

La costruzione discorsiva dell'agricoltura *technologically enhanced*

Il caso Monsanto

Paola Catenaccio

doi: <http://dx.doi.org/10.7359/818-2017-cate>

Parole chiave: analisi del discorso, bioetica, biotecnologie, mission statement, Monsanto.

Keywords: bioethics, biotechnology, discourse analysis, mission statement, Monsanto.

1. INTRODUZIONE

Le biotecnologie agroalimentari sono fra le innovazioni tecnologiche più diffuse e controverse del ventesimo secolo. Sebbene pratiche per molti versi assimilabili alle moderne biotecnologie siano utilizzate da sempre nel mondo della produzione agroalimentare (si pensi alle selezioni delle specie vegetali, o agli incroci zootecnici volti a migliorare la produttività della specie animali, che, di fatto, prevedono la selezione di specifici caratteri genetici), con l'avvento di tecniche derivate dalla biologia molecolare del DNA ricombinante, che comportano interventi diretti sul patrimonio genetico di un organismo, si è verificata una vera e propria rivoluzione tecnologica. Tale rivoluzione ha portato, a strascico, a un acceso dibattito in ordine, da un lato, ai potenziali rischi derivanti dall'uso di tali tecniche e, dall'altro, alla liceità stessa della modificazione genetica da un punto di vista etico.

Come spesso accade nel caso di controversie di natura sociotecnica, che coinvolgono componenti di natura scientifico-tecnologica, ma anche sociale e politica (senza dimenticare la componente etica) (Chailleux 2014), in merito alle biotecnologie agroalimentari l'opinione pubblica è fortemente polarizzata. Se da una parte esse riscuotono il plauso di coloro che le vedono come una risorsa cruciale per affrontare le sfide alimentari del pianeta (secondo modalità che non sono slegate dalla logica del pro-

fitto, ma che vanno oltre essa), dall'altra vengono da molti percepite come un'indebita ingerenza nella natura, potenzialmente foriera di conseguenze nefaste e incontrollabili. Lungi dall'avvicinare le posizioni, il dibattito apertosi a livello istituzionale e mediatico ha contribuito a esacerbarle. Le argomentazioni proposte dall'una e dall'altra parte a supporto dei rispettivi punti di vista si sono spesso scontrate con la *belief superiority* dei sostenitori di ciascuna. Ricerche recenti indicano che "people with strong attitudes about environmental topics [...] resist new persuasion attempts by selectively attending to and remembering information that conforms to their pre-existing beliefs" (Toner Raimi and Leary 2014, 76). A questa tendenza ad una selezione preventiva – di natura prevalentemente ideologica – delle informazioni ritenute pertinenti e attendibili contribuiscono anche i modelli di comunicazione sviluppatasi grazie all'ascesa dei nuovi media, la cui pluralità e diversificazione consentono sì una rappresentazione più equa dei vari dibattiti che si sviluppano in seno alla società, ma si prestano anche a quello che è stato definito "echo chamber effect" (Sunstein 2001): grazie alla frammentazione del panorama mediatico gli utenti possono scegliere le fonti di informazione che sono loro più congeniali, ignorando o sistematicamente screditando fonti alternative, e finendo così con l'adottare posizioni estreme proprio in conseguenza della reiterazione retorica senza contraddittorio che tende a verificarsi entro comunità virtuali ideologicamente omogenee.

In questo scenario estremizzato, entro cui si rilevano una scarsa permeabilità discorsiva fra i due campi e frequente segregazione ideologica fra pubblici contrapposti, non mancano tuttavia tentativi, da parte di attori per lo più economici (ma anche istituzionali), di creare un clima più favorevole all'accettazione delle biotecnologie attraverso operazioni di natura eminentemente retorica e persuasiva che si concretizzano in campagne di comunicazione ampiamente articolate e non di rado estese nel tempo. Le aziende impegnate nella ricerca e sviluppo delle biotecnologie sono in prima linea in questo sforzo di divulgazione e persuasione: la creazione del consenso ha infatti per loro un'importanza strategica in quanto condizione imprescindibile per ottenere quella *social licence to operate* (cf. Ellerup Nelsen 2013) che ne legittima l'esistenza e garantisce i profitti¹.

¹ La licenza sociale ad operare non coincide con la licenza giuridica, ma è ad essa connessa nella misura in cui la regolamentazione del settore riflette il sentire dell'elettorato. Lo sviluppo delle biotecnologie, nonché il loro uso industriale, è, come del resto tutte le attività produttive, soggetto a regolamentazione che varia nei diversi paesi. Soprattutto in quelli più avanzati, dove la consapevolezza del pubblico è maggiore e più alta

Fra le campagne di comunicazione e informazione più strutturate e coerentemente organizzate si distingue quella della Monsanto, nota e controversa multinazionale attiva da decenni nel campo della chimica agricola prima, più di recente combinata con le biotecnologie. A partire dagli inizi degli anni 2000, Monsanto ha investito in maniera massiccia in progetti di comunicazione strategica volti ad ampliare il consenso per le biotecnologie. Tali progetti sono stati oggetto di numerose analisi, spesso assai critiche delle modalità discorsive adottate dall'azienda (si vedano, in merito, quelle contenute in Lassen 2004; Glover 2008; Alexander 2009; Singer 2011). Questi studi sono stati condotti a partire da approcci analitici diversi ma complementari, che vanno dalla Appraisal Theory (Lassen 2004), alla linguistica dei corpora (Robblins, Pieri, and Cook 2004; Alexander 2009), all'analisi critica del discorso (prospettiva dalla quale muovono, in ultima analisi, tutte le ricerche citate).

