




2.3 La comunicazione sul cambiamento climatico

 <p>Sviluppo della lezione</p>	La lezione fornisce una guida per veicolare messaggi coerenti ed efficaci sul cambiamento climatico. Offre semplici suggerimenti e passi che possono essere seguiti per comunicare sui cambiamenti climatici.
 <p>Obiettivi</p>	L'obiettivo di questa lezione è informare e incoraggiare una comunicazione efficace sui cambiamenti climatici.
 <p>Risultati dell'apprendimento</p>	<p>Conoscenze:</p> <ul style="list-style-type: none">• Imparare delle pratiche per aumentare la consapevolezza sul cambiamento climatico attraverso la comunicazione.• Capire come attirare l'attenzione del pubblico <p>Competenze:</p> <ul style="list-style-type: none">• Dimostrare la capacità di creare messaggi chiari e forti.• Usare le informazioni fornite per incoraggiare un cambiamento dei comportamenti <p>Attitudini:</p> <ul style="list-style-type: none">• Trova la motivazione giusta per comunicare sul tema del cambiamento climatico

La comunicazione sul cambiamento climatico

Le arti e le industrie creative possono sensibilizzare le persone e motivarle a impegnarsi e a sostenere la lotta contro il cambiamento climatico. Per molti artisti, tuttavia, il tema del cambiamento climatico potrebbe essere difficile da comunicare. La comunicazione sul tema può essere realizzata in diversi modi. Un primo modo consiste nell'introdurre il pubblico a un argomento principale legato al clima, come le cause e le conseguenze del cambiamento climatico (ad esempio, naturali e sociali). Un secondo modo consiste nel proporre soluzioni al problema o nel discutere ciò che sia gli individui che le organizzazioni potrebbero fare per contrastare i cambiamenti climatici (per esempio, seguire i principi dell'economia circolare, integrare gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile nelle proprie attività, ecc.) Un terzo modo è chiamare all'azione, incoraggiando effettivamente il pubblico a diventare agente del cambiamento e ad assumersi le proprie responsabilità (Armstrong et al., 2018).

La comunicazione deve spingere a prendere posizione sul tema del cambiamento climatico, sottolineando in modo chiaro e forte che esiste e che è una minaccia molto seria. Trasmettere messaggi che includano informazioni e istruzioni concrete ed esplicite piuttosto che semplici concetti scientifici sembra essere il modo migliore per incoraggiare l'azione (Leal Filho et al., 2018). Per questo motivo è necessario porre l'accento sul tono della comunicazione, che deve essere educativo e informativo. Inoltre, la comunicazione può essere proattiva e aiutare il pubblico target a capire che, sebbene il problema sia

globale, gli effetti sono visibili a livello locale e riguardano ogni singolo individuo. Tuttavia, anche se un artista sa cosa vuole ottenere, per creare messaggi efficaci e trovare i canali più appropriati per coinvolgere il pubblico, deve essere in grado di identificarlo e comprenderlo.

Attirare l'attenzione del pubblico

Il cambiamento climatico è una questione urgente per il mondo, ma prima di immergersi negli sforzi di comunicazione sul cambiamento climatico è necessario considerare le esigenze del pubblico. Gli artisti non possono comunicare sempre tutto a tutti; pertanto, è importante capire le preferenze e le priorità dei diversi tipi di pubblico, data l'unicità dei loro contesti. Alcune categorie di segmentazione del pubblico includono persone che a) comprendono il tema del cambiamento climatico e/o si battono per contrastarlo, b) ignorano i drammatici cambiamenti climatici e rimangono inattivi, c) non hanno sufficiente conoscenza del cambiamento climatico e d) sono abbastanza giovani e il formato della comunicazione deve essere significativamente adattato alla loro capacità di percezione (Merloni et al., 2020). Pertanto, uno stile di comunicazione puramente scientifico potrebbe non essere adatto quando il destinatario del messaggio è il grande pubblico.

Alcuni semplici consigli per trasmettere un messaggio efficace sul cambiamento climatico sono:

- Usare immagini vivide sotto forma di metafore, racconti personali e analogie con il mondo reale.
- Preferire messaggi che creino, ricordino ed evidenzino esperienze personali rilevanti e suscitino una risposta emotiva.
- Evitare l'uso di gergo, termini scientifici complicati e acronimi quando si parla al grande pubblico.
- Definire termini di difficile comprensione per il pubblico.

