

Ilva: se questa è la difesa...

L'ha mann't Giuliano Pavone
giovedì 13 ottobre 2011

In uno scritto inedito, (qui il link all'articolo originale) Giuliano Pavone, vecchia conoscenza dei frequentatori di TarantoNostra (e non solo...) analizza i tre spot recentemente lanciati dall'Ilva di Taranto. Fa molto discutere la campagna pubblicitaria che l'Ilva ha recentemente lanciato per rivendicare i suoi sforzi in materia di sicurezza sul lavoro e difesa dell'ambiente. Come è ovvio, un'azienda ha tutto il diritto di investire in comunicazione per diffondere i messaggi che reputi più funzionali alla propria immagine e, in definitiva, al proprio profitto. È però interessante analizzare il contenuto dei tre spot commissionati dal Gruppo Riva.

Due di essi parlano di investimenti effettuati dall'azienda: in ore di formazione per la sicurezza sul lavoro, e in denaro per la riduzione delle emissioni. Chi scrive non ha motivi per dubitare che quelle cifre siano veritiere, e non ha elementi per valutare se siano alte o basse. Ma il punto è un altro: qui si parla soltanto di mezzi impiegati, non di risultati ottenuti. Sono due punti di vista inconciliabili e lontanissimi: l'industria si limita a dichiarare "ho speso abbastanza", come se questo "assolvesse automaticamente da ogni (eventuale) reato. I tarantini invece gradirebbero sentirsi dire che non dovranno morire più di lavoro o di inquinamento, o almeno non più degli abitanti di qualsiasi altra città industriale del mondo occidentale. Ma questo l'Ilva si guarda bene dal garantirlo. Il terzo spot parla invece di risultati: "Nel 2011 lavoreremo per ridurre le emissioni di diossina a 0,4 nanogrammi: la soglia più bassa d'Europa". In questo caso vanno notati due elementi. Il primo è che non si sbandiera un traguardo ottenuto, ma solo l'impegno a ottenerlo in un indefinito futuro. Il secondo è che gli 0,4 nanogrammi non sono affatto la soglia più bassa d'Europa bensì il limite massimo di emissioni stabilito dalla legge. Certo, i testi pubblicitari sono fatti per tirare acqua al mulino di chi li paga, anche a costo di qualche forzatura. Ma non dovrebbero contenere informazioni false. Quello slogan, tradotto in notizia, suona più o meno così: "Nel 2011 le nostre emissioni di diossina sono ancora fuorilegge per la normativa europea (protocollo di Aahrus, 1998), italiana (recepimento del medesimo protocollo, legge 125 del 2006) e regionale (legge 44 del 2008)". Insomma la battaglia fra Ilva e fronte ambientalista si combatte anche a colpi di comunicazione, ma i tre spot del colosso siderurgico sono autoassolutori solo in apparenza. Vorrebbero rispondere alle critiche ma in realtà non lo fanno, e anzi finiscono per confermarle implicitamente. Sicurezza sul lavoro e questione ambientale sono temi complessi e delicati. Spesso le opinioni si fondano più sull'emotività e sugli interessi che su cifre e fatti reali. Chi dà ragione sempre e per partito preso a una delle due parti in causa, sia essa l'accusa o la difesa, pecca di superficialità o manca di onestà intellettuale. Certo, però, che se questa è la difesa…