



Scuola Internazionale Superiore di Studi Avanzati

Master in Comunicazione della Scienza Franco Prattico

**Comunicazione visuale del cambiamento climatico su
Instagram**

Relatore

Marco Capovilla

Tesi di

Nicole Beneventi

Anno Accademico 2018/2020

Indice

Introduzione	5
1 Il Cambiamento Climatico	7
1.1 Antropocene: come l'uomo ha plasmato il clima	7
1.2 Il 2019, l'anno della consapevolezza	9
1.3 Greta Thunberg e i Fridays for Future	10
1.4 COP25 di Madrid	11
2 Le immagini	13
2.1 La domanda non è cosa guardi ma cosa vedi: il potere delle immagini	13
2.2 Le immagini della scienza	14
2.3 Le immagini del clima	15
2.3.1 Strumenti e supporti della comunicazione visuale sul clima	15
2.3.2 Cause, impatti e soluzioni	16
2.3.3 Gli studi di Public Engagement	16
2.3.4 L'etica della comunicazione visuale: il caso dell'orso polare	18
3 Metodologia di ricerca	21
3.1 Campionamento	22
3.1.1 La piattaforma	22
3.1.2 Le testate	23
3.1.3 La finestra temporale	25
3.2 Validazione	27
3.3 La griglia di analisi	27
3.3.1 1. Parte generale	27

3.3.2	2. La didascalia	28
3.3.3	3. Il luogo e la cornice	28
3.3.4	4. Il tempo	28
3.3.5	5. Il soggetto	29
3.3.6	6. Il cambiamento climatico	29
3.3.7	7. La forma	29
4	Risultati	31
5	Discussione e conclusione	45
6	Appendici metodologiche	49
6.1	Appendice 1	49
6.2	Appendice 2	51
6.3	Appendice 3	56
6.4	Appendice 4	79

Introduzione

*Ci piacciono le immagini. Sono la prima cosa in assoluto che abbiamo visto [...]. Danno forma ai nostri ricordi del mondo. Lo stesso accade nella scienza. Alcune immagini hanno definito i nostri passi in avanti nella comprensione dell'universo; altre si sono dimostrate talmente efficaci nel comunicare la natura della realtà da essere diventate parte del processo del pensiero stesso, come i numeri o le lettere dell'alfabeto. Altre ancora, altrettanto influenti, sono così familiari da passare inosservate nel procedimento scientifico, come parti del vocabolario della scienza di cui ci serviamo senza pensarci.*¹

L'astrofisico e cosmologo John Barrow definisce la rappresentazione visuale della scienza come una "rivoluzione", e basta poco per accorgersi di quanto questa affermazione sia veritiera. Le immagini, un termine generale per definire fotografie, video e simulazioni digitali, non solo sono entrate a far parte della pratica della scienza, ma anche della sua comunicazione. Le immagini sono da sempre uno strumento potente, capace di smuovere gli animi e plasmare la percezione delle persone rispetto a un argomento. Basti pensare a una delle più iconiche fotografie di sempre, *Earthrise*, l'immagine della Terra vista dalla Luna, scattata dall'Apollo 8 nel 1968. Questa fotografia ha avuto un impatto così potente nel sensibilizzare le persone sulla fragilità e unicità del pianeta Terra, che si è posta come una delle radici del moderno movimento ambientalista.

Se le immagini quindi possiedono un forte potere simbolico, tale da influenzare il modo in cui le persone si pongono e reagiscono nei confronti di una tematica, è evidente come, per un argomento complesso e attuale come quello dei cambiamenti climatici, la comunicazione visuale svolga un ruolo fondamentale. Per questo il seguente scritto si pone

¹J.D. Barrow, *Le Immagini della Scienza, cinquemila anni di scoperte: una storia visiva*, Mondadori, 2009, p.8

l'obiettivo di esplorare in maniera critica il panorama visuale inerente al cambiamento climatico, per valutare che tipo di immagini siano ritenute essere più efficaci dai media (la loro strategia comunicativa) e come venga presentato per loro tramite il concetto del cambiamento climatico.

CAPITOLO 1

Il Cambiamento Climatico

1.1 Antropocene: come l'uomo ha plasmato il clima

Secondo l'UNFCCC (Convenzione Quadro sul Cambiamento Climatico delle Nazioni Unite), il cambiamento climatico si definisce come "un cambiamento del clima che sia attribuibile direttamente o indirettamente ad attività umane, che alterino la composizione dell'atmosfera planetaria e che si sommino alla naturale variabilità climatica osservata su intervalli di tempo analoghi".

I cambiamenti climatici possono quindi essere intesi come una variazione del clima causata da alcune alterazioni della composizione chimica dell'atmosfera terrestre e da variazioni dell'utilizzo del suolo, che contribuiscono ad alterare il bilancio energetico della Terra. La comunità scientifica concorda nell'affermare che siano un fenomeno inequivocabile, del quale gli esseri umani sono la causa principale.¹ Da qui l'appellativo di "antropocene" per definire l'epoca geologica attuale, dove sono le attività dell'uomo la causa primaria delle modifiche territoriali, strutturali e climatiche della Terra. Nonostante ciò l'emergenza climatica ancora oggi viene percepita da molti come qualcosa di distante, a volte sottovalutata o addirittura negata per finalità politiche o economiche.

¹N.L. Bindoff, P. A. Stott, K. M. AchutaRao et al., 2013: *Detection and Attribution of Climate Change: from Global to Regional*. In: *Climate Change 2013: The Physical Science Basis. Contribution of Working Group I to the Fifth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change*, Cambridge University Press, 2013

Le conseguenze del cambiamento climatico sono una serie di eventi, in alcuni casi già visibili, che si sommano e interconnettono gli uni agli altri: il riscaldamento terrestre, la fusione dei ghiacciai e delle calotte polari, l'acidificazione degli oceani, l'innalzamento del livello dei mari e il drastico calo della biodiversità sono solo alcuni di questi.² Il problema inoltre non riguarda solamente la sfera globale, gli impatti del cambiamento climatico sono visibili anche su scala locale dove vediamo l'aumentare delle probabilità di eventi meteorologici estremi, ondate di calore, siccità in alcune zone e precipitazioni eccessive in altre.

« Il riscaldamento dovuto alle emissioni antropogeniche dal periodo preindustriale ad oggi persisterà per un periodo che va da secoli a millenni e continuerà a causare ulteriori cambiamenti a lungo termine nel sistema climatico ».³ Stando alla comunità scientifica quindi, se anche stabilizzassimo immediatamente le emissioni di gas serra, le conseguenze sul clima sarebbero visibili per decenni.⁴ Le opzioni possibili per fronteggiare questa emergenza, secondo gli esperti, sarebbero quindi due: attuare politiche di *mitigazione* volte a ridurre e possibilmente eliminare le cause, e politiche di *adattamento* orientate a gestire gli effetti, ormai inevitabili. La discussione sulle misure per arginare l'emergenza climatica affonda le sue radici in una serie di conferenze che, a partire dal 1992, hanno riunito i capi di stato di diversi paesi. Le delegazioni di 154 nazioni si incontrarono in una prima assemblea a Rio de Janeiro, che si concluse con la stesura della Convenzione quadro delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici, meglio conosciuta come United Nations Framework Convention on Climate Change (UNFCCC). Dopo il "Summit della Terra" di Rio, i leader del mondo iniziarono a incontrarsi periodicamente, arrivando a redigere il Protocollo di Kyoto (entrato in vigore nel 2005) e in seguito l'Accordo di Parigi del 2015, in cui i paesi si sono impegnati ad attuare riduzioni delle emissioni per mantenere l'innalzamento di temperatura entro i 2°C (e possibilmente entro 1.5°C) rispetto al periodo preindustriale.⁵

²IPCC (Fifth Assessment Report), *AR5 Climate Change 2014: Impacts, Adaptation, and Vulnerability*, 2014

³IPCC, *Summary for Policymakers. In: Global Warming of 1.5°C*, 2018

⁴IPCC, *2019: Summary for Policymakers. In: IPCC Special Report on the Ocean and Cryosphere in a Changing Climate*, 2019

⁵AGI, *Clima: da Rio a Parigi, 25 anni di accordi disattesi*, 1 giugno 2017, https://www.agi.it/estero/clima_accordo_parigi_cop_21_trump_cronologia-1835193/news/2017-06-01/

Le politiche climatiche discusse nelle conferenze, nonostante gli sforzi delle nazioni, non sembrano ad oggi essere state efficaci per arginare l'emergenza. Secondo l'Emission Gap Report pubblicato dall'ONU nel 2019, gli accordi presi a Parigi riguardo il contenimento delle emissioni sono già insufficienti per mantenere l'incremento della temperatura entro 1.5 °C. Partendo da queste considerazioni l'IPCC nel 2018 ha elaborato diversi possibili scenari futuri sull'evoluzione della situazione climatica: uno che prevede un drastico calo delle emissioni, due che esplorano le conseguenze di riduzioni intermedie, e uno in cui non viene applicata nessuna misura di contenimento dei gas serra. Nello scenario più ottimista, in cui si presuppone un calo drastico delle emissioni, si avrebbe un incremento della temperatura limitato a 2°C entro il 2050, un'ipotesi non comunque priva di impatti sul clima. Nello scenario peggiore invece, l'incremento di temperatura potrebbe raggiungere i 4.8°C con conseguenze devastanti su territori e popolazioni.

1.2 Il 2019, l'anno della consapevolezza

La crescente sfiducia nelle politiche di mitigazione e adattamento attuate fino ad oggi ha fatto sì che persone da tutto il mondo si mobilitassero per esprimere la loro preoccupazione rispetto alle sorti del pianeta. Diversi movimenti nati negli ultimi anni, primo fra tutti quello dei "Fridays For Future", hanno iniziato a denunciare l'inconsistenza delle misure messe a punto per contenere l'emergenza, e il cambiamento climatico si è aggiudicato un posto predominante nelle cronache e nelle agende politiche globali. Anche a fronte di una serie di eventi climatici estremi, come il caldo eccezionale e gli incendi che hanno devastato ampie zone dell'Amazzonia, dell'Australia e della Siberia, il 2019 può essere considerato come l'anno in cui cittadini e istituzioni hanno maturato una nuova consapevolezza rispetto a questa problematica.⁶

⁶A. Romano, *Clima: il 2019 è stato l'anno della consapevolezza, il 2020 è l'anno decisivo per intervenire*, Valigia Blu, 1 gennaio 2020, <https://www.valigiablu.it/clima-scienza-politica-attivismo/>

1.3 Greta Thunberg e i Fridays for Future

Nell'estate del 2018 la Svezia è stata sconvolta da una serie di incendi senza precedenti, dovuti principalmente all'incremento delle temperature correlato al riscaldamento globale.⁷ Questo evento ha spinto l'allora quindicenne Greta Thunberg a saltare la scuola per protestare tutti i giorni di fronte al parlamento svedese, denunciando l'inerzia dello stato nel fronteggiare l'emergenza climatica e il mancato adempimento degli Accordi di Parigi. Dopo le elezioni svedesi, tenutesi a settembre 2018, Greta Thunberg ha continuato la sua protesta ogni venerdì, dando vita al movimento che tutti oggi conosciamo con il nome di "Fridays For Future". Milioni di studenti hanno imitato l'esempio di Greta, attirando l'attenzione di media e istituzioni verso l'emergenza climatica come mai era successo prima. Per fare un esempio, durante la Climate Action Week, una settimana di manifestazioni che ha avuto luogo a settembre del 2019, circa 7.6 milioni di persone sono scese in piazza in tutto il mondo, facendone una delle proteste organizzate più grandi della storia.⁸

Greta Thunberg è diventata un vero e proprio simbolo, tanto da essere chiamata più volte a intervenire durante i grandi meeting delle nazioni. Tra questi ricordiamo la COP24 di Katowice, il World Economic Forum di Davos e il Summit sul Clima dell'ONU, dove ha pronunciato uno dei suoi più emblematici discorsi. In questa occasione, rivolgendosi ai leader del mondo, li ha accusati di ignorare volutamente il problema del clima, apostrofantoli con le famose parole "Come osate? Voi avete rubato i miei sogni e la mia infanzia, con le vostre parole vuote!".

