande paradosso della storia: cattolici e Democrazia Cristiana, nonostante il loro antimaterialismo, dappertutto in Europa hanno trovato un compromesso molto forte con questo capitalismo americano. Non è stato sufficientemente studiato, ma non c'è dubbio che c'è stato un legame molto amichevole tra i governanti democristiani e questi rappresentanti americani. Si presentavano con i capitali, come amici e con un anticomunismo molto funzionale. Molto più funzionale di una semplice reazione ideologica. E questo mi sembra molto importante.

Nel '58 si è tenuta all'EUR una grande fiera del supermercato organizzata dal governo americano insieme al dipartimento dell'agricoltura. Tutto il macchinario sul mercato è stato venduto al fratello del segretario del partito democristiano, che si diceva aveva favorito una registrazione nuova per autorizzare le licenze necessarie per metterlo su. È fallito dopo due anni, ma è la prova che c'era un forte rapporto. Ma forse la domanda era più complessa.

Domanda

In Italia c'è un dramma: tutta la cultura marxista ha sempre annullato il problema del consumo, esaltando la produzione.

Facendo televisione il tema del consumo per noi è invece di radicale importanza. Tutto è consumo. In questo senso mi interessa molto quello che hai detto di Wal-Mart, i nuovi supermercati, perché credo che questo sia veramente qualcosa di differente. Penso che questi grandi magazzini siano l'espressione della crisi del consumo americano. È il momento cinese della cultura americana. Non c'è più la pubblicità, mentre il consumo ha bisogno di alcuni apparati, di alcuni dispositivi. Sei prossimo al grado zero del consumo, quando dall'amato Wal-Mart contano i 0,50 centesimi. E quando finisce quello che è fondamentale nel consumo, chi lavora a Wal-Mart diventa un povero e lo sfruttamento è portato al massimo. Credo che sia un fenomeno che bisognerebbe andare a studiare in America, con i vostri documenti e con l'osservazione diretta. Secondo me spiega molto bene che c'è qualcosa che sta mettendo in crisi quel sistema, che è il sintomo del declino americano. È completamente fuori da quello che è il paradigma del consumo, che esige naturalmente ascesa, seduzione, tutto quel genere di valori. Qui siamo a un livello basso dove c'è la mera sopravvivenza. Vedo l'America come una nuova landa desolata, dove un conto è il consumo televisivo, un conto è il consumo di questa miseria. Volevo capire se tu avevi già studiato questa cosa, io parlo della nuova povertà americana.

Victoria De Grazia:

Me ne occupo moltissimo di Wal-Mart. Negli Stati Uniti C'è un'enorme attenzione verso Wal-Mart: da parte di intellettuali, sindacalisti, religiosi, insomma tutti quelli che esprimono un giudizio critico sul consumo. Anche da parte di quelli che non criticano il consumo in senso generale ma solo di un certo concetto di consumo. Wal-Mart è diventato l'espressione del capitalismo più avanzato e più criticato, è l'azienda più grossa del mondo. I prodotti che vende non vengono dagli Stati Uniti e questo è fondamentale. A differenza del passato, molti vengono dalla Cina. E questo è importantissimo. Agevola l'industria cinese, abbassa i costi, permette ai cinesi di avere un canale diretto nell'Occidente, non crea marche che costano tantissimo, non ha bisogno per ora neanche di sviluppare i prodotti, cosa che costa parecchio. Però questo vuol dire che i produttori sono poco subordinati al Wal-Mart e questi per controllare il mercato deve essere molto grande, molto più grande di quanto non voglia essere. Questo meccanismo spinge Wal-Mart a diventare enorme e a voler restare enorme e unico.

Il secondo aspetto interessante è che fino a vent'anni fa la distribuzione era sempre inefficiente, pagavano poco perché i profitti erano scarsissimi. Adesso, grazie all'informatica, è molto produttiva. Tutti gli ultimi aumenti di produttività negli Stati Uniti, ma anche nell'economia occidentale, non sono venuti dal settore manifatturiero ma dalla distribuzione. E questo crea un grosso problema: si creano grandi profitti ma agli operai non va niente.