Il presente studio si propone di contribuire a questo filone d'indagine con un'analisi testuale approfondita del *mission statement* di Monsanto, che concentra in un breve testo i punti cardine della strategia dell'azienda. L'indagine cerca anzitutto di collocare il posizionamento retorico dell'azienda entro le coordinate dei diversi discorsi sulla sostenibilità attualmente circolanti, muovendo poi a un'analisi della strutturazione retorica del testo e alla descrizione delle caratteristiche lessicali del discorso delle biotecnologie proposto dall'azienda, con particolare riguardo per le scelte terminologiche adottate e le loro implicazioni ideologiche.

Il framework metodologico dello studio si colloca nell'ambito dell'analisi critica del discorso (Fairclough 1995; Fairclough and Wodak 1997; Titscher *et al.* 2000; van Dijk 2008, 2009; Jeffries 2010), al centro della quale si pone l'indagine sui rapporti tra discorso, potere e disegualianza sociale (van Dijk 1993, 249). L'analisi retorica interpreta il *mission statement* di Monsanto come esito testuale di pratiche sociali variamente articolate, che veicolano e riproducono rapporti di potere grazie a un uso consapevole e deliberato di risorse discorsive il cui scopo ultimo è di costruire e consolidare una versione 'preferita' del concetto di sostenibilità capace di generare un sempre maggior consenso nei confronti delle biotecnologie.

la soglia di attenzione ai problemi (reali o potenziali) di natura ambientale, tale regolamentazione può essere piuttosto rigida. È il caso, per esempio, della maggior parte dei paesi europei, nei quali le coltivazioni transgeniche sono rigidamente controllate. Negli Stati Uniti, per contro, le biotecnologie sono assai più diffuse e sottoposte a vincoli meno rigidi. La maggior permissività della legislazione americana nei confronti delle biotecnologie agroalimentari è spesso attribuita agli effetti della massiccia azione di lobbying messa in atto dai colossi industriali del settore, il principale dei quali è Monsanto.

2. MONSANTO – “A SUSTAINABLE COMPANY”

Monsanto è una multinazionale di biotecnologie agrarie nota soprattutto per le sue sementi transgeniche, che produce e commercia per l'uso congiunto insieme al pesticida Roundup, anch'esso prodotto dalla società. Fondata nel 1901 negli Stati Uniti come azienda farmaceutica, Monsanto si specializzò poi nella produzione di prodotti chimici e fosfati, per muovere successivamente, a partire dagli anni Settanta, all'ambito delle biotecnologie agricole, che è ora il campo nel quale è leader mondiale.

Monsanto è nota (e ampiamente criticata) per la sua politica aggressiva di marketing, grazie alla quale è riuscita a diffondere le sue sementi transgeniche in numerosi paesi in via di sviluppo, spesso con il supporto dei governi locali.

L'azienda conduce intense attività di lobbying presso governi e istituzioni sovranazionali volte a creare condizioni favorevoli all'incremento dell'uso di biotecnologie in campo agricolo; è inoltre conosciuta per il suo atteggiamento intransigente a difesa dei propri brevetti, che l'ha portata a intraprendere azioni legali nei confronti di piccoli coltivatori venuti meno alle condizioni contrattuali pattuite. Sia la natura del *core business* di Monsanto, sia le modalità di gestione del medesimo hanno suscitato numerose critiche da parte di organizzazioni e gruppi ambientalisti, fra cui Greenpeace.

Monsanto è stata accusata di mettere a rischio la biodiversità attraverso la diffusione delle sementi transgeniche, nonché di sfruttare gli agricoltori più vulnerabili imponendo loro contratti-capestro, perpetuando così la condizione di sudditanza socioeconomica dei paesi meno sviluppati del mondo. Inoltre, le attività di lobbying sono state spesso viste come esempi di indebita ingerenza da parte di attori economici nei processi decisionali di istituzioni che dovrebbero essere *super partes*, e comunque non soggette a influenze di natura economica.

A fronte di queste accuse, Monsanto ha sviluppato una sofisticata strategia di comunicazione che ha comportato anche, a partire dall'inizio del millennio, un *rebranding* radicale dell'azienda. Una componente fondamentale di questo *rebranding* è l'attenzione per le scelte linguistiche e discorsive: esse si pongono al centro di una complessa rete di costruzioni retorico-testuali, la cui componente valutativa e argomentativa (in implicita interazione dialogica con i detrattori dell'azienda) è densa di significati ideologici e implicazioni culturali.