Il caso di Greta Thunberg si presta a un'interessante riflessione comunicativa sul perché le parole di una ragazza di sedici anni siano riuscite a mobilitare così tante persone verso l'emergenza del clima, quando molte campagne di sensibilizzazione da parte di istituzioni e scienziati non hanno avuto lo stesso risultato.

⁷ANSA, *Ente foreste Pefc, cambio clima è causa incendi in Svezia*, 20 luglio 2018, https://www.ansa.it/canale_ambiente/notizie/clima/2018/07/20/ente-foreste-pefc-cambio-clima-e-causa-incendi-in-svezia_85bd59aa-731d-44b2-b69c-02000c805611.html

⁸Global Climate Strike, *7.6 million people demand action after week of climate strikes*, 28 settembre 2019, <https://globalclimatesrike.net/7-million-people-demand-action-after-week-of-climate-strikes/>

Alcuni studi ipotizzano che la risposta sia da trovare nella "autorità morale" dei giovani, che sono in grado di veicolare un messaggio in maniera limpida e diretta, priva di interessi che non siano la preoccupazione per il loro futuro. Un ruolo lo svolge quindi la giovane età, ma la generazione attuale può inoltre contare su una maggior efficacia e organizzazione dovuta in gran parte alla presenza dei social. Il fatto che condividano la loro indignazione e le loro azioni sulle piattaforme, avvicina sempre più giovani ai movimenti di protesta che a loro volta ne coinvolgono altri, creando una sorta di loop. La protesta di Greta Thunberg è particolarmente riecheggiata infatti anche grazie alle iconiche fotografie postate sui social, che la ritraggono mentre protesta di fronte al parlamento svedese reggendo il cartello "sciopero scolastico per il clima".⁹

1.4 COP25 di Madrid

Il 2019 ha creato grandi aspettative nei confronti della 25esima Conferenza delle Parti (COP) che si è tenuta a Madrid nel dicembre dello stesso anno. Mesi di campagne di protesta e un'attenzione mediatica fortemente focalizzata sul clima hanno alimentato la speranza di accordi significativi. I negoziati invece si sono conclusi con quello che, da molte personalità politiche e del mondo scientifico, è stato definito un "fallimento".¹⁰ La conferenza infatti non è riuscita a mettere d'accordo i 196 stati partecipanti, soprattutto sui nodi centrali del dibattito: il mercato dei crediti del carbonio, gli aiuti ai paesi vulnerabili e l'aumento da parte dei paesi dell'impegno a realizzare quello che era stato sancito con gli Accordi di Parigi, ovvero una sostanziale riduzione delle emissioni.

⁹E. Marris, *Why young climate activists have captured the world's attention*, Nature, 18 settembre 2019, <https://www.nature.com/articles/d41586-019-02696-0>

¹⁰Il Post, *Perché è fallita la conferenza sul clima*, 16 dicembre 2019, <https://www.ilpost.it/2019/12/16/cop2-conferenza-clima-fallimento/>

CAPITOLO 2

Le immagini

2.1 La domanda non è cosa guardi ma cosa vedi: il potere delle immagini

Viviamo costantemente circondati dalle immagini: dagli schermi dei computer a quelli dei telefoni, dalle pagine di giornale ai cartelloni pubblicitari, siamo immersi in una società visuale. In qualsiasi loro manifestazione le immagini « cercano di rappresentare e di racchiudere in sé un elemento della realtà in maniera che abbia un impatto immediato: qualcosa che sia memorabile senza che occorra raccontarlo ». ¹ Le immagini quindi possiedono diverse qualità: veicolano un messaggio in maniera diretta e veloce, sono un potente strumento di "public engagement", condensano l'informazione in una maniera semplice da ricordare e se l'audience condivide lo stesso bagaglio culturale, sono anche in grado di trascendere le barriere linguistiche e geografiche. ² Inoltre creano i presupposti per riflessioni personali e discussioni pubbliche, contribuendo alla memoria storica di una popolazione, come moniti o esortazioni. ³

¹J.D. Barrow, *Le Immagini della Scienza, cinquemila anni di scoperte: una storia viva*, Mondadori, 2009, p.7

²S. O'Neill, N. Smith, *Climate change and visual imagery*, Wiley Interdiscip. Rev. Clim. Change, V (2014), 73–87

³S.A. Nicholson-Cole, *Representing climate change futures: a critique on the use of images for visual communication*, Environ. and Urban Systems, XXIX, (2005) 255–273

2.2 Le immagini della scienza

Le immagini sono storicamente un elemento fondamentale anche in ambito scientifico e oggi, con l'avvento del digitale, hanno acquisito un'importanza ancora maggiore, sia come strumento di ricerca che di comunicazione. Dall'infinitamente piccolo all'infinitamente lontano, le immagini sono un valido supporto per comprendere il mondo, anche quando si parla di fenomeni che appaiono astratti. Per questo motivo ad esempio, i dati provenienti dai satelliti possono essere trasformati in rappresentazioni che permettono di studiare l'evoluzione delle galassie, i modelli molecolari possono illuminare un ricercatore sul meccanismo di azione di un farmaco e i grafici e le rielaborazioni digitali possono fornire un supporto all'esplorazione di fenomeni fisici o biologici.

La rappresentazione visuale della scienza si compone di tre principali interlocutori: gli scienziati, i comunicatori della scienza e il pubblico. Tutti sono fornitori e fruitori di immagini, ma queste assumono diversi significati e complessità a seconda di chi le sta guardando.⁴ Per uno scienziato ad esempio, l'accuratezza è una prerogativa essenziale, perché dalle immagini può ricavare dati e informazioni utili al suo lavoro. Un giornalista scientifico ha lo scopo di condividere un messaggio con un determinato pubblico, e non sempre l'immagine più efficace è quella che lo scienziato avrebbe definito come la più accurata. Si creano quindi diversi livelli comunicativi, dove la discussione visuale si instaura tra scienziati (dello stesso ambito o di ambiti diversi), tra scienziati e giornalisti, tra giornalisti e pubblico ma anche, come sta accadendo sempre più spesso, tra scienziati e pubblico, e viceversa. In questa realtà tutti i protagonisti si trovano a essere sia mittenti che destinatari del messaggio veicolato dall'immagine, che può cambiare a seconda degli interlocutori che in quel momento stanno dialogando.⁵

⁴J. Trumbo, *Essay: Seeing Science: Research Opportunities in the Visual Communication of Science*, *Science Communication*, XXI (2000), 4, 379–91

⁵G. Nucera, *Il nuovo ruolo della comunicazione scientifica*, Micron, 2018

2.3 Le immagini del clima

L'immaginario visuale legato al clima si trova ovunque: nei media, sui social, nei report scientifici, nelle campagne di ONG e istituzioni e persino nell'arte. La rappresentazione visuale del clima concorre a plasmare la percezione delle persone sull'argomento e di conseguenza, in base al tipo di messaggio veicolato, può sensibilizzare gli individui o accrescerne il senso di responsabilità.⁶ Il cambiamento climatico è un argomento sia di difficile comunicazione che visualizzazione, per questo gli ultimi anni hanno visto intensificarsi le ricerche focalizzate a trovare metodi efficaci per raccontarlo. Molti degli studi condotti si sono concentrati principalmente sulla comunicazione verbale, tralasciando le immagini e il loro contributo nel costruire e orientare la discussione pubblica sull'argomento.⁷

2.3.1 Strumenti e supporti della comunicazione visuale sul clima

La rappresentazione del clima può avvalersi di diversi strumenti visuali quali infografiche, mappe, rappresentazioni tridimensionali, grafici, video e soprattutto fotografie, che rimangono quelle più diffuse e utilizzate. Inoltre negli ultimi decenni i media digitali si sono affiancati e, a volte, sostituiti ai media tradizionali come fonte primaria di informazione per molti argomenti (tra cui il clima) causando un notevole cambiamento nelle modalità d'impiego delle immagini. Nonostante il ruolo centrale delle immagini nella comunicazione digitale, legato anche alla loro condivisibilità sui social network, molte ricerche si sono focalizzate solo sulla comunicazione del cambiamento climatico online senza approfondire il fattore visuale.⁸

⁶S.A. Nicholson-Cole, *Representing climate change futures: a critique on the use of images for visual communication*, Environment and Urban Systems, XXIX (2005), 255–273

⁷A. Chapman, A. Corner et al., *Climate visuals: A mixed methods investigation of public perceptions of climate images in three countries*, Global Environmental Change, XXXI (2016), 172-182

⁸S. Wang, A. Corner, A. Chapman, E. Markowitz, *Public engagement with climate imagery in a changing digital landscape* Wires Climate Change, 2018

2.3.2 Cause, impatti e soluzioni

Il cambiamento climatico è un concetto scientifico complicato e sfaccettato, con grandi ripercussioni a livello politico, sociale e culturale, per questo sorprende come sia solitamente rappresentato da un limitato e ripetitivo set di immagini. L'iconografia fotografica tradizionale, familiare ad ognuno di noi, si compone di orsi polari, ghiacciai in scioglimento, incendi, eventi climatici estremi e rappresentanti politici. In generale si possono raggruppare le immagini utilizzate in tre categorie: fotografie che illustrano le *cause* del cambiamento climatico come industrie inquinanti o il traffico congestionato di una città, scene che mostrano gli *impatti*, e a queste appartengono gli orsi polari o ghiacci in scioglimento, ed infine immagini focalizzate sulle *soluzioni*, come possono essere un'auto elettrica o dei pannelli solari.

2.3.3 Gli studi di Public Engagement

Tramite metodi qualitativi e di analisi del contenuto alcuni studi hanno indagato quali fossero le caratteristiche che un'immagine deve possedere per comunicare efficacemente il cambiamento climatico. Occorre specificare che l'efficacia è un parametro che dipende da cosa vuole trasmettere chi ha creato o utilizzato l'immagine. In questo particolare contesto si può quindi semplificare che questa consista nel presentare nella maniera più corretta possibile l'argomento, nella sua capacità di sensibilizzare le persone e, in alcuni casi, spingerle a partecipare attivamente alla salvaguardia del clima.

