



## Addiopizzo: jóvenes emprendedores contra la mafia (II)

Libero Grassi fue el primer empresario siciliano que se negó a pagar el 'pizzo' (la extorsión económica que la mafia viene aplicando desde hace generaciones a todos los comercios) y que denunció públicamente a la organización criminal. Aunque la mafia terminó con su vida, su testimonio inspiró trece años más tarde el nacimiento de 'Addiopizzo', un movimiento social impulsado por un grupo de estudiantes que está generando en Sicilia una auténtica revolución cultural contra la mafia.

Javier M. Cavanna @jmcavanna 2 febrero 2017

10



### La dignidad de una pegatina

El 29 de junio de 2004 era un día más en la ciudad de Palermo; un martes caluroso que no presagiaba nada especial. Pero, mientras los palermitanos más madrugadores se dirigían con paso cansino a su trabajo, algunos advirtieron unos adhesivos pegados en las farolas y otros lugares visibles del centro de la ciudad. Las pegatinas no llamaban la atención ni por su diseño ni por colorido. Se trataba de un simple papel blanco de medio folio de tamaño con dos sencillas frases en el centro, similar a los que suelen leerse anunciando clases de inglés u ofreciendo un apartamento para compartir.

La diferencia en este caso es que nadie ofrecía formación ni buscaba alojamiento. El contenido era mucho más provocativo. En letras mayúsculas y en negrita se decía: "*Un intero popolo che paga il pizzo è un popolo senza*

*dignita*" (un pueblo entero que paga el *pizzo* es un pueblo sin dignidad).

Al día siguiente, todos los noticieros regionales abrieron su edición con esta noticia. El fiscal responsable de las investigaciones sobre los delitos de extorsión se reunió con los *carabinieri* para tratar de averiguar quién era el autor de la pegatina; el prefecto de Palermo, Joshua Marino, convocó en la prefectura al comité de orden y seguridad pública al que asistieron el fiscal general, el comandante provincial de los *carabinieri*, el responsable del Ministerio de Finanzas y los representantes de las asociaciones empresariales de Confcommercio, Confesercenti y Assindustria.

Tras la reunión tuvo lugar una rueda prensa en la que, como venía siendo habitual, se sucedieron las declaraciones y gestos de cara a la opinión pública. Un representante de Confcommercio anunció que en los próximos días **se abriría una nueva línea telefónica para recoger las quejas anónimas** (pocas semanas antes Confesercenti había desactivado la suya ante la falta de llamadas y nadie creía que la de Confcommercio tendría mejor suerte). La Cámara de Comercio, por su parte, anunció la creación de un comité de seguimiento que prestase apoyo a los comerciantes y empresarios.

El hecho de que la pegatina no estuviese firmada despertó las críticas de las principales organizaciones empresariales. El presidente de la Confesercenti, Giovanni Felice, declaró que "no crea consenso una invitación a la rebelión que llega por sujetos que se esconden detrás del anonimato" y el presidente de Confcommercio, Roberto Helg, manifestó que "hay que evitar iniciativas solitarias que terminan por dividir el frente". Todo el mundo especulaba quien podría estar detrás de esta iniciativa. La incógnita quedó despejada al día siguiente cuando en una entrevista al *Giornale di Sicilia* y en una carta dirigida a la edición local de *La Repubblica* se confirmó que la audaz iniciativa no había partido de un conocido comerciante o de uno de los gremios. **Sus autores eran siete universitarios veinteañeros.**



La ciudad de Sicilia se llenó de carteles que decían: "Un pueblo entero que paga el 'pizzo' es un pueblo sin dignidad".

### Los *ragazzi* de Addiopizzo

En mayo de 2004 siete amigos recién licenciados de la Universidad de Palermo decidieron poner en marcha un pequeño negocio: un bar donde la gente joven pudiese reunirse y que, al mismo tiempo, sirviese para impulsar proyectos y campañas de sensibilización social en favor de las poblaciones más marginadas.

Los integrantes del grupo pidieron ayuda a un amigo con conocimientos en temas contables y financieros. Este les presentó un plan de negocio en el que se incluía una partida de gastos con el nombre de *rischio dil pizzo*, es decir, la cuantificación del riesgo del pago del *pizzo* a la mafia. Los siete amigos se vieron enfrentados por vez primera a un problema que formaba parte de la vida cotidiana de todos los comerciantes.