Incoraggiare un cambiamento dei comportamenti

Le arti visive possono essere un elemento importante nella comunicazione sui cambiamenti climatici. Nei mass media, le immagini e le narrazioni sul cambiamento climatico si concentrano spesso su eventi estremi come la distruzione delle calotte glaciali, gli incendi, le tempeste e le inondazioni. Sebbene queste storie tendano a trasmettere informazioni sull'argomento, non determinano un incremento dell'impegno nella lotta al cambiamento climatico (O'Neill & Nicholson-Cole, 2009). Tuttavia, quando la comunicazione sottolinea anche visivamente come le attività quotidiane e le scelte di vita delle persone (ad esempio, il consumo di energia, le scelte di trasporto, il riciclaggio, ecc.) possono influenzare - positivamente o negativamente - il clima, questo può avere un impatto più significativo sui loro atteggiamenti e sulla loro motivazione. Inoltre, molte persone comprendono di poter ridurre l'impatto del cambiamento climatico quando gli viene presentato il problema in termini di ciò che possono guadagnare dall'azione e non di quel che perderanno a seguito dell'inazione (Armstrong et al., 2018).

Anche la narrazione di una mostra può essere suddivisa in diverse sezioni per costruire una comunicazione efficace sul cambiamento climatico (Leal Filho et al., 2018). Per esempio, la prima sezione potrebbe riguardare i concetti base del cambiamento climatico (ad esempio, gas serra, riscaldamento globale, ecc.). La seconda potrebbe esplorare i fattori responsabili del cambiamento climatico, concentrandosi principalmente sulle attività umane (per esempio, la combustione di petrolio, l'abbattimento delle foreste, ecc.). La terza potrebbe illustrare come le scelte individuali attenuino o peggiorino il cambiamento climatico (per esempio, l'uso di energie rinnovabili, lampadine a basso

consumo, ecc.). La quarta potrebbe affrontare gli impatti nocivi del cambiamento climatico che si possono già osservare a livello locale (per esempio, inondazioni, incendi, ecc.). La sezione finale potrebbe motivare gli spettatori ad agire e a diventare agenti del cambiamento (per esempio, facendoli riflettere su ciò che fanno personalmente e impegnandosi a fare di più).

Il seguente elenco presenta dieci passi che possono essere facilmente seguiti quando si comunica il cambiamento climatico (Leal Filho et al., 2018):

1. Considerare le aspettative del pubblico.
2. Parlare solo di ciò che si conosce.
3. Porre attenzione sul consenso scientifico.
4. Essere chiari sul tipo di rischio o minaccia a cui ci si riferisce.
5. Capitalizzare il potere delle arti visive.
6. Concentrarsi sul “quando” anziché sul “se”.
7. Cercare di comunicare attraverso le storie.
8. Non ambire né a sopraffare né a deprimere il pubblico.
9. Comprendere i fattori che determinano le opinioni delle persone.
10. Conversare, non litigare.

Metti alla prova le tue conoscenze con il seguente quiz

Q.1	L'unico modo per sensibilizzare l'opinione pubblica sul cambiamento climatico è fare riferimento alle sue cause e conseguenze.	Vero	Falso
Q.2	Quando si parla di cambiamento climatico, è meglio che il tono sia educativo e informativo.	Vero	Falso
Q.3	Tenere in considerazione le esigenze del pubblico non è importante quando si inizia un'attività di comunicazione sul cambiamento climatico.	Vero	Falso
Q.4	La comunicazione dovrebbe sottolineare come le attività quotidiane e le scelte di vita delle persone influiscano sui cambiamenti climatici.	Vero	Falso
Q.5	Un'attenzione particolare va riservata a ciò che le persone possono perdere a causa della loro inazione.	Vero	Falso

