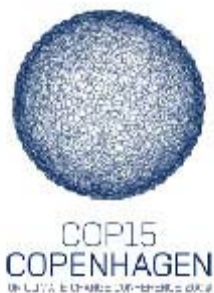


CONFERENZA SUL CLIMA

Il circo mediatico sul clima



(22-11-2009) Ancora prima della Conferenza sul clima, che si svolgerà tra il 7 e il 18 dicembre 2009 a Copenaghen, un'immensa quantità di articoli fa la sua comparsa, sia sul cambiamento climatico che sulle probabili conseguenze di questo, sui costi delle misure necessarie per limitare questo cambiamento e sui costi dei probabili danni che si prospettano. La maggior parte di questi articoli è di tenore catastrofistico e allarmistico.

Ecco alcuni recenti titoli:

"Il cambiamento climatico costerà caro all'India"

"Al limite la capacità degli oceani di assorbire la CO2"

"CO2, l'equilibrio si è rotto. Senza azioni concrete la temperatura salirà di 6 gradi"

"La tutela del clima costerà alle aziende 300 miliardi di Euro"

"I ghiacci groenlandesi si sciolgono in tempo record"

"Il Kilimangiaro senza nevi"

Per contro i titoli che riportano notizie più confortanti sono molto pochi:

"In Brasile diminuisce il disboscamento delle foreste tropicali" e

"Negli ultimi dieci anni il riscaldamento globale si è fermato".

Le notizie allarmistiche provengono in prevalenza dalle associazioni ambientaliste come Greenpeace e da istituti scientifici che studiano il cambiamento climatico e i suoi possibili effetti sull'ambiente. Per entrambe le fonti la diffusione di notizie allarmistiche non serve ad altro che a giustificare la loro stessa esistenza; incoraggiate da organizzazioni internazionali come l'Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) dell'ONU. Ritengo, per quanto riguarda il clima, che né le associazioni ambientaliste, né gli istituti di climatologia siano da considerare "neutrali", una qualità che almeno ci si dovrebbe aspettare dagli istituti scientifici.

Visto che ormai il cambiamento climatico è tema da prima pagina, anche altri istituti di ricerca cercano di inserire il loro lavoro nel grande tema del "clima" e del "cambiamento climatico". E quasi nessuno osa più mettere in dubbio le previsioni più azzardate dei climatologi diffuse dagli ambientalisti, sebbene le fondamenta sulle quali esse basano non sono certo le più solide.

Tutto quanto appare ancora più drammatico quando il giornalismo s'impadronisce del tema e lo utilizza, come per altre notizie, allo scopo di far scalpore. Il giornalismo vive di notizie spettacolari e pertanto nei titoli la situazione del clima appare ancora più drammatica di quella effettiva; soprattutto quando agli articoli sono abbinati delle immagini di inondazioni, di siccità, di **iceberg** galleggianti, di paesaggi devastati da uragani, immagini di eventi eccezionali che si vogliono interpretare come i segni allarmanti di un cambiamento ormai in atto.

Il cambiamento climatico è diventato un immenso affare. Non c'è quasi più niente che non sia venduto come salvaclima: impianti fotovoltaici, collettori solari,

materiali termoisolanti, impianti di cogenerazione, lampadine a risparmio energetico, automobili a basso consumo di carburante. Stando alla pubblicità tutti questi prodotti servono in primo luogo a salvare il clima, non come si potrebbe pensare al risparmio di risorse naturali e materie prime che stanno diventando sempre più rare. Ed è questo che rende pericoloso il "circo mediatico" costruito intorno al clima. La gente è indotta a credere che il maggiore pericolo del nostro tempo sia il cambiamento climatico e le sue ipotetiche conseguenze e a dimenticare la reale minaccia, cioè l'esaurimento del petrolio, del gas naturale e di altre risorse già rare.