

I LIVELLI DI CO₂ CONTINUANO A CRESCERE. EPPURE I GOVERNI NON INTERVENGONO. **George Marshall**, ATTIVISTA ED ESPERTO DI COMUNICAZIONE, SPIEGA PERCHÉ. E SUGGERISCE DI PRENDERE ESEMPIO DALLE RELIGIONI

Perché il **clima** impazzito non ci fa paura?

di **Alex Saragosa**

Lo scorso 21 settembre 650 mila persone sono scese in strada nel mondo per spingere la politica ad agire contro il cambiamento climatico. La metà di queste erano a New York, dove l'Onu aveva convocato i capi di Stato per discutere del problema. Di governanti, però, al Palazzo di Vetro se ne sono presentati pochi, e la conclusione è stata essenzialmente quella di rimandare tutto alla conferenza dell'Ipcc di Parigi a dicembre 2015. E questa, si teme, prenderà misure che non entreranno in vigore prima del 2020.

La politica del «rimando», che va avanti dal 1992, sta sortendo i suoi effetti: i livelli di CO₂ nel 2013 sono cresciuti di oltre 2,9 parti per milione, l'aumento maggiore dal 1984, portandoci ad appena 54 punti dal limite delle 450 parti per milione di CO₂ in aria, che per molti scienziati è la soglia da non superare. Si teme che questo aumento derivi anche dal fatto che gli oceani, ormai saturi, non riescono più ad assorbire tanta CO₂ come prima. Il risultato di questa crescita di gas serra in aria è che da aprile ogni mese del 2014, tranne luglio, è stato il più caldo mai registrato prima nel mondo e fenomeni estremi, come il tifone Haiyan - che nel 2013 ha colpito le Filippine con una forza mai vista provocando settemila morti e distruggendo 600 mila abitazioni - l'estrema siccità in California, e anche le nostrane bombe d'acqua, stanno diventando sempre più comuni.

Di fronte a questo pericolo globale, ci si aspetterebbe che il **clima** fosse un tema centrale in ogni discussione pubblica. Invece, passato il 21 settembre, media e politica l'hanno rapidamente dimenticato, presi da temi apparentemente più importanti. È come se un muro di gomma comunicativo impedisse a migliaia di scienziati, attivisti e giornalisti informati sulla situazione climatica di far percepire all'opinione pubblica l'urgenza di intervenire.

Un libro appena uscito negli Usa, *Don't*

Even Think About It (Non pensateci nemmeno, Bloomsbury, dollari 20, pp. 272), scritto da George Marshall, fondatore del Climate Outreach & Information Network, indaga sui meccanismi psicologici e sociali che rendono così difficile comunicare sull'emergenza **clima**. «La prima ragione» dice Marshall «è il "pregiudizio cognitivo" che la nostra mente usa per decidere a cosa prestare attenzione. Questo fa sì che reagiamo prontamente a minacce note e vicine a noi, mentre più il rischio diventa lontano nel tempo e nello spazio, più abbiamo problemi ad allarmarci sul serio. Insomma la nostra mente si è evoluta per reagire subito alla vista di un serpente, non a complesse previsioni probabilistiche riguardanti i prossimi decenni. C'è poi un "pregiudizio ottimistico", per cui ci sembra sempre di essere meno a rischio di altri, e anche se diciamo di essere preoccupati per il cambiamento climatico, dentro di noi crediamo che a soffrirne saranno solo lontani, esotici sconosciuti».

Lo psicologo israeliano Daniel Kahneman, premio Nobel per l'Economia, dando una veste scientifica al «Meglio un uovo oggi, che una gallina domani», sostiene che valutiamo molto di più ciò che già possediamo e potremmo perdere rispetto a quello che potremmo guadagnare in futuro, soprattutto se il guadagno è incerto e lontano. Questa *loss aversion*, o avversione alla perdita, si rivela però una trappola nel caso del **clima**. Conferma Marshall: «Nel 2006, l'economista inglese Nicholas Stern presentò il suo rapporto sui vantaggi economici che avrebbe bloccare il cambiamento climatico, sottolineando che ci costerebbe ora 2 punti di Pil mondiale, ma ne farebbe guadagnare 5 entro fine secolo. A Stern questo sembrava l'argomento decisivo per spingere i governi a intervenire, ma la *loss aversion* fa sì che quell'annuncio di

perdite immediate di Pil blocchi l'azione politica molto di più di quanto la stimolino i possibili guadagni delle future generazioni».

A peggiorare ulteriormente le cose c'è il fatto che il *climate change*, da tema scientifico, sia presto diventato motivo di disputa ideologica. «Di fatto sono nate due comunità contrapposte, che lo usano per creare "narrazioni" speculari: una attacca conservatori e multinazionali sostenendo che nascondono il cambiamento climatico per ottusità e profitto, l'altra accusa progressisti e ambientalisti di averlo inventato per portare avanti un'agenda politica antiliberista e anticapitalistica» dice Marshall. E purtroppo il linguaggio degli attivisti, oscillando fra il colpevolizzante e il catastrofista, spaventa gli indecisi: questi, sentendosi biasimati per comportamenti normali, come mangiare carne o guidare un'auto, e di fronte all'enormità dei problemi, finiscono per rifugiarsi nella negazione o nell'indifferenza.

«Oggi la scienza è certa del pericolo rappresentato dal cambiamento climatico, e la disputa ideologica dovrebbe quindi finire. Purtroppo però, una volta che si è creata un'ideologia, difficilmente nuovi dati e informazioni riescono a cambiarla, perché abbiamo una tendenza a prestare attenzione solo ai fatti che confermano il nostro punto di vista. Un esempio di questo atteggiamento fu la dichiarazione del vicepresidente di George Bush Dick Cheney: "Si deve intervenire sulle minacce terroristi-

che, anche se sono certe solo all'1 per cento". Una dichiarazione fatta mentre avvertiva ogni politica sul cambiamento climatico, perché "troppo incerto"».

Neppure gli effetti evidenti del progressivo mutare del **clima** basteranno forse a far cambiare idea agli scettici: Marshall sostiene che è perché ci sembrano più rilevanti le informazioni vicine a noi nel tempo. «Così, per esempio, il caldo asfissiante di questa estate non lo confrontiamo con quello più moderato di decenni fa, ma con quello quasi altrettanto estremo dell'anno scorso, diven-

Non basta spaventare: si dovrebbe riunire la gente intorno a un progetto comune

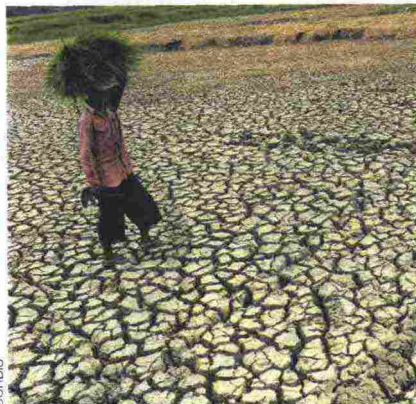
tato la "nuova normalità".

Ma non tutto è perduto. «Certo sono tematiche paurose, che mettono in discussione il nostro modo di vivere, per cui tendiamo a rifiutarle, spinti anche dai potenti interessi che cercano di minimizzare il problema» dice il glaciologo Luca Mercalli. «Ma anche altri argomenti si sono fatti strada lentamente nella coscienza collettiva, pensiamo per esempio ai diritti dei gay. E io trovo che in realtà la gente sia già più interessata a questi temi di quanto pensino politica e media».

«Il cambiamento climatico è particolarmente difficile da comunicare in Italia» sostiene Mario Salomone, professore di sociologia ambientale all'Università di Bergamo e direttore della rivista *eco*, «anche perché siamo piuttosto ignoranti in fatto di scienza. Ma si potrebbe migliorare, sia puntando sull'informazione nelle scuole sia usando mezzi inusuali, come soap opera o cartoni animati, per trasmettere messaggi sui comportamenti».

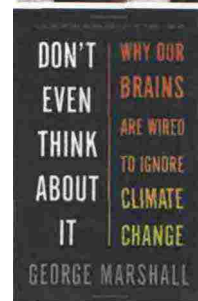
Anche George Marshall, ha la sua ricetta: «Non bisogna limitarsi a terrorizzare, ma mostrare come questo problema abbia già soluzioni pratiche convenienti, che offrono anche occasioni per riunire le comunità intorno a un obiettivo comune, come quei villaggi tedeschi o danesi che acquistano collettivamente impianti solari ed eolici. E infine occorre trovare le parole giuste per coinvolgere anche i conservatori, finora tenuti a distanza dalla narrazione "schierata" fatta da ambientalisti e progressisti. Forse dovremmo imparare qualcosa dalle religioni, che impongono rinunce ai credenti, in vista di un lontano e incerto premio, facendoli però sentire coesi e felici del sacrificio».

Alex Saragosa



COORBIS

Java, 27 settembre 2014: le piantagioni di riso sono colpite da una **siccità** ancora più grave e lunga di quella dell'anno passato



Sopra, **George Marshall** e la copertina del suo libro **Don't Even Think About It**, saggio sulla difficoltà di comunicare efficacemente i rischi del riscaldamento globale. In alto, la marcia per il **clima** il 21 settembre a New York



COORBIS