Terza novità è che si pone come un marchio gigantesco: non c'è niente al di fuori del Wal-Mart. Si crea un senso di enorme onnipotenza e questo è importantissimo per creare pressione ideologica, per far paura alla concorrenza.

Ora vogliono venire in Europa. L'Europa è un mercato più grosso, più denso. Ma qui la realtà è diversa e allora non so se si comporterà tanto diversamente, almeno all'inizio, da Carrefour.

La cosa che più colpisce, però, è questa filosofia del *everyday low price*. Il prezzo stracciato, cioè l'idea che il prezzo non ha costi. Questo non è vero, tutti sappiamo che il prezzo non viene semplicemente dal costo di produzione. Pagano un prezzo bassissimo al cinese e aggiungono un sacco di valore negli Stati Uniti. Guadagnano gli americani perché aggiungono i costi di distribuzione che vanno a Wal-Mart negli Stati Uniti, ma poco viene dato agli operai. L' *everyday low price*, proprio prezzi stracciati, vuol dire la fine della società civile, vuol dire esternalizzare tutti i costi. La Cina si deve far carico di sostenere gli operai, gli Stati Uniti, dove per ora abbiamo ancora la sicurezza sociale, devono spesso garantire, a carico dell'assistenza pubblica, l'assicurazione sociale e la sanità agli operai di Wal-Mart. Però sono convinta che sia un processo generalizzato, questo è un settore dove in generale si paga poco. Wal-Mart usa questo sistema e lo rende evidente.

Ora viene in Italia attraverso Esselunga, ma non necessariamente per cambiare Esselunga subito, la gente ha certi gusti, non compra subito il nuovo.

Il problema immediato è l'immensa proprietà immobiliare, la Esselunga è ricca non tanto per gli utili annui, ma per le sue proprietà in zone centrali. Wal-Mart normalmente non opera in mezzo alla città, opera in grandi spazi. In Italia non so dove potrebbe collocarsi, forse nelle paludi Pontine, se esistessero ancora. Allora che cosa farà non è molto chiaro, probabilmente avrà un'altra strategia. Quello che è sicuro è che le fonti non saranno più nell'Occidente ma in Cina.

Domanda

È interessante perché non ha più quel potere materiale...

D'Eramo:

No, ti sbagli. Devi vedere la cosa nell'arco del secolo. Cosa è successo? È successo che finché gli Stati Uniti hanno avuto questo ideale "egualitario", post Rooseveltiano diciamo, per cui l'operaio americano era ben pagato anche grazie all'impero e che il differenziale tra il più ricco e il più povero era basso rispetto all'Europa, l'Europa ha subito l'egemonia americana e da un certo punto di vista è andata appresso a questo ideale di diffusione del benessere.

Poi, negli anni '70, negli Stati Uniti è cominciata un'enorme cosciente, volontaria, sagace opera di contro-rivoluzione. È stata un'opera enorme, di cui si vedono i risultati adesso ma ci sono voluti trent'anni, in cui hanno messo in campo Milton Friedman, la scuola di Chicago, la scuola delle aspettative positive, cioè hanno fatto tutto quello cui tendeva Wal-Mart. Questo modello, Wal-Mart, noi non ce l'abbiamo in questa forma, ma si sta imponendo anche in Europa: il modello dei bassi salari, dell'uso degli immigrati clandestini, della privatizzazione, delle assicurazioni sociali, dell'assenza di benefit sanitari.

Quello che voglio dire è che l'ideologia americana dominante è cambiata dagli anni '70 a oggi, e l'ideologia europea le è andata appresso. Sempre con vent'anni di ritardo.

Domanda

Non è più un capitalismo democratico, secondo me, è un capitalismo già diverso. Qui c'è una frattura netta a livello proprio di capitalismo, c'è una forma di dittatura del capitalismo. È qui che mi interesserebbe lavorare.

D'Eramo:

Victoria a un certo punto, quando parla di pubblicità, dà una nozione molto carina. Ricordate la nozione di realismo socialista? Ecco, lei cita la nozione di "realismo capitalista". In qualche modo c'è, è anche questo.

