

Perché sul riscaldamento globale neghiamo l'evidenza dei fatti

L'emergenza ambientale viene spesso considerata una questione lontana dall'esperienza quotidiana. L'ottimismo irrealistico e gli interessi economici sono tra i meccanismi che secondo gli psicologi ci portano alla negazione della realtà

di Paola Arosio (da "repubblica.it", 14 Agosto 2025)

Negli Stati Uniti, Elon Musk ha sostenuto una drastica riduzione dei meteorologi del National Weather Service, scelta che ha compromesso le previsioni della rovinosa alluvione che ha poi colpito il Texas. In Europa, Ursula von der Leyen ha, invece, fatto marcia indietro su alcune disposizioni del Green Deal, ritirando normative anti-greenwashing e depotenziando le regole su pesticidi ed emissioni. E ancora, in Italia, Giorgia Meloni ha auspicato una dilazione della normativa che prevede lo stop ai motori a benzina e diesel dal 2035. Politici e rappresentanti istituzionali sembrano spesso ignorare la gravità della crisi climatica, sottovalutandone le implicazioni ambientali, sociali, sanitarie. Sulla stessa scia, si colloca anche una parte della popolazione mondiale, che continua a negare il fenomeno o a minimizzarlo. Uno studio pubblicato nel 2024 su *Scientific Reports* e condotto dai ricercatori dell'Università del Michigan, negli Stati Uniti, che hanno analizzato 7,4 milioni di post su X, evidenzia che **il 14,8% degli americani crede che il cambiamento del clima non sia reale**. Secondo il World Economic Forum, tra le nazioni che meno si fidano dei climatologi ci sarebbero Russia, Giappone, Ucraina, con tassi di fiducia limitati al 23, 25 e 33% rispettivamente. Percentuali di scetticismo persistono anche in vari Paesi dell'Unione europea, Italia inclusa. Eppure, gli scienziati hanno da tempo lanciato un allarme unanime: il cambiamento climatico esiste ed è causato dalle attività umane. Un messaggio che, purtroppo, non sempre viene recepito a causa soprattutto di convinzioni errate, disinformazione, interessi di parte.

Il problema della distanza

Come rilevano molti psicologi, **l'emergenza ambientale viene spesso considerata una questione lontana dall'esperienza quotidiana**. La parola chiave è, in questo caso, distanza. Una distanza anzitutto temporale, visto che il futuro catastrofico preannunciato è percepito come lontano, un fatto che colpirà, semmai, le prossime generazioni. Poi una distanza spaziale, che porta a localizzare le crisi più gravi in luoghi remoti, come i ghiacci che fondono nell'Artico o le inondazioni in Asia. Infine, la distanza sociale: **la vulnerabilità percepita diminuisce quando un problema riguarda la collettività e non il singolo individuo**. In gruppo si diventa cioè più sicuri e audaci, da soli si tende a essere più prudenti. In altre parole, il rischio condiviso appare meno pericoloso.

Dai pregiudizi all'abitudine

Alla percezione di distanza si aggiungono altri elementi, che gli esperti chiamano **bias cognitivi**, ovvero automatismi mentali che conducono a conclusioni rapide, spesso distorte. Tra questi, l'ottimismo irrealistico, cioè la tendenza a credere che il futuro sarà più roseo di quanto potrebbe essere, e la procrastinazione, che porta a rimandare le azioni preventive utili, privilegiando i vantaggi immediati rispetto ai benefici futuri, sebbene più rilevanti. E poi la conferma, che induce a interpretare la realtà in base alle convinzioni preesistenti, selezionando le informazioni che confermano le proprie idee e ignorando o sminuendo tutto ciò che è dissonante. Infine, l'abitudine: **quando eventi climatici negativi diventano comuni, ci si adatta, senza coglierne la gravità.**

Sottovalutazione del consenso

Oltre al livello individuale, c'è quello collettivo, in cui molti sottovalutano il consenso sociale verso le azioni a favore del clima. Uno studio pubblicato nel 2022 su *Nature Communications* rileva che **l'80-90% degli americani sottostima il sostegno della popolazione alle politiche climatiche.** In realtà, circa il 67% delle persone è favorevole ad adottare misure per arginare il problema, ma i cittadini credono erroneamente che tale consenso si attesti intorno al 40%. Una falsa convinzione che trasforma la maggioranza silenziosa in una presunta minoranza inerte, con l'effetto perverso di scoraggiare il coinvolgimento. "Le norme di gruppo e le pressioni sociali giocano un ruolo cruciale", spiega **Elke U. Weber**, docente di Psicologia alla Princeton University, negli Stati Uniti. "In generale, quando una persona pensa che i suoi pari non si preoccupino di un problema, può sentirsi meno obbligata a dare il proprio contributo. Se, al contrario, emerge che amici, colleghi, conoscenti considerano urgente la crisi climatica, l'individuo è motivato a partecipare. Pertanto, la sottopercezione del consenso può alimentare l'inazione e il senso di impotenza".