Una serie di studi si è focalizzata sulle differenze di percezione e di uso delle rappresentazioni di cause, impatti e soluzioni del cambiamento climatico. Innanzitutto ad esempio, le immagini che raffigurano gli impatti sono più diffuse di quelle che mostrano le soluzioni, ma se le conseguenze riguardano l'ambiente fisico è preferito l'uso di grafici rispetto a fotografie (si pensi ad esempio all'innalzamento del livello del mare).⁹

⁹J. Metag, M.S. Schafer et al., *Perceptions of climate change imagery: Evoked salience and self-efficacy in Germany, Switzerland, and Austria*, Science Communication, XXXVIII (2016),2 , 197–227

Sono inoltre poche le immagini che presentano il legame tra il cibo e l'industria agricola con il cambiamento climatico, così come sono poche quelle che mostrano gli impatti delle azioni domestiche e degli stili di vita, quali l'uso dell'energia o dell'acqua.¹⁰ Gli esseri umani tendono a non essere raffigurati nelle immagini che descrivono gli impatti del clima¹¹ e, se presenti, c'è una predilezione per personaggi politici, personalità conosciute, manifestanti e scienziati. Con alcune eccezioni raramente sono raffigurate persone comuni e, se lo sono, appaiono sullo sfondo e non come soggetto principale dell'immagine. Ciò mostra come un potenziale problema del public engagement legato al cambiamento climatico possa essere riferito all'assenza del fattore umano.¹²

Alcuni studi mostrano invece come le immagini di impatti forti sul clima e che inducono paura siano particolarmente efficaci nell'attrarre l'attenzione del pubblico e nel trasmettere l'importanza del cambiamento climatico. Allo stesso modo, si può incorrere nel rischio che le persone si sentano sopraffatte e impotenti nei confronti di questi eventi e ciò può generare distanza e un mancato coinvolgimento. Le immagini che raffigurano le soluzioni, invece, infondono nel pubblico la percezione di poter intraprendere qualche azione concreta, ma in alcuni casi l'argomento potrebbe venire così sottostimato.¹³

Lo stesso divario si genera tra immagini di eventi su scala locale o globale: immagini come quelle dell'orso polare, seppur conosciute come iconiche rappresentazioni del tema, non fanno che rafforzare la sensazione del cambiamento climatico come qualcosa di distante, scoraggiando le azioni.¹⁴ Le persone si sentono maggiormente coinvolte da rappresentazioni nazionali e locali perché risulta per loro più facile identificarsi in queste situazioni e comprenderne le conseguenze.

¹⁰S. O'Neill, M. Boykoff et al. *On the use of imagery for climate change engagement*, Global Environmental Change: Human and Policy Dimensions, XXIII (2013), 2, 413–42

¹¹B. Nerlich, R. Jaspal, *Images of extreme weather: Symbolising human responses to climate change*, Science as Culture, XXIII (2014), 2, 253–276

¹²A. Corner, R. Webster, C. Teriete, *Climate visuals: Seven principles for visual climate change communication*, Climate Outreach, 2015

¹³S. O'Neill, M. Boykoff et al., *On the use of imagery for climate change engagement*, Global Environmental Change: Human and Policy Dimensions, XXIII (2013), 2, 413–421

¹⁴K. Manzo, *Beyond polar bears? Re-envisioning climate change*, Meteorol. Appl., XVII (2010), 196–208

Altre ricerche evidenziano invece come una trattazione geograficamente localizzata sia meno coinvolgente ed efficace perché il pubblico perde di vista la dimensione globale e rischia di sottostimare il problema.¹⁵ Risulta quindi chiaro come sia difficile individuare canoni di efficacia oggettivi e universalmente riconosciuti, soprattutto per determinati parametri.

Esistono altresì alcune caratteristiche la cui efficacia è maggiormente condivisa: i partecipanti agli studi ritengono in maniera univoca più coinvolgenti raffigurazioni di persone rispetto ad animali o a paesaggi¹⁶ e lo sono ancora di più quando è presente un contatto visivo tra il pubblico e la persona raffigurata.

2.3.4 L'etica della comunicazione visuale: il caso dell'orso polare

Proprio per la capacità delle immagini di motivare e coinvolgere le persone riguardo al clima, è opportuno riflettere sulle problematiche etiche e metodologiche ad esse connesse. La percezione delle persone, le loro attitudini, il loro bagaglio sociale e culturale e la loro emotività ne influenzano la reazione di fronte alle immagini, così come il messaggio che ne traggono e la propensione o meno ad agire sulla base di ciò che hanno visto. Un altro aspetto importante è costituito dal contenuto scientifico: spesso infatti è inevitabile una sua semplificazione per poter rientrare nei "confini" dell'immagine. Occorre quindi valutare quanto questo fattore possa essere sacrificato senza compromettere la correttezza del messaggio.¹⁷

Un esempio emblematico di queste riflessioni è una vicenda balzata agli onori della cronaca alla fine del 2017. Un famoso fotografo, Paul Nicklen, aveva pubblicato un video su Instagram che ritraeva un orso polare magrissimo e sofferente per la fame mentre rovista tra alcune latte di metallo, in un'ambientazione brulla e spoglia, priva di ghiaccio o neve.

¹⁵S. O'Neill, M. Hulme, *An iconic approach for representing climate change*, *Global Environ. Change*, XIX (2009), 402–410

¹⁶G. Braasch, *Climate change: is seeing believing?*, *Bulletin of Atomic Scientists*, LXIX, 6, 2013, 33– 41

¹⁷S.A. Nicholson-Cole, *Representing climate change futures: a critique on the use of images for visual communication*, *Computers, Environment and Urban Systems*, XXIX (2005), 255–273

Nella didascalia del post riportava la frase "Ecco che aspetto ha la fame", invitando a riflettere sul fatto che migliaia di orsi polari rischiano l'estinzione entro la fine del secolo. Il 7 dicembre del 2017 il sito americano di National Geographic ha ricondiviso il video applicando la scritta "Ecco che aspetto ha il cambiamento climatico". Da qui il video e il suo fermo immagine sono diventati virali e sono stati rilanciati da giornali, siti e piattaforme. Nel giro di qualche giorno l'immagine inizia a essere smentita da vari esperti, che spiegano come in quel luogo d'estate non vi sia mai ghiaccio e l'animale appaia così magro per qualche problematica o patologia, non correlabile al cambiamento climatico. La verità sulla vicenda è stata raccontata dalle stesse testate che avevano prima condiviso la notizia e alla fine National Geographic stesso ha ammesso l'errore.



Figura 2.1: fermo immagine del video pubblicato da National Geographic.

In questa storia l'immagine originale è stata decontestualizzata allo scopo di veicolare un messaggio che, preso singolarmente, potrebbe essere definito corretto. Da sempre infatti le immagini-simbolo, prima fra tutte quella dell'orso polare, sono utilizzate per fare breccia nell'emotività delle persone e convincerle della gravità dell'emergenza climatica.

Quello che non può essere considerato etico è la forzatura di un'immagine nella cornice del clima quando non vi ha alcun legame. Nell'uso delle immagini si pone quindi la riflessione su quanta parte del contenuto scientifico o del contesto possa essere sacrificata ai fini dell'efficacia. Se l'esempio proposto risulta paradossale ed eticamente non accettabile, per altre immagini il confine potrebbe non essere così chiaro. Per questo chi le utilizza dovrebbe interrogarsi sul delicato equilibrio tra efficacia e aderenza alla realtà.

CAPITOLO 3

Metodologia di ricerca

Obiettivo della ricerca è la valutazione critica, per mezzo di una griglia di analisi, di immagini relative al cambiamento climatico, apparse nel 2019 sui profili Instagram di alcune testate e agenzie di stampa. La griglia è uno strumento dell'analisi quantitativa del contenuto, ed essendo il suo obiettivo molto specifico, è stata progettata e realizzata partendo da zero.

In generale tutte le procedure di analisi consistono essenzialmente in una scomposizione dell'unità comunicativa in elementi più semplici (unità di classificazione) e nella classificazione di questi ultimi in variabili categoriali (ordinate e non) avendo predefinito l'unità di contesto cui fare riferimento nell'atto di classificare.¹ Semplificando, si tratta di una rielaborazione scientifica dell'oggetto dell'analisi, sia esso un racconto, un film oppure un'immagine come in questo caso. La griglia elaborata quindi non ha solo valenza descrittiva, ma anche interpretativa: dai risultati della scheda di analisi per ogni fotografia è stato possibile descrivere le modalità con cui il contenuto scientifico è rappresentato per mezzo delle immagini, e le diverse strategie comunicative delle testate analizzate rispetto all'argomento "climate change".

¹F. Rositi, M. Livolsi, *La ricerca sull'industria culturale. L'emittente, i messaggi, il pubblico*, Carrocci, 1988, p.69

3.1 Campionamento

3.1.1 La piattaforma

Secondo recenti stime l'utilizzo di internet ha modificato notevolmente le abitudini nella fruizione delle notizie. Il 42 % degli italiani utilizza infatti il web giornalmente come mezzo di informazione e lo fa principalmente attraverso fonti algoritmiche, ovvero motori di ricerca, aggregatori di notizie e soprattutto social network.² Stando a un report dell'agenzia di stampa Reuters³ in Italia il primo contatto giornaliero con le news, tramite smartphone, avviene sui social media. Questi sono solo alcuni degli esempi che mostrano come i social network stanno prendendo sempre più piede come fonte di informazione. Per questo motivo si è scelto di focalizzare l'indagine su Instagram, quale piattaforma di elezione per la comunicazione visuale. Inoltre, stando al "Report digital 2019 " di We are Social e Hootsuite, in Italia Instagram è il terzo social network più utilizzato dopo Youtube e Facebook, con circa 27 milioni di utenti nel 2019.⁴

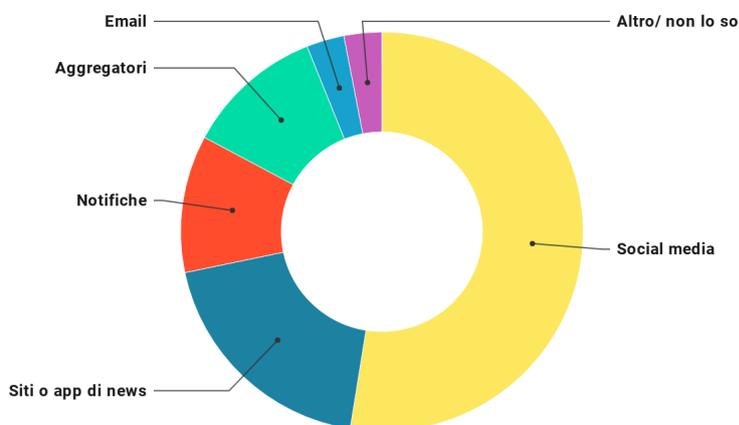


Figura 3.1: grafico relativo al primo contatto giornaliero con le news via smartphone (valori percentuali su 480 persone, dati Reuters).

²Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, *Osservatorio sulle Testate Online, Rapporto 2018*, 2018, p.5

³N. Newman, R. Fletcher, A. Kalogeropoulos, R.K. Nielsen, *Reuters Institute Digital News Report 2019*, 2019, p.16

⁴Dati Audiweb

3.1.2 Le testate

Scopo della ricerca è quello di analizzare le fotografie apparse sulle pagine Instagram relative a 3 categorie: una testata generalista, una specializzata e un'agenzia di stampa. La scelta è stata fatta seguendo un criterio di copertura, valutando il posizionamento delle pagine all'interno del social network sulla base del numero di followers. Non è possibile entrare in merito alla qualità del dato che, considerato il fenomeno distorsivo della compravendita di followers, è quindi da leggersi come aggregato. La scelta delle pagine da analizzare ha incontrato alcuni problemi: non esistono infatti strumenti che mostrino quali testate italiane, siano esse generaliste o specializzate o agenzie stampa, possiedano un account su Instagram. Per questo motivo si è dovuto procedere per gradi, individuando prima quali fossero le riviste con una maggior audience sul web e verificandone in seguito la presenza e il posizionamento sul social network.

*Agenzie stampa: le Agenzie di stampa a carattere nazionale sono i soggetti i cui notiziari siano distribuiti in abbonamento a titolo oneroso, qualunque sia il mezzo di trasmissione utilizzato, ad almeno quindici testate quotidiane in cinque regioni, che abbiano alle loro dipendenze a norma del CCNL più di dieci giornalisti professionisti con rapporto a tempo pieno, indeterminato ed esclusivo, ed effettuino un minimo di 12 ore di trasmissione al giorno per cinque giorni la settimana. Tali soggetti hanno l'obbligo di iscrizione al Registro degli operatori di comunicazione.*⁵ L'elenco pubblico degli operatori della comunicazione redatto da AGCOM riporta 104 realtà alla voce "agenzia a carattere nazionale". Visto il numero non eccessivo, a partire da questa lista è stata controllata la presenza o meno di ogni agenzia su Instagram e, se presente, alla notazione del numero di followers. A seguito di questa valutazione l'agenzia stampa con il maggior numero di followers (573 mila) si è rivelata essere l'ANSA (@agenzia_ansa).

Testata generalista: diversamente che per le agenzie di stampa non esistono liste esaustive e facilmente consultabili delle testate italiane. Il panorama è inoltre complicato dalla distinzione tra giornali cartacei con il corrispettivo sul web e giornali nativi digitali.

⁵Definizione della camera di commercio di Roma

Si è quindi deciso di compilare una lista delle pubblicazioni a più ampia diffusione e controllarne i profili Instagram (se presenti). ADS (Accertamenti Diffusione Stampa) redige mensilmente un elenco dei principali quotidiani nazionali con tiratura superiore alle 50 mila copie con riferimento anche alla loro diffusione sul web. Questa lista non tiene però conto delle principali riviste a fruizione esclusivamente digitale. Esistono poi società come Audiweb e Comscore che raccolgono i dati di audience relativi al mondo editoriale, con riferimento anche a testate operanti solo sul web. Entrambe le società pubblicano classifiche mensili relative all'informazione online, ma questi elenchi non sono comparabili perché basati su metodologie di rilevazione diverse (basti notare come "La Repubblica", prima in classifica secondo le rilevazioni Audiweb, non rientri in quelle Comscore per richiesta esplicita dell'editore). È doveroso inoltre specificare che queste classifiche si riferiscono all'audience complessiva di un brand quindi, utilizzando sempre come esempio "La Repubblica", si fa riferimento all'audience calcolata sull'insieme di "La Repubblica", "L'Espresso", "D.it" e "TrovaCinema". Si è scelto quindi di prendere come riferimento le classifiche mensili del 2019 di Audiweb e annotare le prime cinque testate con le maggiori visualizzazioni ogni mese (Appendice 1). Controllando la presenza sui social di queste riviste e il loro numero di followers si è giunti alla conclusione di includere nella ricerca la pagina Instagram di "La Repubblica" (@larepubblica), seguita da 961 mila persone.

Testata specializzata: partendo dal presupposto che è difficile fornire una definizione univoca di testata "specializzata" si è deciso di scegliere la pagina di National Geographic (@natgeo), seguita da 133 milioni di persone. Questo perché è una delle riviste più conosciute e diffuse con un dichiarato focus sulle tematiche ambientali e scientifiche, nonché un giornale con una particolare cura per la dimensione "fotografia". Inizialmente era stato considerato il profilo italiano della rivista (@natgeo_italia) ma in seguito ad alcune riflessioni la scelta è ricaduta su quello internazionale. Infatti il numero di seguaci della pagina italiana (74,3 mila persone) non è comparabile con quello delle altre due testate prese in esame.

Inoltre vengono pubblicati contenuti non originali, privi di una didascalia esaustiva e con frequenza molto bassa (a volte trascorrono mesi tra un post e l'altro). Infine la presenza nell'analisi di una testata internazionale potrebbe fornire alcuni interessanti spunti di comparazione e riflessione.

3.1.3 La finestra temporale

Alla luce del fatto che i profili selezionati pubblicano post con frequenza giornaliera o maggiore, si è deciso di restringere l'analisi solo a determinati periodi. Sono quindi stati individuati i seguenti eventi significativi inerenti alla tematica del cambiamento climatico nel 2019 e sono stati presi in esame i post pubblicati dai tre giorni prima a tre giorni dopo la data prescelta.

- Scioperi globali per il clima: le manifestazioni del "Fridays for Future" si sono svolte il 15 marzo, il 24 maggio, il 27 settembre e il 29 novembre. Un'eccezione è costituita dalla "Climate Action Week", tenutasi dal 20 al 27 settembre, che è stata interamente considerata ai fini dell'analisi.
- Il discorso di Greta Thunberg all'ONU: il 23 settembre l'attivista svedese Greta Thunberg ha parlato all'apertura del Climate Action Summit a margine dell'Assemblea generale delle Nazioni Unite denunciando l'inattività dei leader del mondo nei confronti dell'emergenza climatica.
- COP25 di Madrid: la 25esima Conferenza Delle Parti (COP) della Convenzione Quadro delle Nazioni Unite sui Cambiamenti Climatici si è tenuta a Madrid dal 2 al 13 dicembre.

Queste finestre temporali si sono rivelate essere significative anche in accordo con i dati raccolti da Google Trends se si analizza la parola chiave "climate change" nel 2019 in Italia. I picchi delle ricerche online si concentrano nelle date focus della ricerca.

Interesse nel tempo di "climate change"

Volume di utilizzo del termine "climate change" in Italia nel 2019

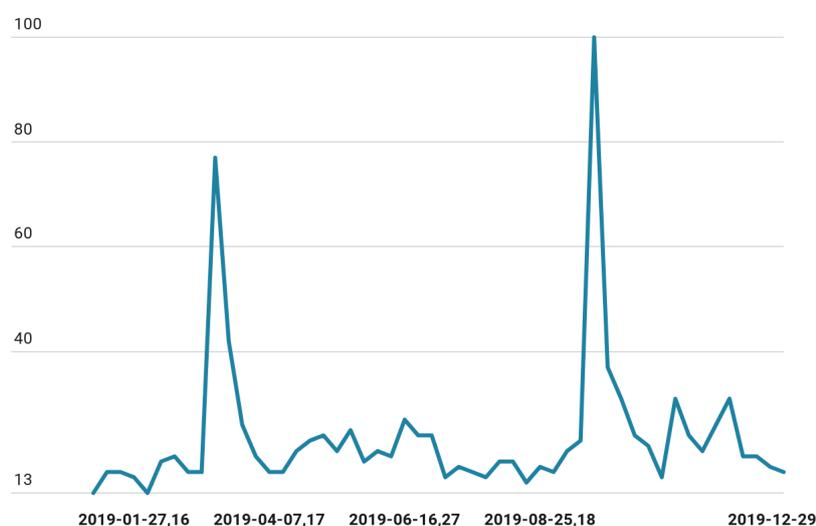


Figura 3.2: grafico relativo alla ricerca della parola chiave "climate change" su Google Trends.

Il solo criterio temporale non è stato sufficiente per ridurre le immagini a un numero adeguato, per questo motivo si è deciso di escludere dalla ricerca anche:

- i video pubblicati nelle date in esame,
- i post sponsorizzati (Instagram permette infatti di pubblicare contenuti a fini commerciali, segnalati da un'apposita dicitura),
- le pagine di giornale (Repubblica, ad esempio, riporta ogni settimana l'immagine della prima pagina del corrispettivo cartaceo),
- le vignette a carattere satirico o umoristico e le illustrazioni,
- i "repost", ovvero la condivisione di un contenuto pubblicato da un'altra pagina.

Nel caso in cui il legame con la tematica del cambiamento climatico fosse ambiguo, sono state considerate le immagini che abbiano riportato un hashtag esemplificativo (ad esempio #climatechange, #clima oppure #environment), o il cui riferimento all'emergenza climatica fosse esplicitato nella didascalia.

3.2 Validazione

Il percorso di strutturazione della griglia non ha solo tenuto conto dell'elaborazione delle domande ma anche della loro validazione, per accertarsi che esse fossero comprensibili a tutti e non soggette a una possibile interpretazione personale. È stato individuato quindi un campione di 6 soggetti casuali che hanno applicato la griglia alla stessa fotografia, per verificare che dessero tutti le medesime risposte. Sono stati accolti poi alcuni suggerimenti, inseriti come integrazione tra le domande.

3.3 La griglia di analisi

La scheda di analisi (Appendice 2) è stata divisa in diverse sezioni che hanno il compito di inquadrare le singole immagini dal punto di vista sia dell'aspetto formale che di quello contenutistico, con un particolare focus sulla tematica che le accomuna, ovvero il cambiamento climatico. La divisione in sezioni ha lo scopo di semplificare l'analisi e la visualizzazione dei dati, ma occorre tenere conto che alcuni aspetti potrebbero mal adattarsi a questa netta distinzione. Infatti la maggior parte delle caratteristiche delle fotografie, seppur non rientrino esplicitamente tra i parametri che descrivono il cambiamento climatico, concorrono alla comprensione della sua comunicazione.

3.3.1 1. Parte generale

Questa sezione della griglia ha lo scopo di raccogliere alcune informazioni generali quali il profilo su cui è apparsa la fotografia e la data di pubblicazione. Inoltre riporta il numero di "mi piace" ricevuti dal post, in modo da poter eventualmente indagare quali fotografie di ogni testata abbiano ottenuto il successo maggiore e riflettere sui motivi. Altro parametro utile all'analisi è quello relativo agli hashtag.

3.3.2 2. La didascalia

In un social media come Instagram, come del resto anche negli altri media, la didascalia svolge un ruolo essenziale nel contestualizzare l'immagine e può offrire un utile supporto alla sua interpretazione. Ad esempio può contenere informazioni quali il titolo o l'autore della fotografia, o fungere da integrazione o esemplificazione del contenuto scientifico, qualora l'immagine da sola non fosse efficace nel veicolare il messaggio.

