



Politecnico di Milano  
Corso di Studi in Ingegneria Ambiente e Territorio  
CICLO DI SEMINARI "PIANETA 3000"



*Venerdì 16 marzo 2007, ore 14.15*  
*Aula S01, Piazza Leonardo da Vinci 32, Milano*  
Dubbi e certezze sui cambiamenti climatici

## **Il mercato del catastrofismo**

*Emilio Gerelli*  
*Università di Pavia*

### **La protesta di uno stimato oppositore del catastrofismo climatico**

**( prof. Richard Lindzen, fisico dell'atmosfera, MIT)**

- Il riscaldamento globale è la **religione** dei nostri tempi
- Il mondo è destinato alla catastrofe ambientale. O almeno, questo è quanto ci viene costantemente ripetuto da politici e sedicenti esperti.
- Tra gli scienziati non esiste alcuna unanimità.
- Quella della previsione del clima non è un disciplina matura, ma relativamente recente, nata da pochi decenni grazie, almeno in parte, allo sviluppo dei calcolatori elettronici.
- Il salutare scetticismo che dovrebbe trovarsi al cuore di ogni indagine scientifica viene trattato con disprezzo.
- Ormai ci stiamo allontanando dalla scienza per entrare nel regno del **fanatismo religioso**
- Come una religione, l'ambientalismo è pervaso da un odio per il mondo materiale e, come la religione, pretende dai suoi seguaci devozione, e non rigore intellettuale.
- L'"accusa" a chi "nega il cambiamento climatico" riecheggia quella di chi "nega l'olocausto".

## **Offerta e domanda di catastrofismo**

*"La semplicità è compagna della verità"*

(Francesco De Sanctis)

Il catastrofismo climatico (distinto dall'informazione scientifica), è una forma di propaganda che può essere analizzata con le "leggi dell'Economia".

Occorre anzitutto identificare le determinanti del suo mercato (ossia il meccanismo sociale che consente a compratori e venditori di trovare informazioni e compiere scambi volontari del servizio "informazioni catastrofiche"). La "quantità scambiata" di catastrofismo (ossia le comunicazioni o "storie" di catastrofe emesse) riflette un equilibrio tra l'attività, da un lato degli imprenditori del catastrofismo, ecologisti e politici, che rappresentano l'offerta del servizio dell'informazione catastrofica, e, d'altro lato, quella dei privati cittadini che formano la domanda di tale informazione.

## **L'offerta di catastrofismo**

- Essa è determinata da vari interessi:
- gli ecologisti, tesi a drammatizzare il loro ruolo di difensori dell'ambiente:
- i politici, soprattutto quelli preposti alle istituzioni ambientali, che traggono vantaggi di potere dall'enfatizzazione dei problemi affidati alla loro gestione;
- i mass media, sempre interessati a creare coinvolgimenti su temi drammatici.

•All'origine dell'offerta di catastrofismo da parte di leader ecologisti e politici è la ricerca del consenso, ottenuta prevalentemente attraverso alla tecnica della ripetizione.

•L'importanza della ripetizione per tradurre in "verità" un'affermazione è spiegata anzitutto da Aristotele (348-322 aC). La formazione dell'offerta di opinioni, viene strutturata mediante la ripetizione : "un éndoxon (opinione) non è mai enunciato o accettato per la prima volta. Si tratta di una ripetizione che non è ricordo attinto ad una memoria personale, ma è incontro dell'altro". E qui si introduce una importante notazione psicologica sull'importanza della ripetizione: "Infatti, grazie alla ripetizione, l'interlocutore diventa co-soggetto della medesima enunciazione".

Anche l'abile ministro nazista della propaganda Joseph Goebbels affermava: "Se si ripete una bugia sufficientemente spesso, essa diviene verità".

•L'esempio della creazione di falsi convincimenti (odio per neri ed ebrei) mediante ripetizione: "L'odio è alimentato da racconti sui crimini di un gruppo minoritario, ma l'impatto di questi racconti deriva dalla ripetizione non dalla verità...L'odio poggia su persone che accettano, invece di approfondire, i racconti creatrici di odio" (The political Economy of Hatred, Edward Glaeser, Quarterly Journal of Economics, 2005).

•Dunque, il catastrofismo viene offerto dai suoi imprenditori, la cui tecnica di produzione è la ripetizione. Se stampati poco costosi e televisione riducono il costo della propaganda sul riscaldamento globale, ciò incrementerà il livello della sua accettazione, come sta accadendo.