Un utile punto di partenza per l'analisi delle strategie discorsive dell'azienda è la definizione che Monsanto dà di se stessa nella sezione del

proprio sito denominata "Who we are"². La presentazione dell'azienda si apre con queste parole:

- (1) Monsanto is a sustainable agriculture company. We deliver agricultural products that support farmers all around the world.
We are focused on empowering farmers – large and small – to produce more from their land while conserving more of our world's natural resources such as water and energy. We do this with our leading seed brands in crops like corn, cotton, oilseeds and fruits and vegetables. We also produce leading in-the-seed trait technologies for farmers, which are aimed at protecting their yield, supporting their on-farm efficiency and reducing their on-farm costs.
We strive to make our products available to farmers throughout the world by broadly licensing our seed and trait technologies to other companies. In addition to our seeds and traits business, we also manufacture Roundup® branded herbicides and other herbicides used by farmers, consumers and lawn-and-garden professionals.
Monsanto could not exist without farmers. They are our customers – the lifeblood of our company. More important, they are the support system of the world's economy, working day in and day out to feed, clothe and provide energy for our world.

La presentazione è articolata come un tipico *mission statement* (Ran and Duimering 2007) inteso a trasmettere sinteticamente l'identità aziendale. Il testo è conciso, strutturato retoricamente in quattro paragrafi, di cui il primo e l'ultimo si aprono con la citazione dell'azienda in terza persona ("Monsanto is [...] Monsanto could not exist"), mentre i due centrali propongono forti *identity claims* formulati in prima persona ("we are focused [...] we strive"). L'articolazione muove continuamente dalla prima alla terza persona, secondo modalità che sono tipiche delle autopresentazioni aziendali (nelle quali il nome dell'azienda come etichetta identitaria si alterna alla prima persona come indice di coinvolgimento interpersonale), ma che rispondono anche a precise esigenze retoriche. Si noti, per esempio, il primo paragrafo:

² La pagina di apertura "Who we are" del sito internazionale (<http://www.monsanto.com/whoweare/pages/default.aspx>) ha contenuti molto diversi da quella italiana (http://www.monsanto.it/chia_siamo/aziendali/le_origini.asp). Quest'ultima offre infatti una descrizione dell'azienda formulata in modo molto più tradizionale, a partire dalle origini e seguendone per sommi capi l'evoluzione, concludendo con una concisa definizione dell'azienda come "dedicata al 100% all'agricoltura". La pagina italiana non menziona il concetto di sostenibilità né fa riferimenti al rapporto della Monsanto con gli agricoltori.

- (1a) Monsanto is a sustainable agriculture company. We deliver agricultural products that support farmers all around the world.

Il passo si apre con una tipica base tematica espositiva – “Monsanto is a sustainable agriculture company”: si tratta di una “phenomenon identifying sentence”, secondo la tassonomia di Werlich (1976), costituita dal tema in forma di sintagma nominale, seguito da un predicato nominale al tempo presente nel quale il nome del verbo è rappresentato da un ulteriore sintagma nominale, e il cui successivo sviluppo testuale comporta un passaggio dall’oggettivazione e staticità (“Monsanto is”) alla personalizzazione e alla dinamicità espresse in forma relazionale (“we deliver [...] farmers all around the world”).

La base tematica espositiva, pur rispondendo a criteri di genere convenzionali, presenta peculiarità significative. L’espressione *sustainable agriculture* usata in funzione di premodificazione risponde, infatti, dal punto di vista sintattico, a esigenze di classificazione, secondo modalità rappresentative tipiche degli *identity claim* con i quali si aprono la maggior parte dei *mission statement*. Questi sono solitamente organizzati secondo tassonomie classificatorie (cf. Ran and Duimering 2007) intese a delimitare il campo d’azione dell’azienda e, spesso, a individuare il posizionamento di questa al suo interno, come illustrato nei seguenti esempi, entrambi tratti dalle sezioni “About” dei rispettivi siti aziendali³:

- (2) HSBC is one of the world’s largest banking and financial services organisations. (<http://www.hsbc.com/about-hsbc/our-purpose>)
- (3) Applied Materials is the leader in materials engineering solutions used to produce virtually every new chip and advanced display in the world. (<http://www.appliedmaterials.com/company/about>)

Nell’esempio (2) l’azienda viene classificata come appartenente alla categoria degli istituti bancari e di servizi finanziari, entro i quali occupa una posizione di leadership; in maniera analoga, in (3) si definiscono il campo d’azione della società e il suo posizionamento al suo interno, espandendo poi la definizione attraverso un’ulteriore specificazione che funge anche da elemento di amplificazione. L’*identity claim* d’apertura di Monsanto è, a prima vista, strutturato secondo il medesimo schema, pur non presentando riferimenti al posizionamento in questa prima frase (ma si noti

³ Gli esempi sono tratti da un repertorio di *mission statement* di aziende incluse nell’indice Fortune 500 pubblicato sul sito http://www.missionstatements.com/fortune_500_mission_statements.html.

l'occorrenza reiterata del lemma *leading* nel paragrafo successivo). Tuttavia, l'utilizzo dell'aggettivo *sustainable* ad accompagnare il premodificatore nominale *agriculture* si discosta dallo schema convenzionale, in quanto introduce nella definizione del campo d'azione aziendale un elemento valutativo (e non esclusivamente classificatorio) carico di implicazioni ideologiche. L'aggettivo *sustainable*, infatti, non solo è portatore di una valutazione intrinsecamente positiva (quella che nell'approccio sistemico-funzionale dell'Appraisal System viene definita *inscribed attitude* – cf. Martin and White 2005), ma si pone anche come nodo chiave per l'evocazione (anch'essa attitudinalmente positiva) di un contesto discorsivo non convenzionalmente associato all'azienda, ma da questa occupato retoricamente a fini di autolegittimazione.