Victoria De Grazia:

Più un capitalismo nuovo. Il regime dell'amministrazione Bush rappresenta un fenomeno nuovo anche se per certi versi si intravedeva già durante gli anni ruggenti di Clinton. Bush ora lo pratica in un modo diverso, minimizza sempre di più le strutture pubbliche, perfino l'esercito vorrebbe eliminare, farlo diventare un altro tipo di esercito, meno localizzato.

C'è perfino chi si spinge a sostenere che l'impero non è più legato agli Stati Uniti. Ma in questo credo che si sbagliano, perché in fondo gli Stati Uniti sono ancora un luogo vero, cioè esistono storicamente, anche se sono cambiati.

La Cina rappresenta la rottura. Nel momento in cui Carrefour, Auchan cominciano a comprare la metà dei loro beni in quel paese le cose cambiano. A Prato, ad esempio, non ci sono più i clandestini cinesi che fanno Armani e lo portano all'estero, perché adesso lo fa Armani a prezzi più bassi.

Sono 10-15 anni che si parla di società a rischio, nuova, dove non c'è più struttura.

Rispetto alla distribuzione, si parla del mostro Wal-Mart, ma Wal-Mart non è il primo in Cina, è il quinto. Ci sono tre grossi gruppi cinesi poi c'è Carrefour e poi c'è Wal-Mart. Wal-Mart adesso però ha deciso di crescere. Quanto può crescere non si sa, perché nella distribuzione non ci sono segreti. I cinesi non è che manchino di inventiva, il loro problema adesso è come controllare Wal-Mart che dice: non esportate la vostra inflazione... - e questo non può continuare.

I cinesi hanno più ingegneri della popolazione delle università degli Stati Uniti, vuoi che non riescano a inventare il prossimo tipo di televisione? Non bisogna essere ingegneri brillanti per inventare questi beni di consumo e allora non c'è nessun motivo per cui i cinesi non debbano essere all'avanguardia nell'invenzione del super consumo.

Moderatore

Poi credo che questo meccanismo sia virtuoso anche all'interno: la presenza di prezzi così a buon mercato in fondo rende le condizioni dei paesi avanzati ancora meno esplosive. Si conserva ancora un livello di consumo per cui la crisi è posticipata anche nell'Occidente industrializzato.

Domanda

Sono rimasto colpito dal fatto che Marco D'Eramo in un suo articolo sostiene che il piano Marshall fu finanziato dagli americani solo per il 5%, se non ho capito male.

La cosa che m'impresiona è proprio come sia stato possibile. In Italia a un certo punto si è visto l'arrivo di cose di grande diffusione ...

Victoria De Grazia:

Questo è un punto abbastanza importante. Solo il 5% dei capitali usati per la ricostruzione venivano attraverso il piano Marshall. Questo cosa vuol dire? Che l'Europa era ricchissima, soltanto devastata dalla guerra. Tra gli storici c'è chi sostiene (e sono gli europei, molto bravi) che prima del piano Marshall l'Europa stava andando bene, c'era una ripresa rapidissima, dappertutto, tutti si erano messi a lavorare, costruire, e soprattutto a comprare dagli Stati Uniti. Ma ad un certo momento però si verificò un blocco, non c'era più liquidità per comprare la merce europea. Allora il piano Marshall intervenne perché gli europei potessero continuare a comprare.

È un problema del capitalismo, di realizzazione: se si ricostruisce si ha bisogno di comprare. E questa rapidissima crescita porta al capitalismo transatlantico. Non è un problema tecnico. È politico e culturale.

Il capitalismo è un mistero in qualche modo, anche se è molto studiato. Non era semplicemente il denaro che occorreva, ci voleva anche un progetto: come si ricostruisce l'Europa?

Gli Europei nel '47 hanno detto: "In culo all'Europa! Ognuno fa la sua strada nazionale". L'idea di rinascita europea era basata sullo Stato nazione.

La sinistra sosteneva la ricostruzione per andare verso la socialdemocrazia, cominciamo a dare i profitti per fare le riforme a livello nazionale.

I liberali e gli americani hanno detto: "Caspita! Tornano a fare le nazioni in Europa e a fare una riforma socialista. Non lo vogliamo."

