Micah White: oltre Occupy

Valeria Nicoletti
11 Ottobre 2013

Sabato 5 ottobre. Alle 13.40 il Cinema Apollo a Ferrara brulica in attesa dell'incontro "Le relazioni pericolose", su stampa e finanza in tempo di crisi, organizzato e promosso da Banca Etica e Arci, in occasione della settima edizione del Festival di Internazionale.

Moderato da Mauro Meggiolaro, giornalista e blogger per Il Fatto Quotidiano, l'evento è introdotto da Ugo Biggeri, presidente di Banca Etica, che dà ufficialmente inizio alle relazioni pericolose, incoraggiando la platea a scrollarsi di dosso lo status di "analfabeti finanziari e utenti passivi di conti in banca" e a cercare di capire le dinamiche della finanza, in ragione della rilevante influenza che questa esercita sulla società. E, insiste, spetta proprio al giornalismo economico imparare a raccontarla, volgendo occhi, orecchie e penne non solo agli esperti di economia internazionale ma anche verso la gente comune, ascoltando l'avviso di chi ne vive le conseguenze ogni giorno. È su queste nobili intenzioni che si apre il dibattito insieme a Micah White, attivista statunitense, tra i fondatori di Occupy Wall Street.

White, oggi a capo di un’agenzia di consulenza che supporta proteste sociali e crea campagne di comunicazione per organizzazioni non-profit, è stato direttore della rivista canadese Adbusters, focolaio e scintilla del movimento Occupy. “L’informazione è un’arma nel mondo dell’immaginazione”, esordisce, “la crisi non è solo economica, ma è anche culturale, interiore”, tuttavia in questo stato di declino è possibile individuare soluzioni più ragionevoli e applicabili nella realtà quotidiana.

“Quello di Occupy Wall Street è stato un fallimento costruttivo”, continua White, “abbiamo voluto immaginare un dreamscape inedito contro quella che consideravamo, e consideriamo tuttora, la Gomorra d’America”. La ballerina sulle punte in equilibrio sul toro di Wall Street è stato il simbolo di un’avventura più onirica che reale, la genesi di un nuovo immaginario che ha galvanizzato le menti ma non è riuscito ad approdare alla concretezza dell’orizzonte sociale. La sola protesta sembra non essere stata abbastanza e il fatto che Obama non abbia mai menzionato il movimento di Occupy Wall Street la dice lunga. “Adesso puntiamo a risvegliare l’interesse della gente verso un bene comune”, continua, “avevamo dipinto una soluzione surreale, oggi occorre pianificare qualcosa di più realistico”.

Micah White

Proposito notevole se non fosse per la conclusione. È impossibile, infatti, non notare il mormorio divertito in platea alla notizia che White, accertati i limiti dell'esperimento immaginifico di Occupy Wall Street, accenna alla necessità di muoversi in direzione di un impegno politico più concreto, "come quello del Movimento Cinque Stelle italiano".

L'analfabetismo finanziario ha avuto conseguenze ai limiti del grottesco in Grecia. "Gli amici al bar la mattina si scambiavano pacche sulle spalle e dati sullo spread, pur non avendo nessuna idea di cosa significasse", racconta Kostas Kallergis, giornalista greco, blogger e regista, autore del documentario *The Wake Up Call*, ospite dell'incontro. "Dopo Zorba il Greco, ecco il greco pigro", continua Kallergis,

“uno stereotipo inventato dalla crisi, che non solo ci ha spinto a sentirci in colpa e ad accettare le punizioni dell’Europa, ma ha anche convinto il popolo greco, stanco di non capirci nulla, a smettere di chiedere informazioni”. È qui che interviene Paolo Mondani, giornalista televisivo per Report, soffermandosi sulla progressiva scomparsa del giornalismo analitico: “i reporter non hanno più la possibilità di leggere, studiare, esplorare”, spiega, “bisogna produrre storie a un ritmo quotidiano, spesso basandosi su dati non verificati per mancanza di tempo”.

Decifrare i dati sembra essere diventato una tappa superflua e, inoltre, i giornalisti finanziari sono vittima dell’autocensura e dell’obbligo di rispettare le complesse dinamiche della pubblicità: “non è facile sbugiardare una banca, se la stessa banca è sulla quarta di copertina del tuo giornale”. Andrea Baranes, presidente della Fondazione Culturale Responsabilità Etica, punta l’attenzione sulla necessità di restituire ai temi sociali una giusta dimensione e creare una nuova “sintassi della crisi”, attraverso le parole dell’intellettuale Luciano Gallino, che ha definito la crisi “la più grande operazione di marketing della storia”.

Il declino economico ha ormai assunto una dimensione semantica, dalla quale occorre uscire reinventandone il linguaggio: “quella che era la crisi delle banche è diventata la crisi delle finanze pubbliche”, continua Baranes, “e ormai si dà quasi per scontato che l’obiettivo di un governo sia tenere sotto controllo lo spread”.

“Non è solo l’ambiente a essere inquinato”, riprende White, “c’è anche un paesaggio mentale interiore vittima di un’informazione stantia e ordinaria”, da risanare con la volontà di applicare alla quotidianità la pratica della controinformazione, del risveglio, del richiamo alla realtà. “Chi l’ha detto che l’unica soluzione sia salvare le banche? Con Adbusters e Occupy Wall Street avevamo creato un sogno”, conclude, “ora il nostro dovere è quello di creare un’alternativa concreta ed espandere l’orizzonte delle possibilità realizzabili al di là degli imperativi comuni”.

Banksy.jpg

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto. Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO