

COME CI SI SENTE A PARLARE DI CAMBIAMENTI CLIMATICI

COMUNICARE I CAMBIAMENTI CLIMATICI SIGNIFICA CERCARE DI RENDERE SEMPLICE UN TEMA COMPLESSO. FARE LUCE SUI NOSTRI LIMITI, DI FRONTE A QUESTO COMPITO, CI SPINGE A INTERROGARCI SUL RAPPORTO TRA LINGUAGGIO SCIENTIFICO E DIVULGATIVO, SUL RUOLO DI CHI COMUNICA E SUL PERCHÉ COMUNICHiamo.

Comunicare è un po' come tradurre. Umberto Eco, che se ne è occupato, diceva che tradurre significa "dire quasi la stessa cosa". Quel "quasi" esprime l'impossibilità di rendere con esattezza una parola, un'espressione o un concetto, quando passiamo da una lingua a un'altra. Nella comunicazione scientifica succede qualcosa di molto simile, il passaggio dal linguaggio scientifico a quello divulgativo comporta inevitabilmente una rinuncia. E chi comunica si fa carico di questa perdita, che si riproduce e amplifica a ogni passaggio che porta un oggetto o un concetto a diventare un'informazione spiegata con le parole e recepita da chi le ascolta. Per questo la comunicazione, come la traduzione, è un processo che si fonda sul compromesso che, nel caso della comunicazione scientifica, e nello specifico di quella climatica, risiede tra il rigore e la chiarezza, o in altre parole, tra la completezza del messaggio e la sua fruibilità da parte di chi lo riceve. Prima di entrare nel merito di questa tensione, è necessario ricordare che la produzione di discorso pubblico sui cambiamenti climatici è molto ampia¹. Esistono ormai su questo tema numerose figure che rivestono il ruolo di mittenti (giornalisti, scrittori, *influencer*, scienziati, divulgatori), ciascuna con modi e strumenti molto diversi tra loro. In questo contributo², non inquadriremo queste figure in maniera precisa, ma porremo piuttosto l'attenzione su alcuni limiti che affronta, più o meno consapevolmente, chi comunica i cambiamenti climatici.

Abbiamo già discusso dei filtri personali di chi riceve il messaggio, che per la propria visione del mondo, i propri modelli culturali, le proprie esperienze, recepisce e interiorizza le informazioni in modo soggettivo³.

L'interazione di un messaggio con la sfera personale altrui produce, quindi, diverse reazioni, spesso difficili da prevedere. Ma anche chi comunica è influenzato dalla

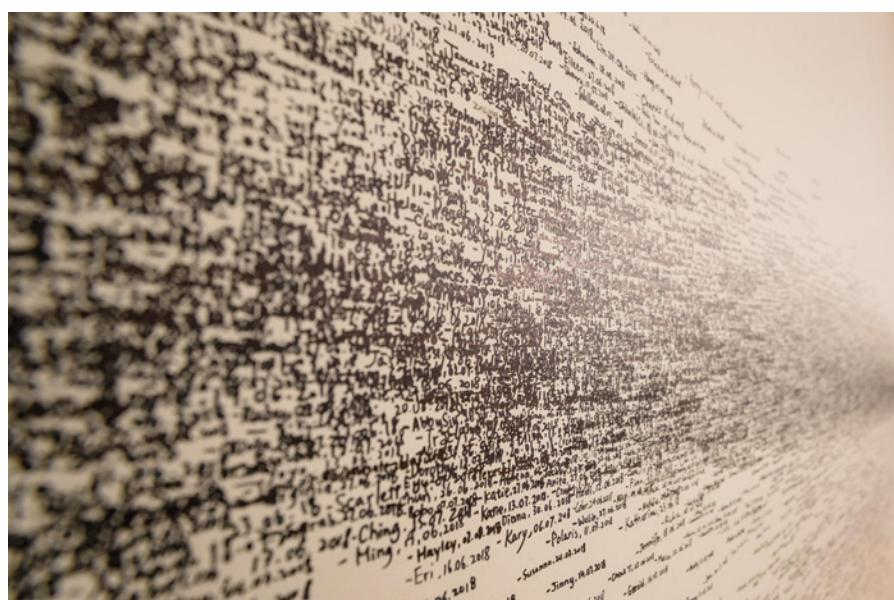


Foto: Pexels

propria sfera personale, e un messaggio non è mai neutro, ma sempre filtrato in partenza da chi lo crea. Anche in questo caso, entrano in gioco caratteristiche individuali, ambiente sociale, posizioni politiche e meccanismi psicologici che possono essere simili a quelli del destinatario, ma si aggiungono anche eventuali limitazioni o pressioni del proprio ambiente pubblico o di lavoro⁴. È molto difficile stabilire in che modo questi filtri influenzino la creazione del messaggio, ma è essenziale prendere atto della loro esistenza e del loro peso, perché questo ci permette di ridurre la distanza, solo apparente, tra chi parla e chi ascolta: le due figure, mittente e destinatario, non si trovano (solo) ai due estremi opposti del processo comunicativo, ma coincidono anche, nel fare entrambe esperienza della stessa cosa, nell'essere entrambe immerse in quello che abbiamo già definito un "iper-oggetto"⁵ e nel non potere, né l'una né l'altra, ergersi al di sopra, guardarla da fuori, e quindi averne totale consapevolezza. Tornando al compromesso iniziale ci accorgiamo dell'estrema difficoltà del compito di chi comunica, che condivide gli stessi

limiti di chi ascolta, ma da una posizione diversa, potremmo dire, di responsabilità. Questo aspetto pone ai mittenti una serie di interrogativi, che potremmo racchiudere in un'unica, esemplificativa, domanda: alla luce di tutti questi limiti, come facciamo a comunicare un messaggio complesso come quello dei cambiamenti climatici⁶, e qual è, alla fine, il nostro obiettivo?

Parlare di cambiamenti climatici non significa solo cercare di spiegare la complessità del fenomeno, caratterizzato da interazioni tra diversi elementi (biologici, chimici, fisici, socio-economici), ma anche di come quel fenomeno si intreccia, con altrettanta, se non maggiore, complessità, con la storia umana, la nostra cultura, le nostre abitudini, il nostro modo di pensare il mondo e di vivere⁷.

Per gestire questa complessità, chi comunica ha a disposizione, principalmente, il linguaggio. Trattandosi di uno strumento a sua volta umano e limitato, sappiamo che le nostre parole non possono descrivere qualcosa che non siamo in grado nemmeno del tutto di concepire⁸ e non possiamo credere che le

nostre scelte linguistiche possano incidere così profondamente sulla percezione di chi ci ascolta, guidarne le reazioni e allinearle a un unico, desiderato, sentire. In altre parole, è difficile credere che il taglio che diamo al nostro messaggio possa essere più determinante di tutto il portato emotivo che caratterizza ogni persona. A un certo punto di *Madame Bovary*, Flaubert dice: «Nessuno, mai, riesce a dare l'esatta misura di ciò che pensa, di ciò che soffre, della necessità che lo incalza, e la parola umana è spesso come un pentolino di latta su cui andiamo battendo melodie da far ballare gli orsi mentre vorremmo intenerire le stelle».

Questa consapevolezza potrebbe restituirci un grande senso di impotenza. Invece, riconoscere i limiti della natura umana e dei suoi strumenti, come in questo caso il linguaggio, piuttosto che inchiodarci, ci solleva, perché ci permette di spogliarci di un senso di responsabilità che altrimenti sarebbe eccessivo e sproporzionato. Questo ci porta a rivedere i compiti che comunemente associamo alla comunicazione dei cambiamenti climatici: spiegare la complessità, educare, sensibilizzare, allineare, convincere, mobilitare, risolvere.

Sgravati da questa pesantezza, potremmo allora tentare un approccio diverso alla comunicazione climatica, che indagini e parli di tutto ciò che qualcosa di così grande come i cambiamenti climatici muove in ognuno di noi, senza nascondere il senso di smarrimento e impotenza che anche chi conosce meglio l'argomento prova⁹, tentando di

rendere accettabile questa complessità, riconoscendo e non sotterrando gli innumerevoli e diversi possibili sintomi che tutto questo ci provoca. Paura, rabbia, rifiuto, negazionismo, complottismo, ansia, depressione sono solo diversi modi di esprimere e affrontare un disagio comune. Questo potrebbe essere un obiettivo di chi comunica: rendere i dubbi, la fragilità, l'impotenza non il luogo della polarizzazione tra le opinioni e i valori, ma uno spazio per riconoscerli e indagarli più a fondo.

Ecco perché alla fine di questa raccolta di riflessioni sulla comunicazione dei cambiamenti climatici, non ci vengono in mente particolari strategie da proporre a chi se ne occupa. Non è per questo che ci è sembrato importante tentare di scendere nella profondità degli aspetti che abbiamo trattato. Ci sembra, infatti, che l'approfondimento della componente umana in tutto il discorso sui cambiamenti climatici non dovrebbe essere uno strumento per rendere più efficace quel discorso, ma, piuttosto, una parte integrante del discorso stesso. Questo è l'approccio che ha guidato la nostra raccolta di riflessioni sulla comunicazione dei cambiamenti climatici. Per questo l'abbiamo conclusa tentando di esprimere come ci sentiamo noi, a parlare di cambiamenti climatici, condividendo quella parte del processo comunicativo, più intima e personale, che solitamente rimane nascosta.

Alice Vecchi, Gabriele Antolini

Arpae Emilia-Romagna

NOTE

¹ Cappi V., 2023, *Immaginare l'altrove nell'epoca dell'Antropocene. Media, confini e cambiamenti climatici*, FrancoAngeli, p. 121.

² Ultimo di una raccolta di quattro contributi sulla comunicazione dei cambiamenti climatici. I primi tre articoli sono pubblicati in *Ecoscienza* 1/2025, 2/2025, 3/2025.

³ Vecchi A., Antolini G., «Percepire e pensare la crisi climatica», in *Ecoscienza*, 2/2025, pp. 40-41.

⁴ Wu M. et al., 2022, «Evolution of the knowledge mapping of climate change communication research: basic status, research hotspots, and prospects», *International journal of environmental research and public health*, 19(18):11305.

⁵ Secondo il filosofo britannico Timothy Morton, il riscaldamento globale è l'«iper-oggetto» per eccellenza», definito, tra le altre cose, dalla viscosità: una condizione in cui siamo immersi ma di cui è impossibile vedere i confini.

⁶ Vecchi A., Antolini G., «Che cosa vuol dire parlare di cambiamenti climatici», in *Ecoscienza*, 3/2025, pp. 56-57.

⁷ <https://climatecommunication.yale.edu/about/what-is-climate-change-communication/>

⁸ Jamieson D., 2014, *Il tramonto della ragione. L'uomo e la sfida del clima*, Oxford University Press, Oxford, pp. 198-200.

⁹ Schipper E. et al., «Scientists have emotional responses to climate change too», *Nature Climate Change*, 14, 2024.



FOTO: PEXELS