Il piano Marshall doveva risolvere questi problemi. Però era anche un progetto che non doveva seguire assolutamente i laburisti inglesi, che volevano fare un nuovo impero britannico basato sulle riforme sociali, seguire i francesi con i loro piani, gli italiani che avevano più problemi, i tedeschi che erano fuori.

L'idea che sembrava prevalere era quella di sinistra di tornare a economie chiuse, ma gli Stati Uniti e tanti alleati liberisti europei sostennero la necessità di andare verso un progetto culturale-economico di nuova Europa unita". Anche perché se la crisi fosse continuata, gli americani non

avrebbero potuto dare aiuti ai tedeschi né ai greci né agli italiani che sembravano orientati a votare a sinistra.

L'idea del piano Marshall, tecnico, economico, culturale, politico, grande, multifunzionale, pochissimo finanziato, appena il 5%, dovette superare le resistenze del tradizionale isolazionismo statunitense che sosteneva la necessità, finita la guerra, di tornare ad occuparsi dell'America, che è un grande mercato. I più lungimiranti sostennero invece, che dato il peso del paese nel mondo, bisognasse gestire la cosa mondiale con la Banca mondiale, con le trattative, ecc..

Il piano Marshall, con pochi capitali però gestiti con i criteri di un'esperienza ormai storica doveva far sì che l'Europa diventasse un mercato, non certo che cominciasse a esportare i propri beni a basso costo negli Stati Uniti. Insomma, il piano Marshall è stato fascinosissimo, ma non è un regalo. Anzi, i consumi europei con il piano Marshall fino al '51 diminuirono.

Domanda

Io volevo riportare il discorso sull'impatto sociale dei cambiamenti economici.

La centralità della famiglia nel consumo e della donna all'interno della famiglia come motore, differentemente dal modello dell'austerità socialista che è pensata sull'operaio, ha da un lato un potenziale emancipatorio per la donna, ma dall'altro, conferma in modo conservatore il punto di vista dell'istituzione famiglia, socialmente vista come centro economico di consumo.

Per questo io ho come l'impressione che oggi negli Stati Uniti l'istituzione famiglia sia in qualche modo più conservatrice che in Europa, perfino che in Italia. Mi colpisce che negli Stati Uniti anche in ambienti molto di sinistra radicali i giovani dottorandi ventitreenni si sposano e fanno figli, quando noi ormai non ci sposiamo, ma conviviamo e i figli non li facciamo,

Oppure, il fatto che in molta parte del terzo mondo, non è la lavatrice l'elettrodomestico di più grande impatto sociale ma magari è il televisore, il telefonino, cioè tutti gli strumenti di comunicazione ma non di liberazione, di riorganizzazione della famiglia come unità produttiva.

Victoria De Grazia:

Grandi domande. Sono grata a Marco che ha messo in risalto questa questione della famiglia. Negli ultimi anni negli Stati Uniti il liberismo gioca molto la carta del genere, ultimamente l'abbiamo visto nella liberazione della donna afghana, irachena, cose mostruose. "Portiamo i diritti civili alle donne" e su questo c'è un consenso abbastanza largo. Allora Bush, adesso c'è anche Condoleezza Rice, ma c'è anche Hilary Clinton che fa gli stessi discorsi, cercano un'emancipazione molto ordinata. Allo stesso tempo l'amministrazione Bush va contro l'aborto, la distribuzione degli anticoncezionali. C'è una forte sensibilità al problema in una parte del pubblico femminile, che è molto complesso. Poi c'è l'aspetto legato al trattamento mostruoso del giovane islamico da parte dell'esercito, dove le donne figurano in modo centrale, simbolicamente centrale, nell'abuso dei prigionieri, in quanto sono maschi, maschi legati a una situazione di arretratezza e perché c'è un connotato maschile nella ribellione terroristica.

In passato si poteva dire che il consumo in qualche modo rappresentasse un elemento femminilizzato perché era una civiltà basata sul "noi ci conosciamo perché abbiamo un'apparenza simile", l'idea di una civilizzazione basata su un rapporto più intimo, basato sul consumo in comune.

