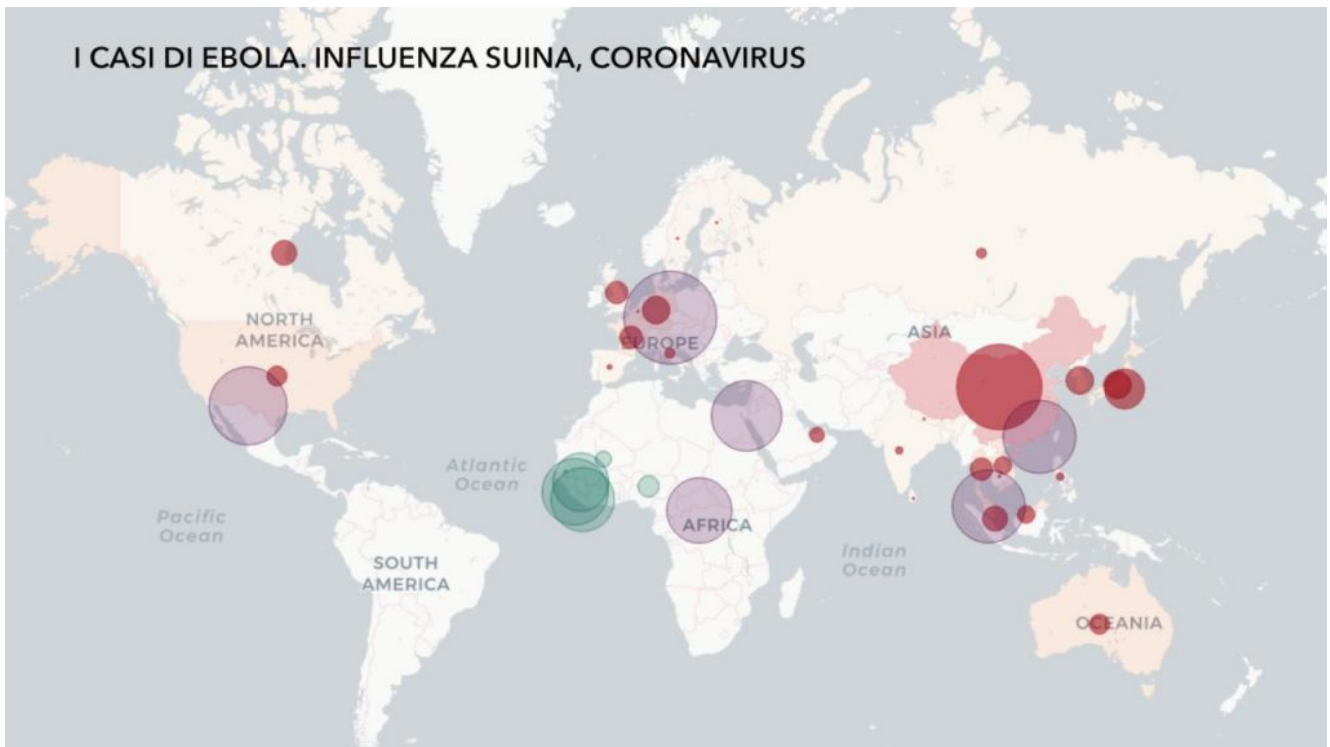


Il coronavirus terrorizza, il clima no: come nasce la percezione del rischio



Analisi delle dinamiche con cui si innesca una mobilitazione globale

Con le prime vittime italiane del coronavirus e i casi di contagio anche nel nostro Paese è scoppiata la fobia. Cittadine isolate, scuole chiuse, eventi annullati, protocolli d'emergenza. A livello globale la comunità medico-scientifica lavora per trovare una cura, il Fondo monetario ha rivisto al ribasso le stime di crescita, sono spuntate mascherine ovunque ed è partita una mobilitazione che ha pochi precedenti nella storia. Tutto questo in poco più di un mese e a fronte di un bilancio che, mentre scriviamo, è arrivato a 2461 morti. Secondo il Climate Index Risk negli ultimi 20 anni i fenomeni meteorologici estremi aggravati dal cambiamento climatico hanno causato 500 mila vittime nel mondo. L'Oms stima che tra il 2030 e il 2050 la crisi del pianeta ne provocherà altre 250