Para hacerse una pequeña idea del impacto que tienen las actividades de la mafia en la economía italiana es conveniente saber que **los ingresos totales de las diferentes familias mafiosas equivalen a 137 mil millones de euros**, lo que equivale al 7% del PIB de Italia. Los ingresos del *pizzo* se calculan en unos nueve mil millones de euros anuales y los comerciantes extorsionados ascienden a más de 160.000.

Los últimos informes no sólo muestran un creciente incremento de la extorsión sino también cómo se ha ido extendiendo por todas las regiones de Italia (Cfr. [Raporto SOS Impresa. Le mano della criminalità sulle impresa; XII edición](#)) y adoptando formas cada vez más sofisticadas que tratan de darle una apariencia legal: el llamado "*pizzo in maschera*" (*pizzo* enmascarado), una de cuyas modalidades es obligar a los comerciantes a comprar servicios o productos legales por un precio superior al del mercado. Los actos violentos contra los comerciantes y sus establecimientos en Sicilia alcanzan una cifra cercana a los 15.000 en el año 2004. Estas amenazas pueden ir desde el incendio del local o del coche del propietario hasta el homicidio.

Los jóvenes estudiantes eran muy conscientes de estas cifras y datos, pero tras discutir cómo debían proceder llegaron por unanimidad a la misma conclusión: **no iban a someterse a la extorsión**. Pero una cosa era negarse a pagar y otra, muy diferente, buscar la mejor manera de no hacerlo. Todos conocían la historia de [Libero Grassi](#) y tenían muy presente a su viuda Pina Maiesano Grassi.

Cuando asesinaron a su marido Pina lo pasó muy mal: "Me quedé con un hijo y una hija y nadie me apoyó. Las asociaciones de empresarios callaron, los partidos políticos se desinteresaron, el Estado me ignoró. Me sentí muy sola. Fueron unos años de mucho desamparo. Hasta que decidí pasar al contraataque". Después del fallecimiento de su marido fue elegida senadora en las elecciones del 92 e impulsó diversas iniciativas, en recuerdo de Grassi, para luchar contra la extorsión.

---

**Los ingresos del pizzo se calculan en unos nueve mil millones de euros anuales y los comerciantes extorsionados ascienden a más de 160.000.**

---

## La confesión pública

En la carta publicada en *La Repubblica* los jóvenes estudiantes explican con detalle los motivos de su iniciativa. Con palabras claras y directas denuncian el encubrimiento colectivo de un sistema de extorsión generalizado y pasivamente consentido: "Hoy se habla poco de la mafia, de la usura y de la extorsión, términos que están cayendo en desuso. Pero nosotros, los sicilianos, sabemos cuál es la verdad: cada pequeño negocio que tiene beneficios, si no es *amico degli amici* (amigo de los amigos), debe pagar dinero para su protección. Todos, sin excepción. Quizás el pago no sea muy grande, pero todos deben pagar para obtener protección. Esto es algo conocido por todos los sicilianos. Y diariamente ignorado".

Pero la acusación no termina con esta declaración. La carta hace responsable a todos los sicilianos de permitir este expolio injusto. Nadie puede eludir la responsabilidad, pues todos colaboran indirectamente para sostenerla. Y, al igual que Beatriz en la *Divina Comedia* ayuda a Dante a examinar sus pecados antes de pasar del Purgatorio al Paraíso, la misiva comienza un implacable examen de conciencia a la ciudad: "¿Cuándo vamos de compras diariamente **se nos ha ocurrido pensar que nuestra compra está ayudando a mantener a la mafia?** Por supuesto que no, pero así es. Si las panaderías, las tiendas de ropa, estancos, bares, carnicerías, pescaderías, librerías, cines, floristerías, tiendas de juguetes, funerarias, etc., se ven obligadas a pagar dinero para su protección, lo hacen gracias a nuestras compras. Si un porcentaje de los ingresos de los comerciantes se destina a financiar la mafia, un porcentaje de nuestro dinero, aunque sea mínimo, también financia la mafia".

Inexorable continúan los reproches: "Los comerciantes pagan para que no incendien su negocio o para evitar los actos de intimidación. Todos nosotros también pagamos, tenemos que pagar para *proteger* y acallar nuestra conciencia que nos recuerda que somos esclavos de un sistema generalizado de prevaricación violenta. Pagamos para olvidar que la red con la que la mafia se sustenta y nos oprime la tejemos nosotros mismos cada día".