3.3.3 3. Il luogo e la cornice

In questa sezione vengono analizzate alcune caratteristiche generali della fotografia: il luogo nel quale è stata scattata, se si tratta di un contesto urbano, rurale o naturale e se la scena rappresentata sia statica oppure dinamica. Inoltre è presente una riflessione sulla cornice dell'immagine: dall'inquadratura infatti possono essere stati omessi alcuni elementi, volutamente o meno, la cui presenza può comunque rimanere intuibile. La mancanza di questi elementi può aiutare a comprendere meglio l'interezza della scena di cui la fotografia è solo una piccola porzione.

3.3.4 4. Il tempo

Come è stato spiegato nel paragrafo relativo alla finestra temporale (3.1.3), si è deciso di analizzare fotografie pubblicate in precisi lassi di tempo, corrispondenti alle date di eventi particolarmente salienti legati al clima. Questa sezione indaga, tra le altre cose, se la scena rappresentata sia riconducibile all'evento che ha avuto luogo in quella data o non vi sia invece alcun legame. Questo può essere utile nel valutare se le testate analizzate pubblichino le fotografie come complemento a una notizia, o non siano invece particolarmente interessate al legame con l'attualità.

3.3.5 5. Il soggetto

Il soggetto della fotografia è forse uno dei parametri più importanti. Diversi studi hanno evidenziato come, nel contesto del cambiamento climatico, le immagini che rappresentano persone o animali siano più efficaci di quelle in cui sono assenti, e lo sono ancora di più quando il soggetto rivolge lo sguardo direttamente all'obiettivo. Se sono raffigurate delle persone inoltre, il pubblico tende a privilegiare scienziati, manifestanti, o comunque personalità non conosciute. Nella rappresentazione di politici o personaggi pubblici infatti entrano in gioco fattori di "credibilità" e "autenticità" che spesso ne riducono l'engagement.⁶

3.3.6 6. Il cambiamento climatico

Come è già stato precedentemente illustrato in questo scritto, le immagini che si riferiscono al cambiamento climatico possono essere di diverso tipo: dalle classiche fotografie di un ghiacciaio in scioglimento, a immagini più "originali", il cui collegamento con la tematica non è sempre evidente. Possono raffigurare le cause, gli impatti o le soluzioni relative all'emergenza, sia su scala locale che globale. Le variabili sono molteplici e gli studi faticano a trovare parametri oggettivi riguardo all'efficacia comunicativa delle fotografie sul clima.

3.3.7 7. La forma

Questa sezione analizza alcuni aspetti formali quali la messa a fuoco, l'inquadratura o l'uso della luce e del colore. Nonostante siano puramente tecnici, questi parametri concorrono alla costruzione, volutamente o meno, dell'atmosfera dell'immagine funzionale all'interpretazione del messaggio.

⁶A. Corner, R. Webster, C. Teriete, *Climate Visuals: Seven principles for visual climate change communication (based on international social research)* Oxford: Climate Outreach, 2015

CAPITOLO 4

Risultati

Parte generale:

Una prima considerazione è fornita dal numero di immagini individuate per ogni testata: Il profilo dell'ANSA, nel 2019, ha condiviso 10 post che rispettano i requisiti fissati per l'analisi, Repubblica 22 e National Geographic 18, per un totale di 50 fotografie. Questi dati sono coerenti con il numero di followers delle testate e con il fatto che dal profilo di National Geographic, che conta il seguito maggiore, sono state esclusi molti post, in quanto erano video o contenuti sponsorizzati.

Il titolo delle fotografie non è esplicitato in nessuna didascalia, mentre l'autore compare in maniera diversa a seconda della testata. Nei post dell'ANSA viene citato in merito a una sola immagine (ANSA 3), nel profilo di Repubblica il nome dell'autore, corredato di agenzia di riferimento, compare nella metà delle fotografie (11 su un totale di 22). Per quanto riguarda National Geographic invece, il fotografo viene sempre citato e ne viene anche "taggato" il profilo Instagram personale.

Parlando del numero di "mi piace" è opportuno premettere che questo dato è per forza di cose variabile e quello riportato è il valore trovato alla data dell'analisi. In ogni caso ai fini della discussione è utile conoscere solo l'ordine di grandezza rispetto all'apprezzamento dei post. Le immagini di National Geographic, grazie anche al seguito maggiore, sono quelle in genere più apprezzate, seguite da Repubblica e ANSA.

Nel caso dell'ANSA si spiega di quanti metri si è ritirato il ghiaccio, informazione che seppur minima può essere considerata come un dato scientifico.

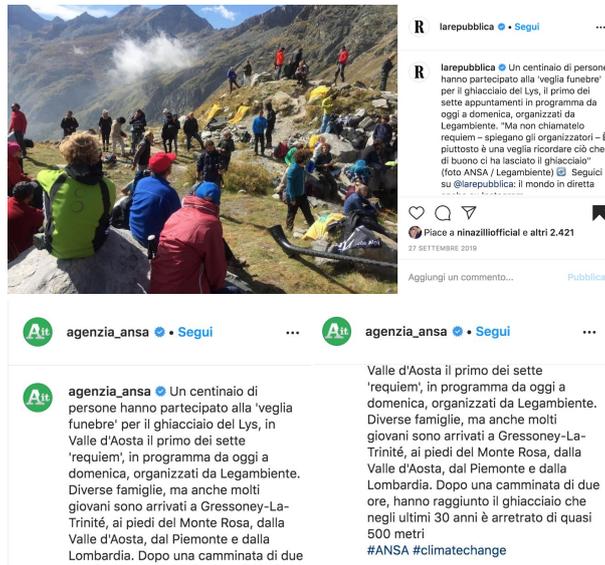


Figura 4.2: didascalie dei post pubblicati da ANSA (ANSA 8) e Repubblica (REP 19) riferiti alla stessa immagine.

Il luogo e la cornice:

Il luogo viene quasi sempre esplicitato da tutte le testate, generalmente tramite la didascalia, raramente tramite lo strumento di geolocalizzazione (solo Repubblica lo utilizza in due casi). Nel 53% delle immagini si tratta di un'ambientazione urbana, soprattutto nei post di Repubblica e ANSA. Le fotografie scattate in un contesto naturale sono invece il 33% e sono principalmente appannaggio di National Geographic, che accoglie anche la totalità delle immagini ambientate in un contesto rurale, il restante 14%. Il calcolo è stato fatto su un totale di 49 fotografie invece di 50 in quanto un'immagine apparsa su National Geographic (NATGEO 6), è stata scattata in studio e non è possibile capire quindi in che contesto ambientale ci si trovi.

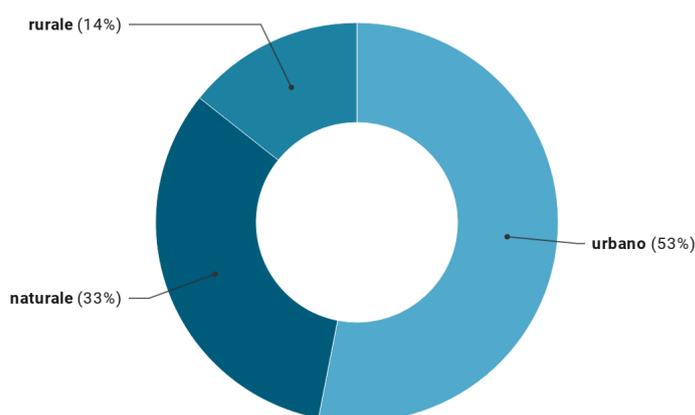


Figura 4.3: grafico relativo ai luoghi rappresentati nelle immagini.

Il tempo:

Dai risultati di questa sezione si può evincere che le testate come ANSA e Repubblica, vista anche la loro natura di agenzia di stampa e quotidiano, hanno un maggior contatto con l'attualità e con il concetto di notizia. Infatti i post da loro pubblicati sono il più delle volte correlati con gli eventi chiave del cambiamento climatico individuati nel paragrafo 3.1.3. National Geographic invece tende a essere più indipendente da questo parametro e pubblica fotografie non strettamente legate agli eventi che accadono di giorno in giorno.

Nel caso di Repubblica inoltre è stato individuato l'uso di immagini d'archivio relative alle notizie che avevano come oggetto Greta Thunberg e le manifestazioni dei "Fridays For Future", un esempio è riportato in figura.



Figura 4.4: esempio di immagine d'archivio (REP 3) pubblicata in concomitanza con l'evento sul clima a cui si riferisce.

Il soggetto:

I dati raccolti per quanto riguarda il soggetto sembrano essere coerenti con quello che riportano gli studi sull'argomento: le persone sono quelle maggiormente rappresentate, seguite da paesaggi, animali e infine oggetti. Vengono parimenti raffigurate persone note e sconosciute, tra quelle note spicca nella quasi totalità delle immagini Greta Thunberg, in una di queste affiancata ad Obama. L'unico altro personaggio noto presente in un post è il Presidente della Repubblica Mattarella. Interessante notare come nelle fotografie di National Geographic non appaiano mai personalità conosciute a esclusione di un post in cui viene raffigurato uno scienziato citandolo con nome e cognome.

Quando compaiono invece persone sconosciute si tratta di manifestanti nella maggior parte dei casi. Molte fotografie di Repubblica e ANSA infatti ritraggono gli avvenimenti degli scioperi sul clima, mentre solo una fotografia di National Geographic è ambientata durante le manifestazioni.

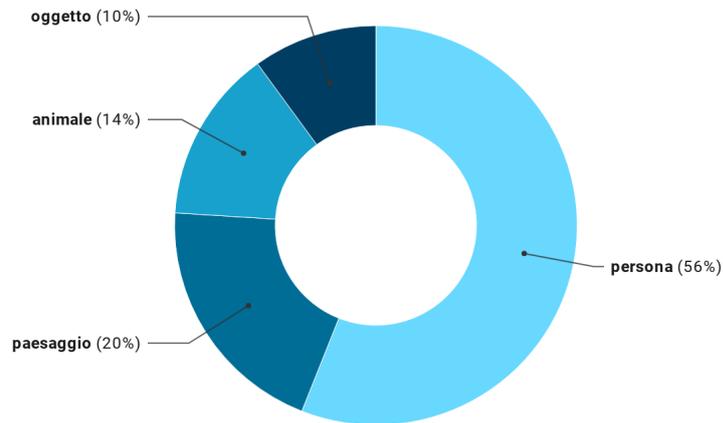


Figura 4.5: grafico esemplificativo della suddivisione dei soggetti delle fotografie.

Gli animali invece, compaiono come soggetto principalmente nelle immagini di National Geographic, e appartengono il più delle volte all'iconografia tradizionale legata al clima, come balene e orsi polari, o comunque a categorie di animali da tutelare, come api e tartarughe. L'unico altro profilo che ha pubblicato l'immagine di un animale è stato quello dell'ANSA, in cui compare un cane durante le manifestazioni per il clima a Bogotà mentre "posa" con un cartello di protesta.