La mia è solo un'intuizione, un'ipotesi che andrebbe sviluppata e spero che qualcuno vorrà farlo.

Nel modello americano che seguì attraverso il secolo scorso, la famiglia e la donna sono molto importanti perché i beni di consumo costano, ed è dunque il bilancio familiare che deve essere organizzato non il singolo individuo che consuma. Questa è l'idea che ha attraversato gli anni '60-'70-'80.

È la famiglia che consuma e allora bisogna organizzare i consumi ed è molto importante che ci sia un'economia familiare, per mettere su casa, per comprare questi beni di necessità.

Ford ha insistito molto su questo, per primo ha dato la paga di cinque dollari al giorno, però a subordinato il pagamento alla capacità di saperli spendere certificata dall'assistente sociale. Per 10 anni il Dipartimento di sociologia ha controllato che spendessero bene i soldi, in modo produttivo.

Anche i socialisti avevano un po' questa idea, pensavano che ci sarebbe stata una spesa produttiva, ma non sul mercato, libera.

In questo senso, la famiglia è importante e negli anni '50 diventa proprio ideologia. Questo grande boom del dopo guerra necessita di una donna manager e dà anche uno spazio all'idea di una donna manager.

Krusciov giustamente diceva: voi avete le donne in casa, noi abbiamo le donne con i trattori, che lavorano fuori, che fanno le medicine, eccetera e che la casa privatizzata era il segno dell'arretratezza della donna americana; mentre, negli Stati Uniti, sosteneva: guarda com'è brutta, la baboushka, c'è arretratezza perché non gestisce tutti questi beni di consumo e di produzione dentro la casa.

D'Eramo:

Nel suo libro, lei racconta a un certo punto che, intorno al 1960-1959, gli Stati Uniti e l'Unione Sovietica decidono di organizzare e scambiarsi due fiere tecnologiche. L'Unione Sovietica fa una fiera negli Stati Uniti e gli Stati Uniti fanno una fiera tecnologica nell'Unione Sovietica. Allora l'Unione Sovietica arriva negli Stati Uniti e fa gli stand con la cagnetta Laika, lo Sputnik, eccetera eccetera. Gli Stati Uniti vanno lì e mettono su una cucina, quattro cucine, con tutti gli elettrodomestici: la lavatrice, la lavastoviglie, il tostapane, il frigorifero, con tutti gli apparecchi, con lo spremi aranci, con il frullatore, con tutto.

A me è venuto in mente il 1989, quel terribile e interessantissimo novembre dell'89. Cosa è successo? È successo che milioni e milioni di cittadini della Germania Est sono andati a chiedere il visto all'ambasciata ungherese. Un intero paese voleva emigrare, voleva andare all'estero. E questo perché avevano tutti in testa quella cucina là. È lì che hanno vinto gli americani.

Victoria De Grazia:

Su questo non sono d'accordo. I sovietici e l'Europa in generale, tra il '65 e il '75, hanno incrementato questi beni. Il problema è che con la generazione dopo i beni sono più segmentati. Arrivano le comunicazioni e questo fa esplodere la situazione. Però, le cucine ci sono nelle case sovietiche.

Domanda

Perché, però, nel terzo mondo questo non funziona più?

D'Eramo:

Perché queste sono tecnologie che richiedono alta intensità di capitale e risparmiano lavoro. Vi sono economie in cui tu hai bassa intensità di capitale e alta disponibilità di lavoro, quindi non c'è ragione di usare quelle tecnologie. Quando sto in India, mi costa relativamente molto meno far lavare al lavatore piuttosto che usare la lavatrice e questo è vero anche per la signora indiana.

Victoria De Grazia:

Ci vogliono grandi infrastruttura per questo: le fogne, l'acqua, un certo tipo di sviluppo. Le statistiche sono cambiate in questi ultimi 10 anni. La Cina urbana è cambiata, ci si aspettava che fossero un miliardo e 200 persone che avrebbero potuto permettersi questo tipo di vita occidentale, adesso probabilmente si è sul miliardo e 500. Per gli altri non è possibile, non ci sono le disponibilità, mancano proprio le risorse.