No hay piedad, no hay excusas mientras no se llega hasta el fondo del corazón. "¿Por qué ocurre esto?" – se preguntan. Y la respuesta constituye un nuevo golpe a la conciencia todavía más intenso: "Creemos que **nuestro**

**pueblo ha creado y se somete a la mafia.** Es perverso. Se ha convertido en un esclavo de sí mismo. Quizás es que ya no tenemos conciencia de ser un pueblo o, quizás, que no tenemos el valor y la fuerza para serlo”.

La carta continúa su viaje implacable, pues no puede haber absolución sin confesión de los pecados. “Una alta ley de Dios se habría roto, si el Leteo pasase y tal banquete fuese gustado sin ninguna paga del arrepentimiento que se llora” (Canto XXX, *Divina Comedia*). “¿Por qué todo el mundo paga el pizzo? Reflexionamos sobre esto y nos dijimos, somos un pueblo sin dignidad”.

Ya está, ya se ha reconocido la culpa: “Cual los chiquillos por vergüenza, mudos están con los ojos gachos, escuchando su falta arrepentidos, así yo estaba” (Canto XXXI, *Divina Comedia*). Pero, ¡no!; ¡no es suficiente! Falta la penitencia: **“No se puede pedir a un ciudadano individual o comerciante que se inmole por la causa.** Si todos nosotros nos rebelamos y reaccionamos no habrá más necesidad de héroes o mártires”.

*“Un intero popolo che paga il pizzo è un popolo senza dignità:* cuando este principio esté en las cabezas y los corazones de todos los sicilianos, ayudándoles a descubrir su dignidad, entonces nos veremos libres del cáncer de la mafia”. Y en ese instante “me picó tanto el arrepentimiento con sus ortigas, que enemigas me hizo esas cosas que más había amado. Y tal reconocer me mordió el pecho y vencido caí; y lo que pasara lo sabe aquella que la culpa tuvo” (Canto XXXI, *Divina Comedia*).

---

*“¿Por qué todo el mundo paga el pizzo? Reflexionamos sobre esto y nos dijimos, somos un pueblo sin dignidad”.*

---

La carta es anónima explican: “porque no queremos capitalizar esta iniciativa para convertirnos en ‘alguien’, sino que esperamos que se sume todo el pueblo. No necesitamos la ayuda de ningún político para hacer esta declaración de principios, sino el apoyo de muchos sicilianos. **La responsabilidad de la situación de degeneración en la que vivimos no es sólo de los comerciantes,** sino de toda la sociedad de la que también ellos forman parte”. Y se despiden con un guiño a Libero Grassi: “somos hombres y mujeres bastante normales, ciertamente algo rebeldes, diferentes, incómodos y soñadores. Ahora tiene la palabra el pueblo de Sicilia”.

## Los primeros pasos

Los primeros días, tras el inesperado eco que había tenido la iniciativa, los jóvenes decidieron no dar señales de vida. No ocultaban su temor y prefirieron enfriar el entusiasmo inicial. La carta y las pegatinas expresaban un estado de profunda indignación, pero el grupo de rebeldes no había diseñado un plan más allá de manifestar su indignación con la situación.

La estrategia a seguir, sin embargo, fue tomando forma gradualmente y el grupo fue dando señales en los siguientes meses. Tras debatir intensamente cual sería el siguiente paso, decidieron crear una página web con el nombre de [Addiopizzo](#) que sería el canal de comunicación con el exterior. Edoardo Zaffuto, uno de los integrantes del grupo originario, todavía recuerda las rutinas de espía que tuvo que adoptar en los comienzos, yendo disfrazado de un cibercafé a otro para introducir contenidos en la web por miedo a que pudieran ser localizados. **“Teníamos la psicosis de ser constantemente vigilados”.**

Ese año se había aprobado el [artículo 41bis](#) del código penal que endureció las condiciones penitenciarias de los mafiosos. Los *capo* encarcelados seguían dirigiendo todas sus actividades delictivas desde la prisión donde gozaban de una gran libertad y se reunían con sus sicarios.

La nueva ley vino a restringir radicalmente los contactos y la comunicación de los presos asestando un duro golpe a la logística mafiosa. Los mafiosos no se quedaron parados e impulsaron una serie de protestas amparándose en la “crueldad” de estas medidas. Una de las iniciativas consistió en desplegar un cartel en el estadio de fútbol de Palermo en que se decía: “Todos unidos contra el 41bis”.

Addiopizzo decidió pasar a la acción y el siguiente domingo desplegó un cartel similar en ese mismo estadio con conocido lema: *Un intero popolo che paga el pizzo è un popolo senza dignità.* No estaban dispuestos a dejarse

ganar la batalla ni permitir que los mafiosos defendiesen pública e impunemente sus demandas.

