

COMUNICARE LA TRANSIZIONE ECOLOGICA, LA SFIDA DI OGGI

LA TRANSIZIONE ECOLOGICA RICHIEDE CONOSCENZE PIÙ DIFFUSE SUI PROBLEMI E SULLE POSSIBILI SOLUZIONI, MANTENENDO UN'APERTURA ALLE NOVITÀ E LA DISPONIBILITÀ ALLA LORO SPERIMENTAZIONE. QUESTO È UN CAMBIAMENTO DI PARADIGMA IN CUI LA COMUNICAZIONE PUBBLICA, CON L'AUTO DELLA COMUNITÀ SCIENTIFICA, PUÒ AVERE UN RUOLO CENTRALE.



È un telegiornale di fine luglio, qualche giorno dopo la tragedia della Marmolada. L'inviata è sul monte Rosa, mi pare, e un glaciologo mostra il fronte del ghiacciaio che si sta sciogliendo. La telecamera stringe sulle gocce che cadono giù, e l'esperto ci invita a guardarle, chiamandole "le lacrime del ghiacciaio". E a noi, a casa, si stringe il cuore. Un breve passaggio in studio e siamo a Ischia, dove un altro inviato illustra con voce trionfante il tutto esaurito sull'isola. Dietro di lui vediamo barche di ogni dimensione solcare le onde indorate dai raggi del sole. Ecco, quel passare dal ghiacciaio agonizzante al carosello di motoscafi, senza notare la vera connessione fra le due cose, ci può aiutare a mettere a fuoco un problema comunicativo che rende più difficile la transizione ecologica.

No, non voglio dire che la soluzione sia starcene tutti a casa per risparmiare energia. Non sono di quelli che vorrebbero tornare indietro. Le vacanze – così come quasi tutta la base materiale della nostra vita – sono un dono meraviglioso dell'economia moderna, resa possibile dalle macchine e dall'energia. Non solo. La crescita economica è anche saldamente associata alla crescita dell'istruzione, della salute,

dell'uguaglianza, del progresso civile, della democrazia e della tolleranza. La decrescita non è mai felice. E allora? Fare la transizione ecologica vuol dire guadagnarci le vacanze – e farle fare anche a quella parte del mondo che ancora non se le può permettere – a un prezzo decisamente più basso per l'ambiente. E poi continuare ad abbassarlo ancora, continuando allo stesso tempo a far crescere l'economia. E la stessa cosa è vera per tutto quello che ci serve: procurarci da mangiare, metterci un tetto sulla testa, riscaldarci, rinfrescarci, fabbricare quello di cui abbiamo bisogno, muoverci. Peraltro siamo già sulla buona strada. A partire dagli anni intorno al passaggio di millennio, le economie più avanzate usano sempre meno energia e materie prime, e inquinano sempre meno: il disaccoppiamento fra crescita economica e impatto ambientale sta già avvenendo. Basta ad esempio guardare, per l'Italia, i trend storici analizzati da Ispra.

Oggi però l'urgenza della transizione ecologica ci chiede di fare di più e più in fretta. Il nocciolo della questione – e il messaggio che nella comunicazione quasi sempre manca – è che fare la transizione ecologica vuol dire soprattutto cambiare le tecnologie. Cambiare alcuni

comportamenti può essere senz'altro importante, ma più di tanto non ci può dare, proprio perché (come quello delle vacanze) i bisogni in realtà aumentano, o perlomeno non diminuiscono.

Le nuove tecnologie che ci servono sono quelle che ci consentono di fare di più con meno – meno energia e meno materie prime – o che producono meno effetti indesiderati. Qualcuna esiste già (energie rinnovabili, biotecnologie), altre si stanno affacciando (nucleare di quarta generazione, carne coltivata), altre dobbiamo ancora inventarle. Per procurarcele dovremmo fare come con i vaccini contro il Covid: uno sforzo eccezionale di ricerca, sviluppo industriale, collaborazione istituzionale, accettazione pubblica. Quest'ultima è cruciale, perché senza il consenso dei cittadini non ci sono investimenti in ricerca e sviluppo, né collaborazione istituzionale, tantomeno adozione delle nuove tecnologie.