In pochissimi casi si instaura un contatto visivo tra il soggetto e chi guarda la fotografia (in 7 immagini su 50) e, se sono presenti soggetti secondari, raramente interagiscono con quello principale.



Figura 4.6: esempio di due immagini (NATGEO 13 e REP 17) in cui il soggetto instaura un contatto visivo con lo spettatore.

Infine per quanto riguarda gli oggetti, appaiono come soggetto di 5 fotografie. In tre casi si tratta di una riproduzione gonfiabile della Terra, immortalata durante gli scioperi per il clima, si trova poi l'immagine di un murales raffigurante Greta Thunberg e un cartello di protesta.

Il cambiamento climatico:

Quello che risulta subito chiaro osservando questi risultati è come non sempre la correlazione con il cambiamento climatico sia intuibile dall'osservazione della sola immagine, ma si renda necessario il supporto della didascalia, come già chiarito nei paragrafi precedenti. Questo è ancora più evidente quando si analizzano fotografie "originali", che non si riferiscono all'iconografia tradizionale legata al cambiamento climatico. Infatti il 42% delle fotografie pubblicate appartiene a un immaginario "nuovo", e in virtù di questa novità non è sempre chiara a un primo sguardo la loro attinenza con il clima.



Figura 4.7: esempio di immagine (NATGEO 10) non appartenente all'iconografia tradizionale legata al cambiamento climatico.

National Geographic è la testata che più si discosta dalle altre e vede un maggior impiego di immagini originali (14 su 18) rispetto a quelle tradizionali. Per Repubblica e ANSA il trend risulta invece invertito e fanno ricorso il più delle volte a immagini classiche riferite all'emergenza climatica.

L'ambito in cui gli studi di comunicazione visuale discordano maggiormente è quello relativo all'efficacia di immagini riferite alle cause, agli impatti e alle soluzioni del cambiamento climatico, in quanto la reazione delle persone di fronte a queste categorie di fotografie è fortemente soggettiva. Rispetto alle testate analizzate vediamo una predominanza d'uso di immagini relative alle soluzioni, seguite dagli impatti e dalle cause, che compaiono solamente in 2 post. In due casi (NATGEO 17 e REP 12) non è stato possibile determinare l'esatta categoria a cui appartengono le immagini, in quanto nell'insieme costituito dalla fotografia con la didascalia si fa riferimento allo stesso tempo sia agli impatti che alle soluzioni.

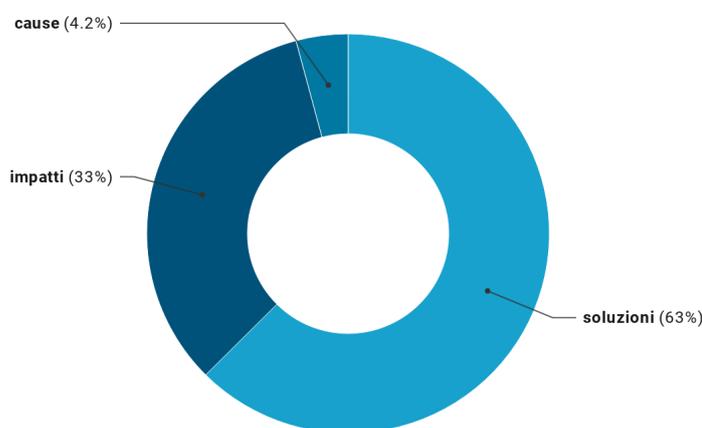


Figura 4.8: grafico relativo alla suddivisione di cause, impatti e soluzioni su un totale di 48 fotografie.

Le immagini che mostrano le soluzioni raffigurano per lo più manifestazioni di protesta, è quindi facilmente intuibile il motivo per cui sono maggiormente presenti sui profili di Repubblica e ANSA. National Geographic al contrario, essendosi focalizzato in misura minore sugli eventi attuali legati al clima, mostra un maggior numero di immagini correlate con gli impatti del cambiamento climatico.

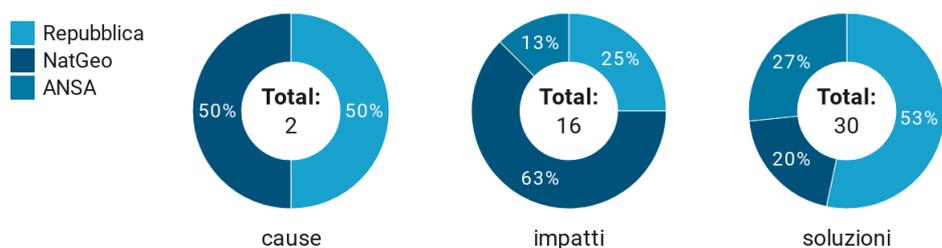


Figura 4.9: suddivisione delle fotografie per singola testata.

Dall'analisi dei post inoltre si evince che la maggior parte delle rappresentazioni del cambiamento climatico riguardano un contesto globale (60% dei casi). Questo dato è facilmente supportato dal fatto che le immagini più utilizzate sono quelle relative alle soluzioni, e tra queste la maggior parte raffigura le manifestazioni per il clima che, mai come nel 2019, hanno avuto rilevanza globale. National Geographic invece si discosta dalle altre due testate, prediligendo immagini in cui il clima è riferito a un contesto locale. Questo è coerente con il fatto che nei suoi post sono gli impatti a essere maggiormente raffigurati, e per definizione di solito interessano una zona geograficamente localizzata.

Infine in questa sezione si inserisce una riflessione sull'atmosfera, le emozioni e gli stati d'animo trasmessi dalle fotografie. Generalmente l'atmosfera complessiva trasmessa dalle immagini oscilla tra il positivo e il neutrale, e solo in 10 casi è negativa. La maggior parte dei post che trasmettono un'atmosfera negativa è pubblicata da National Geographic, anche in accordo con il fatto che detiene il maggior numero di immagini raffiguranti gli impatti del cambiamento climatico che non possono che essere negativi.

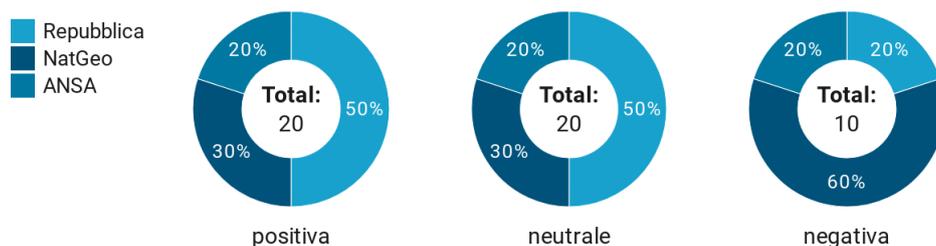


Figura 4.10: suddivisione dell'atmosfera delle immagini per singola testata.

Non sempre è facilmente individuabile l'emozione evocata dalle immagini, per questo nell'analisi di molte fotografie si è fatto riferimento alla risposta "altro". Le restanti risultano evocare principalmente gioia, in riferimento soprattutto alle immagini positive e allegre dei ragazzi partecipanti agli scioperi per il clima. In alcuni casi appare anche la tristezza, seguita da rabbia paura e sorpresa. Infine la maggior parte delle immagini utilizzate trasmettono necessità di agire rispetto a inerzia e rassegnazione, stati d'animo che compaiono principalmente nelle immagini di National Geographic per i motivi illustrati in precedenza.

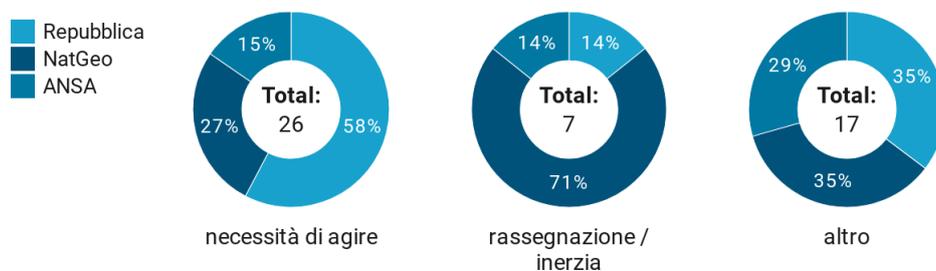


Figura 4.11: suddivisione degli stati d'animo trasmessi dalle immagini per singola testata.

La forma:

Per quanto concerne gli aspetti formali si ravvisa una certa omogeneità: in funzione di quello che si vuole rappresentare variano di volta in volta fattori come la messa a fuoco, l'angolo di campo e l'inquadratura. È curioso notare come sia particolarmente prediletto un punto di vista di tre quarti rispetto al soggetto e come non vi siano fotografie in bianco e nero. La luce naturale è la più diffusa, in quanto sono pochissime le immagini ambientate in luoghi chiusi. È interessante inoltre come l'illuminazione giochi una grande influenza sull'atmosfera dell'immagine: luci contrastate, dure e scarse sono solitamente correlate a un'atmosfera negativa, mentre luci più diffuse e forti a una positiva. La regola dei terzi è rispettata la maggior parte delle volte e ciò è coerente con il fatto che gli autori di queste fotografie sono in molti casi professionisti. Particolarmente rilevanti sono i dati relativi alla "messa in scena" dell'immagine: se la maggior parte delle fotografie raffigura correttamente la realtà, alcune sembrano frutto di una manipolazione prima dello scatto, ovvero sembra essere stato il fotografo a "costruire" l'immagine o a fornire eventuali indicazioni al soggetto.

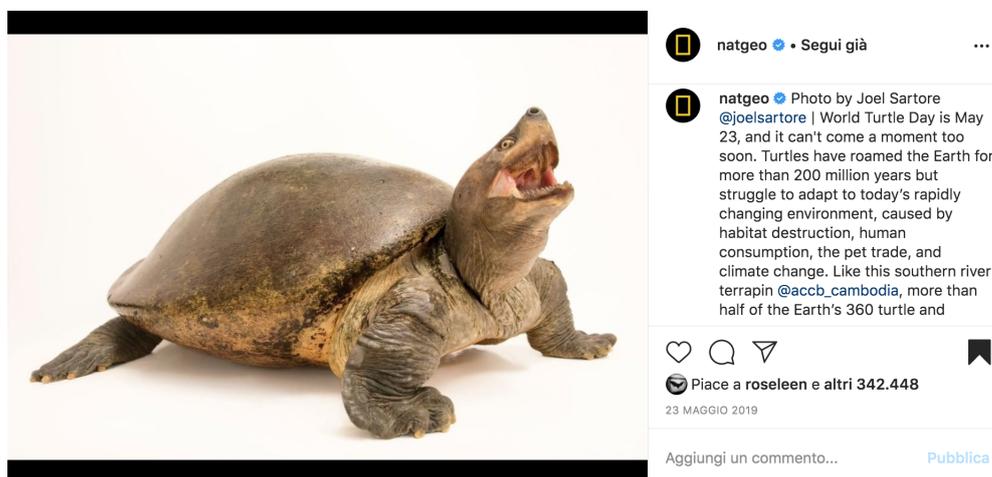


Figura 4.12: esempio di immagine (NATGEO 6) in cui la scena è stata allestita.