Ese día se encontraba en el estadio **Giorgio Scimeca**, un pequeño comerciante, propietario de un bar, que se había negado a pagar el *pizzo* y había denunciado a su extorsionador. Pero en lugar de recibir apoyo y ayuda se encontró, **al igual que Libero Grassi en su día, aislado por sus ciudadanos**. Le gente no le saludaba, perdía cada día más clientes y se veía abocado al cierre de su establecimiento. Fue entonces cuando Giorgio se decidió escribir un corto email a la dirección de Addiopizzo en el que simplemente decía: *Aiuto* (ayuda).

---

**El artículo 41bis vino a restringir radicalmente los contactos y la comunicación de los presos asestando un duro golpe a la logística mafiosa.**

---

Los siete integrantes acordaron reunirse en secreto con Giorgio y en esa reunión conocieron de primera mano su historia y la situación que diariamente enfrentan cientos de miles de pequeños comerciantes forzados a pagar la extorsión a la mafia contra su voluntad. Tras ese encuentro tomaron la decisión de dar un paso adelante.

### ¡No estáis solos!

En mayo de 2005 deciden lanzar la campaña *Contro il pizzo, cambia i consumi* (contra el *pizzo*, cambia el consumo) que constituye la primera llamada a la ciudadanía para que ejerza un consumo responsable.

Esta estrategia persigue dos objetivos muy concretos. El primero es apoyar a los pequeños comerciantes que hasta ese momento han resistido en soledad las presiones arriesgando su hacienda y, en ocasiones, su vida. Addiopizzo quiere hacer llegarles un mensaje alto y claro: ¡No estáis solos! El segundo objetivo es una llamada colectiva a la responsabilidad de la ciudadanía. Todos pueden colaborar ejerciendo un consumo crítico **realizando sus compras en aquellos establecimientos que se han negado a pagar el *pizzo***.

La campaña consigue 3.500 firmas de pequeños comerciantes y consumidores que se comprometen públicamente a apoyarla ejerciendo el consumo crítico. Se trata de un pequeño gran paso. Por primera vez un grupo de ciudadanos integrado por personas con nombres y apellidos, de diferentes ideologías, clases, edades, han alzado su voz en la plaza pública para decir ¡basta!



Los medios se hicieron eco del éxito de la campaña: "Contra el pizzo, cambia el consumo".

---

Tras el resultado de la campaña los miembros de Addiopizzo, que por estas fechas han constituido un Comité para dirigir las actividades de una iniciativa que paulatinamente va tomando la forma de un pequeño movimiento cívico, comienzan a darle vueltas a la idea de otorgar una especie de **certificado a los comercios que públicamente**

**hayan expresado su rechazo al *pizzo*.**

Se trataba de una idea audaz, pero que no todos veían factible. En su haber cuenta con una tendencia, cada vez más extendida en la sociedad, favorable a un consumo más responsable, con un consumidor mejor informado y más sensible que no está dispuesto a apoyar marcas y productos en cuya producción se maltratan los derechos de los trabajadores o el medio ambiente. Esa mayor sensibilidad de la sociedad está forzando a un creciente número de empresas a certificar sus productos para acreditar el cumplimiento de prácticas social y medioambientalmente responsables.

Todo eso es cierto, piensan, pero una cosa es certificar prácticas de producción responsables y otra, muy diferente, pedir a los pequeños comerciantes que peguen en sus escaparates junto al anuncio de las rebajas o el logo de TripAdvisor otro en el que digan que no van a pagar a la mafia.

Todos eran conscientes de que la "certificación antimafia" era un paso muy arriesgado, no sólo por las posibles represalias a las que se enfrentarían los pequeños comerciantes por parte de la mafia, sino por las consecuencias que esa medida podía producir en el resto de los empresarios que no la apoyasen. Una iniciativa de esta naturaleza se convertiría en **un certificado de buena conducta que irremediablemente terminaría dividiendo a los comerciantes en buenos y malos.** ¿Tenía sentido provocar una fractura de este tipo en la ciudad?

Nadie era ajeno al impacto que la certificación podía provocar, pero ¿acaso Libero Grassi no fue consciente de la reacción adversa que su comportamiento podía desencadenar en los mafiosos y entre sus conciudadanos? ¿No se trata, precisamente, de forzar públicamente a tomar una postura? ¿Está justificado ser neutral y equidistante ante determinadas situaciones?

---