La scelta di Monsanto di imperniare la costruzione della propria identità sul concetto di *sustainable agriculture* rappresenta infatti un atto di rivendicazione forte del proprio ruolo economico e sociale. A fronte di accuse reiterate di irresponsabilità ambientale (in ragione dei presunti effetti negativi dell'ingegneria genetica sulla biodiversità) e sociale (con riferimento alle accuse di imposizione commerciale ai danni degli agricoltori nei paesi più poveri, nonché dei rischi – peraltro non univocamente accertati – per la salute umana), Monsanto opta per un *rebranding* che passa per l'appropriazione discorsiva del concetto di sostenibilità, la cui applicazione al *core business* della produzione di sementi transgeniche è quanto meno irrituale nel corrente scenario retorico legato alle biotecnologie agricole.

3. SOSTENIBILITÀ – SIGNIFICANTI FLOTTANTI E IDEOLOGIE

L'origine del concetto di sostenibilità economica e ambientale, ubiquo nel discorso contemporaneo, è da ricondursi al *Brundtland Report* (WCED 1987), che per la prima volta menzionava la necessità di addivenire a uno sviluppo sostenibile, ovvero "development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs" (*ibid.*, 41). Il report invocava una più equa distribuzione delle risorse e una maggiore attenzione alla loro conservazione, sottolineando i rischi posti all'ambiente dai ritmi e dalle modalità di sfruttamento delle risorse coevi.

Il concetto di sostenibilità, più spesso citato nel binomio 'sviluppo sostenibile', divenne immediatamente un *leitmotiv* nel discorso sulle politiche dello sviluppo. Venne ripreso nell'*Earth Summit* di Rio de Janeiro

nel 1992, diventando il nodo centrale della Dichiarazione di Rio che ne emerse (Grubb *et al.* 1993; Keating 1993). La formulazione vaga, espressa in termini idealistici ma con scarse indicazioni applicative (Yanarella and Levine 1992), del *Brundtland Report* fece sì che intorno al concetto si creasse un vasto consenso (Redclift 1987; Pezzey 1989; Lélé 1991). Contribuì anche, tuttavia, all'affermazione di 'sostenibilità' come *empty*, o *floating signifier* (Laclau and Mouffe 1985) – un significante che si presta a essere riempito da molteplici significati, anche ideologicamente contrapposti, flessibili e negoziabili, ma soprattutto sottodeterminati e dotati di una vaghezza intrinseca che li rende particolarmente atti all'appropriazione ideologica. Come viene sottolineato nel saggio d'apertura del *Workshop on Urban Sustainability*, promosso dalla US National Science Foundation (2000, 1), il concetto di sostenibilità è “laden with so many definitions that it risks plunging into meaninglessness, at best, and becoming a catchphrase for demagogy, at worst”, usato com'è per giustificare e legittimare innumerevoli pratiche e politiche, che vanno dall'utopismo agrario socialista allo sviluppo su larga scala di mercati a capitale intensivo.

Nella letteratura accademica sulla sostenibilità si fa riferimento a due versioni del concetto – una sostenibilità 'debole' e una 'forte' (Houghton and Hunter 1994). La versione 'debole' della sostenibilità è portatrice di un'ideologia di progresso che non comporta radicali trasformazioni degli attuali sistemi socioeconomici. In questa versione non si ravvisa l'esigenza di cambiare la narrativa dominante relativa al progresso e allo sviluppo economico. Entro tale narrativa, la natura è vista quasi esclusivamente come risorsa soggetta al dominio dell'uomo, e la misura del progresso dell'umanità è data dal grado di crescita economica del mondo (O'Riordan 1996). In questo discorso antropocentrico, dunque, l'umanità è concepita come separata dalla natura e ad essa superiore; specularmente, la natura e l'ambiente sono interpretate semplicemente come risorse che possono e devono essere utilizzate a vantaggio degli uomini. La sostenibilità 'debole' è improntata a un ottimismo di base che postula la possibilità di incrementare lo sfruttamento delle risorse naturali attraverso innovazioni tecnologiche – che comprendono anche la manipolazione dell'ambiente e della natura – in modo da garantire la continuazione della crescita economica e il soddisfacimento delle esigenze di una popolazione in costante aumento. Elemento chiave di questa visione è proprio lo sviluppo tecnologico, che viene pertanto posto al centro del concetto stesso di sostenibilità. Preoccupazioni di ordine bioetico sono generalmente subordinate all'obiettivo della crescita sostenibile – in sé eticamente responsabile, almeno in linea di principio, ma senza espliciti richiami a valori

etici e sociali se non quello, vago e indeterminato, al bene delle generazioni future.

La versione 'forte' della sostenibilità, d'altro canto, pone al centro della discussione una revisione del rapporto tra natura e uomo. Se la consapevolezza della limitatezza delle risorse economiche è un fattore comune alle due visioni, nella sostenibilità 'forte' la soluzione al problema non è da ricercarsi in uno sfruttamento più efficiente, bensì in una drastica riconsiderazione degli attuali modelli di sviluppo che comporta anche una sostanziale riduzione dei livelli di consumo e sfruttamento delle risorse naturali. Questa posizione, appoggiata da numerosi teorici della sostenibilità (Capra and Spretnak 1985; McBurney 1990; Ekins and Max-Neef 1992; Goldsmith *et al.* 1995; Trainer 1996; Wright 1997; Robertson 1998; Warburton 1998; Henderson 1999), pone al centro della discussione non tanto le esigenze dell'uomo, quanto i diritti dell'ambiente, intesi come diritti biotici inalienabili (si vedano Skolimowski 1981; Naess 1986, 1989; Devall 1990). Vi è pertanto, da parte dei fautori della sostenibilità 'forte', la richiesta di superare "la visione del mondo antropocentrica che rappresenta l'umanità come fonte di ogni valore e la natura solo come materia prima sfruttabile a vantaggio dell'uomo" (Zimmermann 1987, 22; traduzione mia), sostituendo all'antropocentrismo quello che è stato definito "egalitarianismo biocentrico", ovvero un'eguaglianza interspecie che riconosce diritti biotici (Eckersley 1992).

La battaglia fra sostenibilità 'forte' e 'debole' si combatte soprattutto sul campo dell'ambientalismo, e tiene solo marginalmente conto delle conseguenze socioeconomiche dell'adozione dell'una o dell'altra prospettiva. Tuttavia già nel 1989 O'Riordan notava una correlazione tra posizioni eco-centriche (sostenibilità 'forte') e ideali di redistribuzione sociale da un lato, e posizioni tecnocentriche (sostenibilità 'debole') e mantenimento dello status quo economico e sociopolitico dall'altro. Studi successivi hanno mostrato che tali correlazioni non sono sempre vere (Hopwood, Mellor, and O'Brien 2005, 41), ma l'equazione tra ecocentrismo / movimenti *grassroot* / solidarietà sociale / cambiamento dei paradigmi economici da un lato, e tecnocentrismo / fuoco sulla crescita economica / potere delle multinazionali / mantenimento dello *status quo* sociopolitico dall'altro continua ad avere una validità euristica ampiamente condivisa. Le due posizioni sono generalmente percepite come contrapposte, e non solo come difficilmente conciliabili, ma addirittura come irriducibili: l'una esclude l'altra, in un processo di polarizzazione ideologica che lascia poco spazio alla negoziazione.

All'interno di questo scenario, Monsanto si pone inequivocabilmente sul versante tecnocentrico: azienda biotecnologia, e per di più multinazio-

nale con vasti interessi globalizzati, è il rappresentante-tipo della versione ‘debole’ della sostenibilità. Tuttavia, nel *mission statement* sopra citato elementi tipici dell’approccio tecnocentrico alla sostenibilità sono frammentati – e subordinati – a tratti discorsivi che generalmente sottendono un concetto di sostenibilità ‘forte’.

Primo fra questi tratti è il riferimento ripetuto agli agricoltori. Il lemma *farmers* occorre ben sei volte nel breve testo (182 parole in tutto), e costituisce, insieme ai lemmi autoreferenziali *Monsanto* (2 occorrenze) e *we* (sei occorrenze), il principio semantico portante dell’intera architettura testuale. Si osservino le frasi principali poste in apertura dei quattro paragrafi che costituiscono il testo (il primo paragrafo è riportato per intero, essendo la frase d’apertura una definizione generale cui fanno capo tutte le successive):

- (a) *Monsanto is a sustainable agriculture company. We deliver agricultural products that support farmers all around the world. [...]*
- (b) *We are focused on empowering farmers. [...]*
- (c) *We strive to make our products available to farmers. [...]*
- (d) *Monsanto could not exist without farmers. [...]*

Ciascun paragrafo stabilisce un rapporto relazionale tra Monsanto e gli agricoltori, subordinando (sintatticamente e concettualmente) il resto del testo a tale relazione. Questa impostazione relazionale ha la funzione di spostare il fuoco dal prodotto dell’azienda al beneficiario, deflettendo l’attenzione dagli aspetti più controversi delle biotecnologie ed enfatizzando, invece, i vantaggi per una delle categorie spesso ritenute più danneggiate dalla diffusione delle sementi transgeniche, ovvero i piccoli agricoltori (non a caso Monsanto dichiara di voler dare potere a “farmers – large and small” [cf. es. (1)], con un chiaro riferimento alle accuse dei numerosi critici che dipingono le politiche dell’azienda come esiziali per i piccoli coltivatori⁴).

A valle di questo inquadramento ideologico, che si colloca entro gli stilemi retorici della sostenibilità ‘forte’, la descrizione della *mission* di Monsanto si allinea perfettamente alla costruzione discorsiva tipica della sostenibilità ‘debole’, che enfatizza, invece, i benefici delle bioscienze al servizio dell’aumento della produttività in un mondo governato da rapporti di tipo economico. Gli agricoltori sono “empowered” “to produce more from their land while conserving more of our world’s natural resources such as water and energy”; tale “empowerment” passa attraverso un

⁴ Accuse di questo genere sono specialmente comuni nella stampa eco-militante. Si veda, a questo proposito, Shiva 1998, riecheggiato negli anni in innumerevoli fonti.

processo eminentemente commerciale, che consiste in “*broadly licensing our seed and trait technologies to other companies*”, il cui fine ultimo è consentire agli agricoltori di continuare a svolgere al meglio la loro funzione economica (essi sono “*the support system of the world's economy*”).

In questa costruzione discorsiva, dominata da strutture relazionali di stampo etico ed espansa secondo traiettorie ideologicamente improntate alla logica del mercato, il *core business* della Monsanto è sepolto nelle parti più interne del testo. Non solo: è anche iscritto in un “linguaggio geneticamente modificato” (Cook 2004) dal quale è attentamente epurato ogni riferimento alla genetica e alla modificazione.

4. UN LINGUAGGIO ‘GENETICAMENTE MODIFICATO’

L’etichetta di “*sustainable agriculture company*” con la quale Monsanto si autodefinisce determina anche, a cascata, le scelte lessicali adottate nella descrizione del proprio *core business*. Una breve ricerca in rete conferma che la stringa “*sustainable agriculture company*” in associazione col nome “Monsanto” compare esclusivamente in documenti aziendali, e in particolare modo in quelli destinati al pubblico generale. Altrove, e specialmente in contesti specializzati, il profilo della multinazionale è necessariamente più esplicito rispetto alla natura delle proprie operazioni. Si consideri, ad esempio, il profilo aziendale di Monsanto che compare su Forbes (<http://www.forbes.com/companies/monsanto/>), dove la multinazionale è inserita nel settore degli “*specialized chemicals*”. La descrizione, di provenienza indubbiamente aziendale, è strutturata come segue:

- (4) Monsanto Co. engages in the provision of agricultural products to farmers. The company operates its business through the following business segments: Seeds & Genomics and Agricultural Productivity. The Seeds & Genomics segment produces seed brands, including DEKALB, Asgrow, Deltapine, Seminis and De Ruiter and develops biotechnology traits that assist farmers in controlling insects and weeds. The Agricultural Productivity segment manufactures Roundup and Harness brand herbicides and other herbicides. It also provides other seed companies with genetic material and biotechnology traits for their seed brands. Monsanto was founded by John F. Queeny in 1901 and is headquartered in St. Louis, MO.

Pur aprendosi con una frase che riprende, attenuata, la formulazione utilizzata nel *mission statement* (si notino i riferimenti all’agricoltura, sebbene

non qualificata come sostenibile, e ai coltivatori), il breve testo contiene termini come *genomics*, *genetic material* e *biotechnology traits*, tutti lemmi che sono accuratamente esclusi dalla descrizione presente sul sito aziendale. Di seguito viene riportato il passo centrale del testo [già presente nell'es. (1)] rilevante per l'analisi:

- (5) We are focused on empowering farmers – large and small – to produce more from their land while conserving more of our world's natural resources such as water and energy. We do this with our leading seed brands in crops like corn, cotton, oilseeds and fruits and vegetables. We also produce leading in-the-seed trait technologies for farmers, which are aimed at protecting their yield, supporting their on-farm efficiency and reducing their on-farm costs.

We strive to make our products available to farmers throughout the world by broadly licensing our seed and trait technologies to other companies. In addition to our seeds and traits business, we also manufacture Roundup® branded herbicides and other herbicides used by farmers, consumers and lawn-and-garden professionals.

Nei due paragrafi considerati il *core business* di Monsanto viene descritto anzitutto come la produzione di “[leading] seed brands”, di cui non è specificata la natura. L'aspetto tecnologico è menzionato solo successivamente, introdotto da un avverbio additivo (*also*) che lo subordina gerarchicamente a quanto espresso in precedenza, dove i riferimenti alla tecnologia sono assenti. Rilievo ancora più ridotto è dato alla componente chimica: gli erbicidi compaiono solo alla fine della descrizione, anch'essi introdotti da una locuzione avverbiale additiva (*in addition to*, rinforzata da *also*) che ne declassa la salienza fra le attività della multinazionale. Non compare, inoltre, alcun riferimento lessicale alla genetica: le tecnologie adottate sono definite “in-the-seed technologies” e, più sotto, “seed and trait technologies”. Pur non trattandosi, tecnicamente, di una mistificazione, l'eliminazione di ogni riferimento agli aspetti più controversi del *core business* di Monsanto risponde a esigenze di recupero di una neutralità discorsiva sulla quale ricostruire la reputazione aziendale e rivendicare legittimazione.

Come più sopra osservato in relazione all'inquadramento generale dell'autopresentazione di Monsanto, anche la menzione della tecnologia si inserisce in un tessuto discorsivo articolato in maniera relazionale: nel primo paragrafo dell'esempio (5) le “in-the-seed technologies” sono rappresentate come strumento di emancipazione per gli agricoltori, mentre nel secondo gli erbicidi compaiono in un contesto che ne enfatizza il ruolo nella vita quotidiana non solo degli agricoltori, ma anche di giardinieri

e comuni cittadini ("used by farmers, consumers and lawn-and-garden professionals"), in un processo di cooptazione simbolica che invita, *de facto*, ad un allineamento ideologico, se non altro in ragione dell'apparente inevitabilità del ricorso agli erbicidi.