mila ogni anno. Solo in Italia l'inquinamento dell'aria è la causa di circa 80 mila decessi l'anno (Aea). E i ricercatori dell'Ipcc calcolano che entro il 2100 le perdite economiche dovute all'emergenza climatica oscilleranno tra gli 8,1 e i 15 trilioni di dollari. Lo scenario è apocalittico, ma oggi per scongiurare la catastrofe ambientale non c'è stata una reazione altrettanto forte. Perché?

«Per dare una risposta bisogna analizzare le dinamiche con cui avviene la costruzione sociale del rischio» spiega Giovanni Carrosio, sociologo dell'Ambiente presso l'università di Trieste. «Per comunicare efficacemente non basta utilizzare dati oggettivi o un approccio razionale, perché la percezione dei rischi è un fenomeno molto complesso che prende forma in base al vissuto e alle credenze delle persone». Questo porta a «sottovalutare o sovrastimare un evento e contemporaneamente innesca reazioni che non sono proporzionate al fenomeno». L'esempio classico è la nostra sensazione nel viaggiare in auto o in aereo. «Razionalmente tutti sappiamo che volare è più sicuro che guidare, ma tutti abbiamo più paura di prendere il volo che di sederci al volante».

I fattori scatenanti

Alla costruzione sociale del rischio concorrono tantissimi fattori, anche molto diversi tra loro. «La scienza e la fiducia che le persone ripongono in essa giocano un ruolo chiave, ma lo stesso fanno elementi simbolici, irrazionali». Proprio parlando di coronavirus abbiamo assistito a episodi di discriminazione nei confronti di cittadini cinesi solo su base razziale, un istinto che risulta più forte di studi scientifici o calcoli probabilistici. Per Marco Bagliani, docente di Cambiamento climatico, strumenti e politiche all'università di Torino, «il parallelismo tra coronavirus e crisi climatica chiama in causa la psicologia dei disastri». Particolare importanza assumono tempi, spazi e ricadute sociali. «L'epidemia del coronavirus si sviluppa su una scala temporale breve e rispetta i tempi tipici dell'attenzione,

mentre il cambiamento climatico varia su una scala temporale più lunga. Parlando di spazi, l'epidemia ha una sua collocazione: le città, gli ospedali, una nave in quarantena, mentre la crisi del nostro pianeta non si sviluppa per forza sotto i nostri occhi». Infine le ricadute sulla vita delle persone: «Mettersi in gioco per fermare il virus prevede un sacrificio a breve termine (limitare i viaggi, indossare le mascherine), provare a contrastare il cambiamento climatico invece significa rivedere gli stili di vita per sempre».

L'unico modo per rendere meno dolorosa questa svolta sarebbe cercare quella che Carrosio – citando Alexander Langer – definisce una «transizione socialmente desiderabile». E cioè «non una rinuncia totale, ma un cambiamento frammentato in piccoli traguardi che si portino dietro anche miglioramenti della vita e delle condizioni sociali». Questo approccio può fare la differenza. Ne è convinto anche Luca Iacoboni, responsabile Clima ed Energia di Greenpeace. «Quindici anni fa gli ambientalisti erano considerati tutti catastrofisti. Poi alcuni studi hanno svelato che è meglio comunicare speranza e far leva sui buoni propositi delle persone». Certo, una ricetta vincente per convincere e mobilitare le persone non esiste. «Forse il metodo migliore è arrivare a una sintesi: per indurre all'azione bisogna dire che c'è speranza e contemporaneamente essere determinati nel pretendere azioni concrete». Il mondo dell'attivismo sembra destinato a cambiare a partire da questi impulsi: «L'impegno delle persone sarà più intersecato a livello sociale, meno battaglie isolate e più obiettivi comuni a difesa delle fasce più deboli».