

Khulna 13.10.99

Carissima Giorgia,

Grazie del messaggio di auguri, che ricambio, e di aggiornamento in generale.

Quando l'ho ricevuto, ho dovuto decidere di rimandare la risposta.

Avevo in ballo la proposta di un produttore televisivo americano che vuole concludere un suo programma presentando l'esperienza di una donna del Bangladesh che è uscita dalla povertà e che vende a mezzo internet!

Stiamo pensando a Chalehar.

Non so se considerarlo uno scherzo o no.

Ti mando (vedi in fondo al messaggio) gli scambi che ho avuto con questo produttore (in inglese).

Una cosa mi fa spesso pensare a te: il microcredito come è impostato qui in Bangladesh. La reazione tua e quella di Irene mi fa capire che la cosa è delicata. Ma a maggior ragione dovete continuare a chiarire e ad analizzare le varie situazioni. E non dovete mutuare la vostra identità da esperienze concrete di altri. La vostra identità è diversa e nuova (come ogni creatura che viene ad esistere sulla faccia della terra), anche se è ovvio che storicamente si situa all'interno di un cammino che non siete gli unici a fare.

Se ne trovo il tempo, ti racconterò cosa mi è capitato di fare in questi ultimi 4 mesi.

Arrivando alle tue domande: "una breve analisi della situazione attuale delle tue esigenze di carattere commerciale, anche informatico, e sociale." Se quello che vuoi sapere è che problemi abbiamo, eccoteli.

1. Nonostante tutto (cioè nonostante lavoriamo con enti che vogliono cooperare con noi e che hanno molta buona volontà), ci troviamo in un rapporto non paritario. Sia nei prezzi, sia nelle scadenze, sia nelle condizioni esigenti, ... noi dobbiamo fare finta di niente; perché i poveri sono tanti, e se noi non ci stiamo altri ci staranno; e la corsa è persa.

2.a. Sappiamo di essere carenti nell'aspetto dell'innovazione e della previsione dei gusti del compratore. Ma sinceramente ti dico che non mi fido (per esperienza) dei pareri "parentori" quanto superficiali di chi saltuariamente si interessa del problema.

2.b. Possibile che un compratore continui per anni a mandarci un ordine citando sbagliato il nostro codice o la descrizione, richiedendo misure che non sono previste nel nostro catalogo (solo perché a lui fa comodo così)? Mi riferisco all'aspetto di professionalità (aggiornamento del catalogo nei computers dei compratori) e di rispetto per il gruppo dei produttori (suggerire una misura particolare a cui verrà applicato un codice diverso).

2.c. C'è l'esigenza di avere un rappresentante commerciale che rappresenti veramente i gruppi di "produttori" presso gli enti "compratori".

Per noi questo problema non c'è (perché ci sono io!). Ma spesso i gruppi devono ricorrere a persone che vivono in un grado sociale ben più alto di quello dei produttori, che hanno motivazioni dubbie, che vanno in giro per il mondo spesi, che sono insindacabili perché hanno gli agganci con i compratori, ecc.

3.a. Il succo del lavoro artigianale è che la persona si realizza, accresce la stima di sé, impara ad esprimere la sua opinione, si rende presente

nella società dove vive prendendo posizioni, ecc.

L'importanza dei "designers" o la programmazione dei gusti non deve togliere nulla a questo. ("... dovremmo stare molto attenti a non praticare un nostro specifico imperialismo culturale: dominare per merito di educazione, lingua e professione. Anche la competenza ha il suo sistema di classe. Nel mio campo, il disegnatore domina l'artigiano; il consulente manageriale che viene dalla città detta legge sul processo di sviluppo rurale." Laila.)

3.b. Siamo testimoni della nascita pazzo di ONG locali (parassiti) che si prefiggono di mantenersi organizzando il lavoro dei gruppi di produttori. Purtroppo in questa esplosione di nascite sono coinvolti anche missionari poco illuminati, desiderosi di trovare una sistemazione a persone istruite che non hanno un lavoro (che tradotto significa: trovare una sistemazione per ex-seminaristi mantenuti da sempre che non hanno ancora imparato a mantenersi).

Ma dove non sono colpevoli i missionari la cosa non è meno seria. Anzi. Farò una lettera aperta su questo. Spero di finirla in una settimana.

Senti, Giorgia. Concludo. Per citarti Laila, mi sono riletto tutto il suo intervento che ho trovato ancora così nuovo.

Te lo rido da rileggere (non c'è stata in fondo al messaggio e allora te la mando in un secondo messaggio). Fa proprio un quadro giusto.

Forse aggiungerei questo: occorre fare un ente, lì da voi, che sia il nostro piede a terra, che lavori a nostro nome, che aiuti i gruppi a farsi i propri cataloghi, che sia il punto di riferimento e di consiglio (nuovi disegni e tendenze), non con lo scopo di vendere o piazzare i nostri prodotti ma di aiutare ad organizzare le vendite, con cui i gruppi compratori possano mettersi in contatto sapendo che si mettono in contatto con noi.

Se non ti è chiaro, fammi domande.

Ciao. Giovanni.

---

Greetings, Padre Abbiati.

My name is Nick Davis, I'm an American television producer, and I am hoping you can help me. I had sent a letter to Base Bangladesh, and Maurizio Azzola referred me to you.

As I explained to Maurizio:

I am producing a 2-hour program for CNBC on the great businessmen of the past millennium, and to end the show, we've been looking for the story of an unknown modern entrepreneur. Our preference has been to find a small entrepreneur in a rural area, someone affected by globalization, perhaps someone who had risen from poverty by selling wares over the internet.

We also had the idea that it would be nice -- after a show in which men like Cosimo de Medici, Rockefeller, and Henry Ford are profiled -- to end with a woman. It would be wonderful to end the show with a woman from Bangladesh -- perhaps a weaver who now sells her textiles on line all over the world...