Infine in alcuni post sono visibili elementi di fotoritocco: in molti casi non alterano in maniera sostanziale l'immagine, ma si limitano a modificare parametri quali l'esposizione, la saturazione e il contrasto, al fine di migliorarne l'estetica senza comprometterne il significato. In tre casi invece Repubblica ha apportato modifiche sostanziali applicando una didascalia sopra l'immagine. Queste frasi, apposte su fotografie raffiguranti Greta Thunberg, modificano in qualche modo quello che poteva essere il messaggio originale, veicolandone uno differente.

CAPITOLO 5

Discussione e conclusione

L'analisi delle immagini ha permesso di indagare le diverse strategie comunicative, messe in campo volutamente o meno, dalle testate oggetto della ricerca. In generale i risultati hanno confermato la loro natura differente: i profili di ANSA e Repubblica fanno capo a un quotidiano e a un'agenzia di stampa, che per definizione sono più attenti al fattore notizia e al legame con l'attualità. National Geographic, per la sua indole di rivista vicina ai temi di scienza e ambiente, può invece permettersi di utilizzare le immagini pubblicate su Instagram come un pretesto per approfondire un determinato argomento. Ciò è anche confermato dal fatto che, a differenza delle altre due, nella quasi totalità delle sue immagini è veicolato un contenuto scientifico.

Le tre testate si differenziano anche in relazione al soggetto raffigurato: ANSA e Repubblica prediligono le persone, National Geographic paesaggi e animali. Questi dati sono parzialmente in accordo con le ricerche condotte fino a oggi relative all'efficacia delle immagini legate al clima. La maggior parte degli studi evidenziano come siano più diffuse, e anche più efficaci, le immagini che raffigurano le persone, e tra queste siano favorite le rappresentazioni di gente comune rispetto a personaggi noti. Repubblica e ANSA sembrano seguire questo trend, e prediligono personaggi sconosciuti (di solito manifestanti) come soggetto delle fotografie. National Geographic, seppur preferisca le immagini di paesaggi e animali, quando pubblica fotografie che raffigurano persone, queste non sono personaggi noti.

È interessante notare come in pochissime immagini il soggetto instauri un contatto visivo con l'osservatore, quando tutti gli studi invece hanno concordato sull'efficacia di questo parametro.

Il discorso risulta complesso anche per quel che riguarda il tema comune, ovvero il cambiamento climatico. È curioso come, diversamente da quanto evidenziato dagli studi in merito, siano in questa ricerca più diffuse le immagini che raffigurano le soluzioni. Infatti, per spingere le persone all'azione e convincerle della gravità della tematica, sono sempre state maggiormente utilizzate le rappresentazioni di impatti, come ghiacciai in scioglimento o eventi climatici estremi. Questo tipo di immagini sembrano, dai dati raccolti, essere state in parte abbandonate per fare posto alle rappresentazioni di soluzioni, che non sono solamente le manifestazioni di protesta, ma anche metodi alternativi in agricoltura o nella produzione e uso dell'energia. Se l'obiettivo di chi utilizza l'immagine è accrescere l'interesse per la tematica e favorire una presa di coscienza da parte delle persone, i risultati ottenuti sembrano mostrare come le fotografie connesse con le soluzioni abbiano una maggior efficacia in tal senso.



Figura 5.1: esempio di immagine (NATGEO 18) appartenente alla categoria delle soluzioni del cambiamento climatico.

Come spesso accade, National Geographic si discosta, perché vede parte dei suoi post concentrarsi sugli impatti del cambiamento climatico. Questo è il motivo per cui molte delle sue fotografie sono associate a un'atmosfera negativa e a emozioni di paura e tristezza che si traducono in un sentimento di inerzia e rassegnazione. Sarebbe interessante ampliare la ricerca concentrandosi sull'effettiva efficacia di queste fotografie, per comprendere se sia un trend riscontrabile in tutte le immagini relative al clima pubblicate da National Geographic, o se sia un caso dovuto ai criteri di selezione di questa analisi. Inoltre ci si potrebbe interrogare sulla consapevolezza della testata rispetto all'atmosfera, le emozioni e gli stati d'animo che le immagini pubblicate, tra quelle analizzate, trasmettono.

Anche gli aspetti formali evidenziano le differenze tra le varie testate: i post pubblicati da ANSA e Repubblica rispettano in misura minore canoni estetici, quali la regola dei terzi, e non sono solitamente individuabili elementi di fotoritocco. Questo potrebbe essere indice del fatto che l'obiettivo primario è la veicolazione del messaggio, la maggior parte delle volte costituito da una notizia, rispetto a presentare un'immagine che risponda a determinati requisiti estetici. Stessa cosa non si può dire di National Geographic, dove la bellezza delle immagini e l'efficacia del messaggio spesso si equivalgono e si supportano a vicenda. Inoltre i post di ANSA e Repubblica, essendo fortemente connessi con l'attualità, non hanno probabilmente sempre l'opportunità di essere pianificati per tempo, al contrario di quel che accade per National Geographic. Questo potrebbe essere anche uno dei motivi, insieme all'approccio italiano al fotogiornalismo, per cui le didascalie delle prime due testate sono generalmente più brevi e meno elaborate.

Alla riflessione sulle differenze comunicative di ogni testata rispetto alle altre, se ne può inoltre accostare una più ampia rispetto all'evoluzione della comunicazione visuale del cambiamento climatico. Confrontando infatti i dati raccolti dall'analisi con ciò che gli studi sul tema hanno segnalato si intravedono alcune dissonanze, in parte già esplicitate nei precedenti capitoli. In generale, seppur tramite elementi diversi, tutte e tre le testate presentano delle novità rispetto all'immaginario fino a oggi utilizzato.

Queste novità, dalla predilezione per le fotografie connesse con le soluzioni, per ANSA e Repubblica, all'abbandono dell'iconografia tradizionale in favore di immagini originali, per quanto riguarda National Geographic, potrebbero essere riconducibili a molteplici fattori. Come è già stato detto, il 2019 è stato un anno emblematico per quel che riguarda la discussione sul clima, e tutti i cambiamenti legati alla comunicazione dell'argomento avvenuti nell'ultimo anno non hanno fatto che concorrere al mutamento del suo apparato visuale. Basti pensare ad esempio come Greta Thunberg stia assumendo sempre più il ruolo di simbolo iconografico, prova che l'immaginario si sta adattando agli eventi che si susseguono.

In conclusione, le parziali inversioni dei trend legati agli immaginari visuali del clima possono essere letti come un'evidenza, spesso inconsapevole, di questo mutamento. L'adozione sempre maggiore di fotografie che raffigurano le soluzioni può essere ricondotta in parte alla sempre più crescente attenzione per i movimenti di protesta e per la scoperta di tecniche innovative per fronteggiare l'emergenza, l'iconografia originale alla ricerca di nuove narrazioni. Probabilmente è troppo presto per capire se le differenze riscontrate appartengano a un'evoluzione generale delle immagini del clima, o se invece rappresentino solamente un evento isolato. Rimane comunque l'importanza di approfondire con ulteriori studi la portata comunicativa di un argomento così permeante, complesso e sfaccettato come il cambiamento climatico.

CAPITOLO 6

Appendici metodologiche

6.1 Appendice 1

	1	2	3	4	5
gennaio	Repubblica	Corriere	TGCOM24	Fanpage	Messaggero
febbraio	Repubblica	TGCOM24	Corriere	Upday	Gazzetta dello Sport
marzo	Repubblica	Corriere	TGCOM24	Upday	Gazzetta dello Sport
aprile	Repubblica	TGCOM24	Corriere	Upday	Gazzetta dello Sport
maggio	Repubblica	Corriere	Gazzetta dello Sport	TGCOM24	Upday
giugno	Repubblica	Corriere	Upday	TGCOM24	Gazzetta dello Sport
luglio	Repubblica	Corriere	TGCOM24	Upday	Gazzetta dello Sport
agosto	Repubblica	Corriere	Gazzetta dello Sport	Upday	TGCOM24
settembre	Repubblica	Upday	Corriere	Gazzetta dello Sport	TGCOM24
ottobre	Repubblica	Upday	Corriere	TGCOM24	Gazzetta dello Sport
novembre	Repubblica	Corriere	Upday	TGCOM24	Gazzetta dello Sport
dicembre	Repubblica	Upday	Corriere	TGCOM24	Gazzetta dello Sport

1. La Repubblica (@larepubblica): 986 mila followers
2. Fanpage.it (@fanpage.it): 984 mila followers
3. TGCOM24 (@tgcom24): 690 mila followers
4. Corriere della Sera (@corriere): 616 mila followers
5. Il Messaggero (@ilmessaggero.it): 133 mila followers
6. Upday: non possiede una pagina Instagram

*I dati relativi al numero di followers sono stati raccolti il 20 marzo 2020.

6.2 Appendice 2

La griglia di analisi

1. parte generale

- (a) testata
- (b) data di pubblicazione
- (c) titolo (se presente nella didascalia)
- (d) autore (e agenzia o testata se specificata)
- (e) numero di "mi piace"
- (f) hashtag

2. la didascalia

- (a) la didascalia è funzionale alla comprensione dell'immagine? sì / no
- (b) la didascalia è coerente con l'immagine rappresentata? sì / no
- (c) la didascalia veicola un contenuto scientifico? sì / no

3. il luogo e la cornice

- (a) il luogo è identificabile? sì / no
- (b) se sì dove è stata scattata?
- (c) l'immagine è ambientata in un:
 - contesto naturale
 - contesto urbano
 - contesto rurale

(d) l'immagine rappresenta una scena:

- statica
- dinamica

(e) c'è qualcosa che si intuisce essere rimasto fuori dall'inquadratura (volutamente o no)? sì / no

4. il tempo

(a) rispetto alla data di pubblicazione, il contenuto dell'immagine è correlabile a un evento chiave sul cambiamento climatico che ha avuto luogo nello stesso intervallo temporale? sì / no

(b) l'immagine:

- è un'immagine d'archivio o di stock
- è stata scattata durante l'evento descritto

5. il soggetto

(a) Il soggetto principale è:

- una persona
- un animale
- un paesaggio
- un oggetto

(b) sfondo e primo piano:

- cosa compare dietro al soggetto?
- cosa compare davanti al soggetto?

(c) nel caso di una persona si tratta di:

- persona nota (politico, tecnico, ricercatore/scienziato, attivista)
- persona sconosciuta (manifestante, cittadino, passante, ecc.)

(d) nel caso sia un animale, che animale è raffigurato?

