

PER UNA COMUNICAZIONE DI SUCCESSO SUL CLIMA

EMPATIA, POSITIVITÀ E CHIAREZZA DEVONO ESSERE LE PAROLE CHIAVE NEL RACCONTARE LA REALTÀ DEL CAMBIAMENTO CLIMATICO E ORIENTARE UNA TRASFORMAZIONE DEL SISTEMA ECONOMICO ED ENERGETICO IN CHIAVE SOSTENIBILE. LA CONSAPEVOLEZZA È AUMENTATA, ORA OCCORRE AIUTARE L'OPINIONE PUBBLICA A RICONOSCERE ANCHE LE OPPORTUNITÀ.

Dal 28 settembre 2021, per tre giorni centinaia di giovani in rappresentanza di quasi tutti i Paesi del mondo si sono radunati a Milano per la conferenza Youth4Climate, uno degli eventi concepiti in preparazione della ventiseiesima conferenza delle Nazioni unite sul clima (COP26). Personalmente ero lì per dare un contributo a una delle sessioni parallele, così ho potuto assistere alla plenaria iniziale. Durante quest'ultima ha preso la parola Vanessa Nakate, un'attivista ugandese di primissimo piano. Nakate ha parlato degli effetti dei cambiamenti climatici nel suo Paese, di come essi siano particolarmente devastanti nelle nazioni meno benestanti e in particolare in Africa, dove un impatto particolarmente forte si somma alle difficoltà economiche che limitano le misure di mitigazione. Ha parlato della vita stravolta di donne, uomini e bambini. La platea, composta da persone sensibili ai cambiamenti climatici e spesso provenienti da Paesi fragili, era profondamente scossa.

Dopo Vanessa Nakate ha preso la parola Greta Thunberg e immediatamente ha rivolto questa domanda: "Cosa vi viene in mente quando si parla di cambiamenti climatici?". Nessuno aveva ancora avuto il tempo di riprendersi dall'impatto emotivo della narrazione precedente e negli occhi di tutti sono immediatamente tornate le immagini tragiche evocate poco prima. Ma Greta Thunberg ha ripreso "io penso a posti di lavoro", spiegando poi le grandi opportunità economiche implicate dalla necessità di cambiare stili di vita e abitudini. Questi minuti sono stati scarsamente ripresi dalla stampa, eppure a me paiono racchiudere il cuore di una comunicazione di successo sul clima. Proviamo a capire perché.

Andare oltre la paura

Per anni, nella comunicazione dei cambiamenti climatici si sono fatti molti sforzi per convincere il pubblico

dell'esistenza del problema. Ora è molto meno necessario perché, purtroppo, gli effetti dell'aumento delle temperature medie sono diventati talmente evidenti da venire percepiti da tutti. Nel 2021 da una ricerca condotta dall'Università di Yale è risultato che il 72% dei cittadini americani ritiene che cambiamenti climatici stiano effettivamente avvenendo, il 14% lo nega e un altro 14% è incerto. Se questo è vero negli Stati Uniti, dove il dibattito sul clima è fortemente influenzato da divisioni politiche che portano molti a rifiutare le evidenze, possiamo pensare che da noi la consapevolezza del riscaldamento in atto non sia certo inferiore. Nel corso della medesima indagine poi, il 71% degli intervistati si detto certo che i cambiamenti climatici creeranno danno alle future generazioni, oltre che a piante e animali, e il 77% era pienamente d'accordo sulla necessità di finanziare la ricerca sulle energie rinnovabili (ed effettivamente proprio nell'estate del 2022 l'amministrazione



FOTO: WWW.MTE.GOV.IT

Biden ha deciso un ampio stanziamento di fondi a questo scopo). Mettendo insieme questi e altri dati emerge l'immagine di una popolazione nella maggioranza consapevole del problema del clima, e anche spaventata. Una popolazione che ha bisogno di essere informata, sia per prepararsi al futuro sia per essere in grado di fare la propria parte in società democratiche, che richiedono ai cittadini di esprimersi sulle scelte cruciali per il futuro dei rispettivi Paesi e della collettività. Con queste premesse raccontare le emergenze ambientali dovrebbe essere semplice, invece raramente l'informazione su questi temi trova ampio eco. Di certo non aiuta presentare i cambiamenti climatici come una calamità che l'impegno individuale può far poco per evitare. Di fronte a una prospettiva del genere, la stessa paura spinge le persone a distogliere lo sguardo dal problema.

Grandi rischi, grandi potenzialità

Credo invece che la comunicazione sul clima debba basarsi su tre punti: empatia, positività e chiarezza. L'empatia è quella sollevata durante Youth4Climate da Vanessa Nakate: mette in luce le conseguenze profonde dei cambiamenti climatici sugli esseri umani e le tragedie che spesso hanno un ruolo importante nello spingere molte persone ad abbandonare il luogo dove sono nate. Credo che non ci sia bisogno di spiegare perché questo è qualcosa sulla quale non possiamo evitare di riflettere.

Il secondo punto, la positività, è quello ripreso nella medesima occasione da Greta Thunberg: mantenere i cambiamenti climatici entro limiti sopportabili rappresenta anche una grande opportunità di sviluppo. Del resto, come accennavo, nell'agosto del 2022 negli Stati Uniti è passata una legge che prevede una spesa di 375 miliardi di dollari nei prossimi dieci anni per sviluppare strategie e tecnologie volte a contrastare i cambiamenti climatici e questa decisione ha già attirato interesse e fondi da diverse industrie private. In futuro, chi avrà a disposizione



FOTO: UNICEF - DAYLIN PAUL

2

tecnologie utili a rendere la nostra esistenza più sostenibile possiederà una risorsa dall'enorme valore, e questo è ormai qualcosa che ha un peso anche nelle decisioni politiche: dobbiamo sottolinearlo. Quello che ci aspetta, e che dobbiamo presentare, non è dunque un futuro di privazioni ma un futuro migliore: raggiungerlo ci costerà ovviamente grandi sacrifici, perché si tratta di cambiare dalle basi il nostro sistema energetico, le competenze e il sistema economico a esso legate, ma siamo in una sorta di "buca di potenziale": se riusciremo a compiere lo sforzo per uscirne, ci si apriranno grandi possibilità. L'altro punto a mio avviso da sottolineare è che dobbiamo presentare la possibilità di ridefinire ciò che intendiamo per "benessere": oggi è ancora qualcosa di molto collegato al possedere oggetti, in futuro dovrebbe acquistare valore la possibilità di usufruire di beni che vanno dall'aria di buona qualità al tempo all'aperto. La qualità della vita che ne potrebbe derivare sarebbe molto probabilmente superiore a quella a cui possiamo aspirare oggi. Come qualcuno ha detto, dobbiamo presentare la possibilità di essere fruitori, invece che consumatori (e questo significa probabilmente pensare a investire più per beni collettivi che per beni individuali).

Il terzo punto cruciale è a mio avviso la chiarezza. Sempre dall'indagine di Yale, è emerso che solo il 57% degli intervistati statunitensi ritiene che la maggioranza degli scienziati creda nel riscaldamento globale, mentre il 23% pensa che non sia così e il 20% è incerto. Qui penso che vada comunicato cosa sia il consenso



FOTO: STEFAN WÜLLER - CC BY 2.0

3

nella comunità scientifica. Occorre sempre ricordare al pubblico che ciò che conta nella scienza è l'opinione condivisa dalla maggioranza dei ricercatori esperti su un certo tema, e come questa opinione condivisa sia basata su un complesso e affidabile sistema di prove e verifiche. Quindi persino uno scienziato molto celebre, se si esprime contro il parere condiviso senza essere in grado di portare prove sperimentali delle proprie ipotesi, in quella particolare circostanza non può essere considerato una voce autorevole. Al contrario, la convinzione spesso ripetuta che non ci sia accordo fra esperti sui cambiamenti climatici e sul come affrontarli è qualcosa di profondamente pernicioso.

Empatia, positività e chiarezza sono a mio avviso tre chiavi per comunicazione con ogni tipo di pubblico, ma le modalità di comunicazione devono essere modulate in base a chi ci si rivolge. In tutti i casi, è molto importante che ci siano modelli positivi: persone nelle quali i diversi tipi di pubblico si riconoscono, e che possono individuare come compagni di strada in un cammino che prevede cambiamenti importanti anche nelle abitudini individuali, e lungo il quale è cruciale sapere di non essere soli. Perché ormai è chiaro: per mantenere sotto controllo il riscaldamento della Terra contano le azioni di tutti, ma da soli non si può avere un effetto tangibile.

Barbara Gallavotti

Giornalista e divulgatrice scientifica, biologa

- 1 Youth4Climate (Milano, 28-30 settembre 2021).
- 2 L'attivista ugandese Vanessa Nakate nominata ambasciatrice Unicef (New York, 15 settembre 2022).
- 3 Greta Thunberg parla allo sciopero per il clima davanti al Reichstag (Berlino, 24 settembre 2021).