5. CONCLUSIONI

L'analisi condotta sul *mission statement* di Monsanto ha evidenziato come l'obiettivo di *rebranding* dell'azienda comporti uno sforzo di riarticolazione retorica che attraversa tutti i livelli della rappresentazione, da quello macro-discorsivo a quello micro-lessicale. Dal punto di vista macro-discorsivo, Monsanto adotta una definizione di sostenibilità che mitiga l'approccio essenzialmente tecnocentrico che caratterizza le agrobiotecnologie con un atteggiamento di solidarietà sociale che è, di norma, tipico di concezioni più vicine all'ecocentrismo. Questo inquadramento generale è veicolato, nel testo, da soluzioni retoriche che impostano l'intera presentazione su strutture relazionali attraverso le quali Monsanto si lega a doppio filo agli agricoltori. Da vittime della multinazionale quali li rappresenta il discorso militante anti-OGM, essi si trasformano nei principali beneficiari dello sviluppo delle tecnologie di cui Monsanto è fautore. Nell'adottare questa prospettiva Monsanto pare rispondere non solo a un'esigenza dialettica di risposta alle accuse, ma anche a un atteggiamento strategico, sempre più diffuso nel campo delle biotecnologie, che tende a spostare l'attenzione dal *logos* al *pathos* (Gottweis 2005).

Per quanto riguarda la natura specifica delle tecnologie sviluppate da Monsanto, essa non viene mai menzionata esplicitamente. Le scelte lessicali seguono l'articolazione retorica nel portare avanti un disegno di recupero dell'integrità reputazionale, evitando termini che evocano contesti di manipolazione e sostituendo ad essi nuove definizioni prive – almeno per il momento – di sovradeterminazioni ideologiche.

I risultati dell'indagine confermano l'importanza dell'analisi linguistico-discorsiva per l'inquadramento del dibattito sulle biotecnologie e, più in generale, per una migliore comprensione delle controversie socio-tecniche che tanta parte hanno nelle scelte politiche della contemporaneità. Un'attenzione più marcata per gli aspetti retorici, condotta con metodi rigorosi e scientificamente validi, può contribuire a esplicitare il sottotesto retorico delle formulazioni programmatiche, favorendo così una maggior consapevolezza anche nella determinazione degli indirizzi politici.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Alexander, Richard. 2009. *Framing Discourse on the Environment*. London: Routledge.
- Bakhtin, Mikhail. 1981. *The Dialogical Imagination*, edited by Michael Holquist, translated by Varyl Emerson and Michael Holquist. Austin: University of Texas Press.
- Capra, Fritjof, and Charlene Spretnak. 1985. *Green Politics*. London: Hutchinson.
- Chailleux, Sébastien. 2014. "Orienting a Controversy through Technical Expertise: The Struggle over Shale Gas in France and in Quebec". In *8th ECPR General Conference*, Glasgow (Royaume-Uni), September 3-6, 2014, section 18: "Governing Knowledge: Policy and the Politics of Knowledge Production and Use".
- Cook, Guy. 2004. *Genetically Modified Language: The Discourse of Arguments for GM Crops and Food*. New York: Routledge.
- Devall, Bill. 1990. *Simple in Means, Rich in Ends: Practising Deep Ecology*. London: Green Print.
- Eckersley, Robyn. 1992. *Environmentalism and Political Theory: Towards an Ecocentric Approach*. London: UCL Press.
- Ekins, Paul, and Manfred A. Max-Neef. 1992. *Real-life Economics: Understanding Wealth Creation*. London: Routledge.
- Ellerup Nielsen, Anne. 2013. "License to Operate". In *Encyclopedia of Corporate Social Responsibility*, edited by Samuel O. Idowu, Nicholas Capaldi, Lian-grong Zu, and Ananda Das Gupta, 1585-1591. Berlin: Springer.
- Fairclough, Norman. 1995. *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. London - New York: Longman.
- Fairclough, Norman, and Ruth Wodak. 1997. "Critical Discourse Analysis". In *Discourse as Social Interaction: Discourse Studies. A Multidisciplinary Introduction*, edited by T.A. van Dijk, vol. 2, 258-284. Thousand Oaks (CA): Sage.
- Glover, Dominic. 2010. "The Corporate Shaping of GM Crops as Technology for the Poor". *Journal of Peasant Studies* 37 (1): 67-90.
- Goldsmith, Edward, Martin Khor, Helena Norberg-Hodge, and Vandana Shiva, eds. 1995. *The Future of Progress: Reflections on Environment and Development*. Dartington: Green Books.
- Gottweis, Herbert. 2005. "Regulating Genomics in the 21st Century: From Logos to Pathos". *Trends in Biotechnology* 23 (3): 118-121.
- Grubb, Michael, Mathias Koch, Abby Munson, Francis Sullivan, and Koy Thomson. 1993. *The Earth Summit Agreements: A Guide and Assessment*. London: Earthscan Publications Ltd.
- Houghton, Graham, and Colin Hunter. 1994. *Sustainable Cities*. London: Kingsley.
- Henderson, Hazel. 1999. *Beyond Globalisation: Shaping a Sustainable Global Economy*. London: Kumarian Press.