## La domanda

- La disponibilità dei cittadini ad accettare le comunicazioni sul riscaldamento globale, è il lato della domanda di questo particolare catastrofismo. Il suo livello è determinato dai costi e dai benefici dell'acquisizione delle informazioni. Come vedremo, in generale, il livello di tali costi è basso.
- Constatiamo anzitutto che il timore di catastrofe non è nuovo, ma è di massima una costante delle diverse società. Scrive un grande antropologo, Ernesto De Martino: "La tragedia è un fenomeno culturale." Ad esempio ci si può riferire al dramma dell'apocalisse cristiana ("Pentiti, poiché il regno di Dio si avvicina" ammonisce l'evangelista), a quello dell'apocalisse marxiana relativo alla fine del capitalismo, eccetera.
- Oggi viviamo l'apocalisse ecologica variamente generalizzata: "Viviamo in una situazione apocalittica, ... alla soglia d'una catastrofe universale", afferma ad esempio Hans Jonas, autore d'un libro divenuto punto di riferimento per i movimenti ecologici degli anni ottanta, e Aldous Huxley scriveva: "la paura è la base stessa ed il fondamento del mondo moderno".

## I caratteri psicologici della domanda del consumatore

- Secondo Freud: "...all'interno di una massa e per influsso di questa, il singolo subisce una profonda modificazione della propria attività psichica. La sua affettività viene straordinariamente esaltata, la sua capacità intellettuale si riduce considerevolmente, ed entrambi i processi tendono manifestamente a eguagliarlo agli altri individui della massa." Questa analisi è particolarmente valida oggi. Infatti ci troviamo in un "villaggio globale", strettamente avvinto dalle grandi reti di informazione, e ormai popolato da una massa quasi indistinta, che accetta acriticamente le conoscenze omologate sui temi di attualità come il riscaldamento globale. Con l'avvento delle comunicazioni di massa – che creano una piazza virtuale principalmente via televisione e internet - si è infatti passati dalla persuasione personale alla propaganda collettiva. Già ai tempi in cui la radio era il più diffuso mezzo di comunicazione, Luigi Einaudi lamentava il "rimbecillimento" che essa poteva produrre.
- Dunque la domanda di messaggi catastrofici è una costante nel tempo, ed oggi poco costosa ed elevata

## Il prezzo

•Il prezzo pagato dai cittadini per acquisire notizie catastrofiche è determinato dal *costo opportunità* del tempo impiegato per conoscere i messaggi di politici ed ecologisti (costo misurato dalla migliore alternativa cui si rinuncia per dedicarsi al catastrofismo); inoltre dal costo del tempo aggiuntivo che - se ne ritrarranno benefici personali - i soggetti dedicheranno ad approfondire tali messaggi, per accertarne il fondamento.

•Il puro costo di acquisizione del messaggio (senza approfondimento), è basso, soprattutto a causa della ampia disponibilità di mass media, acquisiti per il principale scopo dell'intrattenimento, ma che soddisfano anche una rilevante domanda di storie catastrofiche. E poiché il costo dell'acquisizione di catastrofismo è basso, la domanda assorbe facilmente l'offerta. Soltanto nei gruppi che hanno incentivi privati nel conoscere la verità, il catastrofismo troverà un argine, tuttavia accettando un costo di informazione talora elevato, perché le tematiche ambientali sono complesse ed interdisciplinari.

Chi invece aderisce alla campagna di ecologia catastrofista, con la sua scelta di rendere minimo il costo dell'informazione, va contro questa esigenza di ricerca della verità, sentendosi acriticamente gratificato, a buon prezzo, con l'adesione ad un atteggiamento considerato utile per la salvezza del Pianeta. Dunque, i meno disponibili a informarsi finiranno non soltanto col credere, ma addirittura col domandare previsioni catastrofiche.

Perciò, se nell'opinione pubblica il catastrofismo è molto diffuso, risulta difficile contrastarlo: infatti il costo da sostenere per combattere la sindrome catastrofista è molto elevato, mentre i costi per aderire ad una campagna catastrofista sono bassi.

Inoltre, nel caso ambientale, è ritenuto commendevole lo scopo che si vuole raggiungere pur propalando una previsione falsa o incerta: la difesa dell'ambiente. In tal caso nemmeno una politica di accertamento della verità ha probabilità di successo sulla massa, almeno nel breve andare. Tuttavia con riferimento a periodi relativamente lunghi, potremmo forse trovare conforto nell'opinione di Hegel, secondo cui l'opinione pubblica, nel tempo, resta aperta alla razionalità, infatti: “[il razionale] può da parte sua essere sicuro che l'opinione pubblica in seguito consentirà ad esso, lo riconoscerà e lo trasformerà in uno dei propri pregiudizi”. L'approccio razionale potrà condurre, naturalmente, non soltanto a migliorare la comunicazione, ma anche, eventualmente, a chiarire i dubbi che oggi gravano sul riscaldamento globale.