Copertura mediatica non sufficiente

A ciò si aggiunge **la responsabilità dei media, che da un lato sensibilizzano l'opinione pubblica, dall'altro rischiano il cosiddetto bilanciamento artificioso.** Storicamente molte testate, soprattutto anglosassoni, hanno, infatti, concesso eccessivo spazio agli scettici, presentando il dibattito come se vi fossero due pareri equivalenti. Sussiste, inoltre, la questione della copertura insufficiente. Secondo lo Speciale Eurobarometro 2025, sondaggio condotto su oltre 26mila europei, il 52% dei cittadini ritiene che i media tradizionali non forniscano informazioni chiare sul cambiamento climatico, una percentuale che sale al 61% nel nostro Paese. Quest'ultimo dato troverebbe conferma in uno studio pubblicato nell'aprile 2025, commissionato da Greenpeace Italia e condotto dall'Osservatorio di Pavia. La ricerca indica che nei primi quattro mesi del 2024 solo il 2% dei programmi televisivi ha trattato temi correlati al clima e alla transizione energetica, mentre i notiziari incentrati sulla crisi climatica hanno rappresentato lo 0,1%. Va meglio la carta stampata: nello stesso periodo, i quotidiani hanno pubblicato in media 4,4 articoli al giorno sui temi ambientali.

Il negazionismo per interessi economici

Una forma strutturata e spesso deliberata di rifiuto, più radicata delle convinzioni individuali e più organizzata delle incertezze collettive, è il negazionismo climatico, una posizione che diventa parte dell'identità di pensiero. Per sostenere le proprie ragioni, i negazionisti ricorrono, in modo selettivo, ad alcune argomentazioni: il clima è sempre cambiato da sé, nel Medioevo la Terra era più calda di oggi, un singolo volo aereo non fa la differenza, i veri responsabili sono Cina e India. Naturalmente, dietro affermazioni del genere **si celano interessi economici e industriali, a cominciare da quelli delle grandi compagnie petrolifere**, come ExxonMobil, Shell, Chevron, Bp, Total. Proprio queste ultime, per salvaguardare il loro business, hanno investito oltre un miliardo di dollari in tre anni dopo l'Accordo di Parigi del 2015 in strategie di lobbying, come riporta l'organizzazione non profit The Climate Reality Project.

Polarizzazione tra conservatori e progressisti

Comunque sia, **i negazionisti restano legati a doppio filo anche alla politica**. Partiti e leader conservatori, soprattutto negli Stati Uniti e nell'Europa orientale, spesso mettono in dubbio le misure ambientali per tutelare la propria ideologia. Nel gennaio 2025, *The Guardian* ha documentato che l'Heartland Institute, un centro di studi con sede in Illinois, finanziato dalle grandi aziende di combustibili fossili e noto per fomentare lo scetticismo sulla crisi climatica, ha promosso campagne con parlamentari della destra europea per contrastare le leggi di tutela, allo scopo di rinviare gli obiettivi di sostenibilità. A livello interno, la negazione influisce sui partiti: **in molte nazioni i conservatori usano il dubbio climatico come tema elettorale**, indottrinando parte dell'opinione pubblica e indebolendo il consenso nei confronti delle misure ambientali, mentre i progressisti sostengono azioni incisive. Questo crea fratture che complicano l'adozione di politiche coerenti: **quando il tema ambientale si polarizza, gli interventi diventano più frammentari**. Su *Scientific American* **Marianne Cooper**, ricercatrice senior alla Stanford University in California, e **Maxim Voronov**, professore di sostenibilità e organizzazione alla Schulich School of Business della York University in Ontario, affermano senza mezzi termini: "Vivere nel negazionismo aiuta a ridurre il disagio nel breve periodo, ma a lungo termine sarà la nostra rovina. Tendiamo a nascondere la testa sotto la sabbia, ma dobbiamo tirarla fuori, in fretta".

Il ruolo strategico della comunicazione

Di fronte a ciò, gli psicologi della comunicazione consigliano di provare a governare meglio i messaggi veicolati da istituzioni, enti, associazioni. Alcuni esperti suggeriscono di ridurre la distanza, insistendo sui pericoli immediati e concreti, come ondate di calore, incendi, alluvioni. Altri propongono di far leva sugli aspetti emotivi, per esempio collegando il clima a salute e sicurezza familiare. Per invertire la rotta, **serve un sistema informativo capace di trasmettere al pubblico messaggi costanti sulla gravità della crisi**, in modo da contrastare le fake news e i video complottisti che circolano sui social. Bisogna, insomma, creare una realtà condivisa, senza stancarsi di smentire attivamente i miti del negazionismo.