Risposte corrette

Vero: Q2, Q4

Falso: Q1, Q3, Q5

Attività di apprendimento






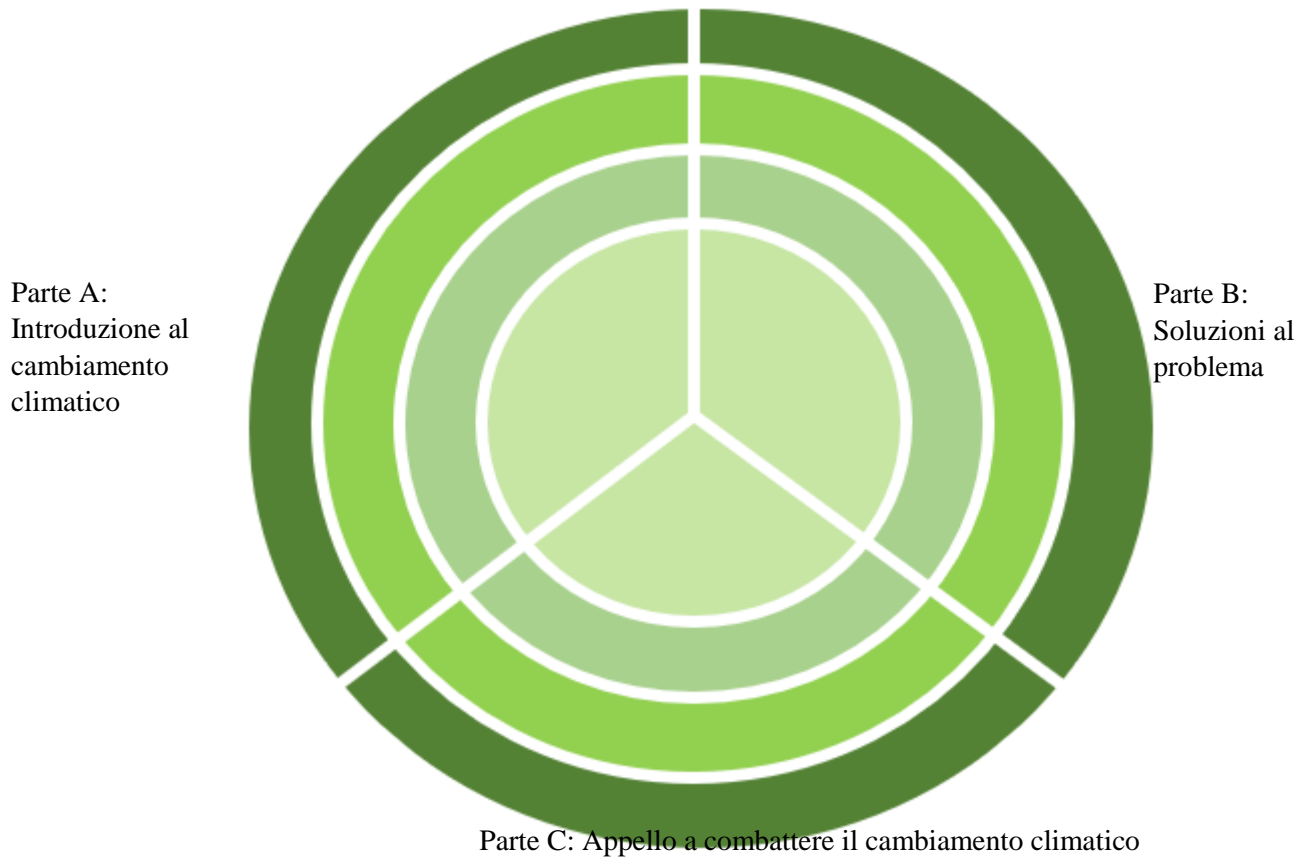
	Tipo di attività	<ol style="list-style-type: none">1. Definisci gli obiettivi di comunicazione sul cambiamento climatico con l'aiuto del seguente Objective Map Tool:<ol style="list-style-type: none">a) Disegna o stampa su un foglio di carta il diagramma “Objective Map Tool” (vedi sotto).b) Elenca in ciascuna delle tre parti del ciclo le modalità in cui puoi realizzare la comunicazione (per esempio, fornendo informazioni generali, soluzioni specifiche o invitando ad agire) e seleziona la tua modalità ideale.c) Identifica quale sia il tuo pubblico (per esempio, sostenitori del cambiamento climatico, cittadini inattivi, persone non informate o bambini) e abbinalo a un colore specifico nel cerchio.d) Ora che hai definito gli obiettivi di comunicazione, puoi creare il tuo messaggio seguendo i suggerimenti e i passaggi forniti in questa lezione. Chiediti:<ul style="list-style-type: none"><input checked="" type="checkbox"/> La strada che ho scelto è chiara?<input checked="" type="checkbox"/> Il mio messaggio si fa notare?<input checked="" type="checkbox"/> Il tono e lo stile sono accattivanti per il mio pubblico?<input checked="" type="checkbox"/> Le arti visive trasmettono il messaggio?
	Competenze collegate	<ul style="list-style-type: none">• Processo decisionale• Autogestione• Comunicazione
	Metodi di insegnamento	<ul style="list-style-type: none">• Visualizzazione• Brainstorming
	Risorse necessarie	<ul style="list-style-type: none">• Carta e penna
	Durata	40 minuti

Diagramma: Objective Map Tool



Pubblico I
Pubblico II
Pubblico III
Pubblico IV