Il problema chiave della comunicazione della transizione ecologica insomma è che il tema del cambiamento delle tecnologie non è stato ancora messo a fuoco. Come non è stato messo a fuoco il contesto culturale in cui questo può avvenire. La transizione ecologica richiede infatti

conoscenze più diffuse sui problemi e sulle possibili soluzioni, ma soprattutto apertura alle novità e disponibilità a sperimentarle.

Da dove nasce questo problema? Salvo rare eccezioni, chiunque oggi la faccia, la comunicazione sulla transizione ecologica si ispira all'unica comunicazione ambientale efficace che abbiamo visto da cinquant'anni a questa parte: quella ambientalista.

È questa la comunicazione che poi quasi tutti, dalla politica al marketing, hanno imparato a replicare o scimmiettare, magari senza neppure accorgersene: retorica, linguaggio e "catechismo" sono gli stessi.

Che comunicazione è questa? È una comunicazione di protesta, che per sua natura si preoccupa soprattutto di lanciare allarmi più che di offrire soluzioni, e quando lo fa, sono sempre quelle canoniche.

È una comunicazione nata in un periodo storico – gli anni Settanta – molto critico verso le tecnoscienze, e che per questo conserva molte ambiguità nei loro confronti: ascolta la scienza quando questa conferma le sue posizioni, ma la ignora quando contraddice un'ortodossia sempre meno al passo coi tempi. La dinamica dei media e dei social media, naturalmente, amplifica tutto questo, lo semplifica, non di rado lo distorce pure. Solo così si spiegano, nell'opinione pubblica, da una parte il pessimismo "cosmico" sull'ambiente, che alimenta un senso di impotenza (o al suo opposto la

negazione del problema), dall'altra il suo *pendant*, l'utopia verde dietro l'angolo "se solo lo volessimo", che introduce nel sapere e nel sentire comune – e qualche volta anche nelle politiche – delle distorsioni della realtà che alla lunga rischiano di fare più male che bene.

Non vorrei essere frainteso: la comunicazione di matrice ambientalista ha e avrà sempre un ruolo cruciale, che è proprio quello di lanciare allarmi, mantenere viva l'attenzione dell'opinione pubblica, incalzare la politica e le imprese. Ma non dovrebbe essere la sola. Abbiamo bisogno anche della voce degli scienziati, delle imprese che innovano, ma anche – forse soprattutto – delle istituzioni pubbliche.

Con l'aiuto della comunità scientifica, le istituzioni possono spiegare la natura dei problemi ambientali, la complessità delle soluzioni, le reali dimensioni dei rischi legati sia ai primi sia alle seconde. Possono diventare le fonti o i garanti di un'informazione di cui i cittadini si possano fidare. Possono gestire l'inevitabile conflittualità che circonda molte questioni ambientali, rendendole più leggibili agli occhi dei cittadini. Possono raccontare quello che fanno, e che hanno già fatto in passato in termini di normative e controlli, conquistando o rinsaldando la fiducia dei cittadini. In altre parole, le istituzioni possono diventare un punto di riferimento autorevole, in grado di ascoltare la società e di orientarne le scelte anche su temi non facili.

Perché non è avvenuto finora, o non in misura sufficiente? Per mancanza di incentivi, paura di sbagliare, mancanza di professionalità adeguate, ma anche (forse soprattutto) per la sua scarsa autonomia dalla politica. O se vogliamo, per la riluttanza della politica ad assumersi il compito di ricomporre gli interessi in gioco quando l'innovazione rimescola le carte, perché al fondo della resistenza all'innovazione c'è sempre chi oggi guadagna dallo *status quo*.

A quale comunicazione diversa guardare, per ripartire? Probabilmente a quella della comunicazione della scienza, cercando di prenderne la concretezza, la chiarezza, l'apertura alle novità, l'atteggiamento critico e il rispetto dei fatti accertati. In qualsiasi direzione ci portino. Come ci ha insegnato Piero Angela.

Quella che abbiamo conosciuto fino a oggi, di matrice ambientalista, potremmo chiamarla una comunicazione "rivoluzionaria": buona per mobilitare le coscienze e la politica, meno buona per identificare e fare accettare le soluzioni. La comunicazione delle istituzioni dovrebbe invece essere "riformista": forse un po' meno sexy, ma più costruttiva, aperta alle novità e credibile. Insieme, la comunicazione ambientalista e quella istituzionale potranno rendere la transizione ecologica più rapida. Ne abbiamo davvero bisogno.

Giovanni Carrada

Comunicatore della scienza