- Hopwood, Bill, Mary Mellorn, and Geoff O'Brien 2005. "Sustainable Development: Mapping Different Approaches". *Sustainable Development* 13 (1): 38-52.
- Jeffries, Lesley. 2010. *Critical Stylistics: The Power of English*. New York: Palgrave Macmillan.
- Keating, Michael. 1993. *The Earth Summit's Agenda for Change: A Plain Language Version of Agenda 21 and the Other Rio Agreements*. Geneva: Centre for Our Common Future.
- Laclau, Ernesto, and Chantal Mouffe. 1985 *Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics*. London: Verso.
- Lampere, Jenna A., and Elizabeth A. East. 2016. Monsanto's Biotechnology Politics: Discourses of Legitimation. *Environmental Communication*. [31/01/2016]. <http://dx.doi.org/10.1080/17524032.2016.1198823>.
- Lassen, Inger. 2004. Ideological Resources in Biotechnology Press. In *Systemic Functional Linguistics and Studies in Discourse Analysis. Studies in Social Change*, edited by Lynne Young and Claire Harrison, 264-278. London: Continuum.
- Lélé, Sharachchandra M. 1991. "Sustainable Development: A Critical Review". *World Development* 19 (6): 607-621.
- Martin, James R., and Peter R.R. White. 2005. *The Language of Evaluation. Appraisal in English*. London - New York: Palgrave Macmillan.
- McBurney, Stuart. 1990. *Ecology into Economics Won't Go: Or Life Is not a Concept*. Dartington: Green Books.
- Naess, Arne. 1986. "The Deep Ecology Movement: Some Philosophical Aspects". *Philosophical Inquiry* 8 (1/2): 10-31.
- Naess, Arne. 1989. *Ecology, Community and Lifestyle: Outline of an Ecosophy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- National Science Foundation. 2000. *Workshop on Urban Sustainability: Towards a Comprehensive Geographical Perspective on Urban Sustainability*. New Brunswick (NJ): Rutgers University.
- O'Riordan, Timothy. 1996. "Environmentalism on the Move". In *Companion Encyclopaedia of Geography*, edited by Ian Douglas, Richard J. Huggett, and Mike E. Robinson, 449-476. London: Routledge.
- Pezzey, John. 1989. *Definitions of Sustainability*. London: CEED.
- Ran, Bing, and P. Robert Duimering. 2007. "Imaging the Organization: Language Use in Organizational Identity Claims". *Journal of Business and Technical Communication* 21 (2): 155-187.
- Redclift, Michael. 1987. *Sustainable Development: Exploring the Contradictions*. London: Methuen.
- Robbins, Peter T., Elisa Pieri, and Guy Cook. 2004. "GM Scientists and the Politics of the Risk Society". In *Future as Fairness: Ecological Justice and Global Citizenship. At the Interface/Probing the Boundaries*, edited by Anne K. Haugestad and J.D. Wulffhorst, 85-104. Amsterdam: Rodopi.

- Robertson, James. 1998. *Beyond the Dependency Culture: People, Power and Responsibility*. London: Adamantine.
- Shiva, Vandana. 1998. *Biopiracy: The Plunder of Nature and Knowledge*. Cambridge (MA): South End Press.
- Singer, Ross. 2011. "The Corporate Colonization of Communication about Global Hunger: Development, Biotechnology, and Discursive Closure in the Monsanto Pledge". In *Food as Communication: Communication as Food*, edited by Janet M. Cramer, Carlita P. Greene, and Lynn M. Walters, 405-427. Bern: Peter Lang.
- Skolimowski, Henryk. 1981. *Eco-philosophy: Designing New Tactics for Living*. London: Marion Boyars.
- Sunstein, Cass R. 2001. *Republic.com*. Princeton (NJ): Princeton University Press.
- Titscher, Stephan, Michael Meyer, Ruth Wodak, and Eva Vetter. 2000. *Methods of Text and Discourse Analysis*. London: Sage.
- Toner Raimi, Kaitlin, and Mark R. Leary. 2014. "Belief Superiority in the Environmental Domain: Attitude Extremity and Reactions to Fracking". *Journal of Environmental Psychology* 40: 76-85.
- Trainer, Ted. 1996. *Towards a Sustainable Economy: The Need for Fundamental Change*. Oxford: Jon Carpenter.
- van Dijk, Teun A. 1993. "Principles of Critical Discourse Analysis". *Discourse and Society* 4 (2): 249-283.
- van Dijk, Teun A. 2008. *Discourse and Power*. Basingstoke - New York: Palgrave Macmillan.
- van Dijk, Teun A. 2009. *Society and Discourse: How Social Contexts Influence Text and Talk*. Cambridge - New York: Cambridge University Press.
- Warburton, Diane. 1998. *Community and Sustainable Development: Participation in the Future*. London: Earthscan.
- WCED (World Commission on Environment and Development). 1987. *Report: Our Common Future (Brundtland Report)*. <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>.
- Werlich, Egon. 1976. *A Text Grammar of English*. Heidelberg: Quelle and Meyer.
- Wright, Chris. 1997. *The Sufficient Community: Putting People First*. Dartington: Green Books.
- Yanarella, Ernest J., and Richard S. Levine. 1992. "Does Sustainable Development Lead to Sustainability?". *Futures* 24 (8): 759-774.
- Zimmerman, Michael E. 1987. "Feminism, Deep Ecology and Environmental Ethics". *Environmental Ethics* 9 (1): 21-44.