- (e) il soggetto è raffigurato in:
- primo o primissimo piano
 - busto o mezzo busto
 - piano americano (l'inquadratura parte da metà coscia) o figura intera
- (f) si instaura un contatto visivo tra l'osservatore e il soggetto dell'immagine? sì / no
- (g) sono presenti soggetti secondari (elementi in secondo piano rappresentati nell'immagine, non direttamente coinvolti nella comunicazione del messaggio)? sì / no
- (h) se presenti, interagiscono con il soggetto principale? sì / no

6. il cambiamento climatico

- (a) la correlazione con il cambiamento climatico è facilmente intuibile osservando la sola immagine? (senza quindi considerare il contenuto della didascalia) sì / no
- (b) l'immagine, nel suo insieme con la didascalia, veicola un contenuto scientifico? sì / no
- (c) l'immagine:
- si basa su immaginari consolidati del cambiamento climatico
 - è un tipo di immagine originale, che racconta una storia nuova
- (d) l'immagine è riferibile alle:
- cause del cambiamento climatico
 - impatti del cambiamento climatico
 - soluzioni al cambiamento climatico
- (e) il contesto nel quale si inserisce il cambiamento climatico è:
- locale
 - globale

(f) l'atmosfera trasmessa è:

- positiva
- negativa
- neutrale

(g) l'immagine evoca emozioni quali:

- rabbia
- disgusto
- disprezzo
- paura
- tristezza
- gioia
- sorpresa
- altro

(h) l'immagine suggerisce i seguenti stati d'animo:

- rassegnazione, inerzia
- necessità di reagire e passare all'azione
- altro

7. la forma

(a) messa a fuoco:

- piani specifici
- l'intera immagine

(b) punto di vista rispetto al soggetto:

- dal basso
- dall'alto
- dalla stessa altezza
- da vicino

- da lontano
- da davanti
- da dietro
- di lato
- di tre quarti

(c) l'inquadratura (angolo di campo) è:

- stretta
- ampia

(d) elementi ricorrenti che caratterizzano l'immagine (composizione):

- linee
- forme
- texture
- pattern
- colori
- ripetizioni
- nessuno

(e) l'immagine è in bianco e nero? sì / no

(f) l'Illuminazione:

- naturale / artificiale
- uniforme / localizzata
- diffusa e morbida / contrastata e dura
- forte / soffusa o scarsa

(g) la composizione dell'immagine soddisfa la cosiddetta "regola dei terzi"? sì / no

(h) a una prima analisi l'immagine sembra:

- rappresentare correttamente la realtà
- essere frutto di una qualche manipolazione (prima, durante o dopo lo scatto fotografico)

(i) è visibile qualche elemento di fotoritocco? sì / no

(j) se sì, la correzione:

- riguarda parametri come l'esposizione, il contrasto o la saturazione e che non alterano in maniera radicale l'immagine
- riguarda modifiche sostanziali, quali la rimozione o l'inserimento di elementi oppure un ritaglio dell'immagine, tale da compromettere il significato originale

6.3 Appendice 3

1. Parte generale

	titolo	autore	mi piace	hashtag
ANSA 1	/		10.574	#sardegna #climatechange
ANSA 2	/		2.600	#ANSA #scienza #clima #climatechange
ANSA 3	/		1.530	#clima #mondo #climatestrike #fridayforfuture #greta #ANSA
ANSA 4	/	Mauricio Dueñas Castañeda	1.498	
ANSA 5	/		8.172	#greta #gretathunberg #climateaction #climateactions summit #ONU #ANSA #ANSAPhoto #ANSAPic #photo #picture #photography #photographer
ANSA 6	/		1.764	#ANSA #climatechange #clima #ambiente
ANSA 7	/		3.392	#fridaysforfuture
ANSA 8	/		1.540	#ANSA #climatechange
ANSA 9	/		2.805	#cop25 #onu #madrid
ANSA 10	/		3.645	#ANSA #greta #cop25
ANSA 11	/		2.500	#clima #cop25 #gretathunberg #guterres #ANSA

	titolo	autore	mi piace	hashtag
REP 1	/	Francesco Ammendola / Ufficio Stampa Quirinale / LaPresse	5.550	#mattarella #ambiente #cambiamentoclimatico #climatechange #globalwarming
REP 2	/		15.052	#gretathunberg #clima #fridaysforfuture #climatechange
REP 3	/		14.329	#fridaysforfuture #schoolsstrike4climate #climateStrike #gretathunberg #clima #scioperoclima
REP 4	/		25.192	#clima #foto #fridaysforfuture #climatechange #studenti
REP 5	/	Vincenzo Tersigni/ F3Press	19.776	#fridayforfuture #schoolsstrike4climate #climatestrike #gretathunberg #clima #scioperoclima
REP 6	/		12.872	#fridayforfuture #schoolsstrike4climate #climatestrike #gretathunberg #clima #scioperoclima
REP 7	/		9.606	#whashington #onu
REP 8	/	EPA / Lukas Coch	1.730	#australia #globalstrike4 #gretathunberg #canberra #zeroemissioni
REP 9	/		4.140	#weekforfuture #seawatch #carolaraketete
REP 10	/	AFP/ Denis Lovovric	4.010	#fridaysforfutures #schoolstrike4climate
REP 11	/	Reuters / Carlos Jasso	4.018	#climatechange #climatestrike
REP 12	/		29.858	
REP 13	/	AGF	4.454	#greenpeace #sciopero
REP 14	/	AFP / Yasin Akgul	15.818	
REP 15	/	AP photo / Felipe Dana	3.600	#clima #oceani #ipcc #globalwarming #emissioni #mare
REP 16	/	AGF	17.504	#fridaysforfuture
REP 17	/	eikon / Michele Lapini	27.807	#fridaysforfuture #bologna
REP 18	/		12.167	#fridaysforfuture #milano #gretathunberg
REP 19	/		2.423	
REP 20	/		9.140	#balckfriday #fridaysforfuture #gretathunberg
REP 21	/	AFP	6.909	#ocean #oceanpollution #india #pollution
REP 22	/		8.564	#gretathunberg #fridaysforfuture

	titolo	autore	mi piace	hashtag
NATGEO 1	/	Adam Ferguson	323.753	#adamferguson #natgeo #environment #climatechange
NATGEO 2	/	Luca Locatelli	273.864	#anthropocene #italy #marble #mountains #environment
NATGEO 3	/	James Balog	350.025	
NATGEO 4	/	Stephen Wilkes	886.534	#daytonight #stephenwilkes #sevenwonders #nationalpark #landscape #panorama
NATGEO 5	/	Paul Nicklen	341.266	#bowhead #arctic #ocean #underwaterphotography
NATGEO 6	/	Joel Sartore	342.797	#worldturtleday #photoark #savetogheter
NATGEO 7	/	Simon Norfolk	238.831	#photojournalism #documentaryphotography #simonnorfolk #ice #climatechange
NATGEO 8	/	Katie Orlinsky	217.994	
NATGEO 9	/	VII photo Agency	235.287	
NATGEO 10	/	Katie Orlinsky	191.505	
NATGEO 11	/	Steve Winter	462.210	
NATGEO 12	/	David Doubilet	565.607	#ocean #coral #climatechange #coralreefshtroughtheLensofetime
NATGEO 13	/	Katie Orlinsky	694.670	
NATGEO 14	/	Amber Bracken	191.234	#youthforclimate #savethebees #eatlocal #thinkglobalactlocal
NATGEO 15	/	Paul Nicklen	665.539	#turningthetide #extinctionendshere #whaletile
NATGEO 16	/	Ian Teh	229.365	#solarpower #desert #climatechange
NATGEO 17	/	Simon Norfolk	234.449	#glaciers #rhoneglaciers #switzerland #climatechange #globalwarming
NATGEO 18	/	Sara Hylton	235.450	#india #climatechange #resilience

2. La didascalia

testata	a	b	c
ANSA 1	sì	sì	no
ANSA 2	sì	sì	no
ANSA 3	sì	sì	no
ANSA 4	sì	sì	no
ANSA 5	sì	sì	no
ANSA 6	sì	sì	sì
ANSA 7	sì	sì	no
ANSA 8	sì	sì	sì
ANSA 9	sì	sì	no
ANSA 10	sì	sì	no

testata	a	b	c
REP 1	sì	sì	sì
REP 2	sì	sì	no
REP 3	sì	sì	no
REP 4	sì	sì	no
REP 5	sì	sì	no
REP 6	sì	sì	no
REP 7	sì	sì	no
REP 8	sì	sì	no
REP 9	sì	sì	no
REP 10	sì	sì	no
REP 11	sì	sì	no
REP 12	sì	sì	sì
REP 13	sì	sì	sì
REP 14	sì	sì	no
REP 15	sì	sì	sì
REP 16	sì	sì	no
REP 17	sì	sì	no
REP 18	sì	sì	no
REP 18	sì	sì	no
REP 19	sì	sì	no

testata	a	b	c
REP 20	si	si	no
REP 21	si	si	si
REP 22	si	si	no

testata	a	b	c
NATGEO 1	si	si	si
NATGEO 2	si	si	si
NATGEO 3	si	si	si
NATGEO 4	si	si	si
NATGEO 5	si	si	si
NATGEO 6	si	si	si
NATGEO 7	si	si	si
NATGEO 8	si	si	si
NATGEO 9	si	si	no
NATGEO 10	si	si	si
NATGEO 11	si	si	si
NATGEO 12	si	si	si
NATGEO 13	si	si	si
NATGEO 14	si	si	no
NATGEO 15	si	si	si
NATGEO 16	si	si	si
NATGEO 17	si	si	si
NATGEO 18	si	si	si

3. Il luogo e la cornice

testata	a	b	c	d	e
ANSA 1	sì	Sardegna	urbano	statica	sì
ANSA 2	sì	congresso americano	urbano	dinamica	sì
ANSA 3	no	/	urbano	dinamica	sì
ANSA 4	sì	Bogotà	urbano	statica	sì
ANSA 5	sì	Summit Onu	urbano	dinamica	no
ANSA 6	sì	Monte Bianco	naturale	statica	no
ANSA 7	no	/	urbano	dinamica	sì
ANSA 8	sì	Valle d'Aosta	naturale	dinamica	sì
ANSA 9	sì	Lisbona	naturale	dinamica	sì
ANSA 10	no	/	urbano	statica	sì

testata	a	b	c	d	e
REP 1	no	/	naturale	statico	sì
REP 2	no	/	urbano	dinamico	sì
REP 3	no	/	urbano	statico	sì
REP 4	no	/	urbano	dinamico	sì
REP 5	no	/	urbano	dinamico	sì
REP 6	no	/	urbano	dinamico	sì
REP 7	sì	Washington D.C.	urbano	dinamico	sì
REP 8	sì	Canberra	urbano	statico	sì
REP 9	no	/	urbano	dinamico	sì
REP 10	no	/	urbano	dinamico	sì
REP 11	sì	Città del Messico	urbano	dinamico	sì
REP 12	sì	Summit Onu	urbano	dinamico	no
REP 13	sì	Roma, Ministero dell'Agricoltura	urbano	dinamico	sì
REP 14	sì	Istanbul	urbano	dinamico	no
REP 15	no	/	naturale	statico	no
REP 16	sì	Roma	urbano	dinamico	sì
REP 17	sì	Bologna	urbano	dinamico	sì
REP 18	sì	Milano	urbano	dinamico	sì
REP 19	sì	Valle d'Aosta	naturale	dinamico	sì
REP 20	no	/	urbano	dinamico	sì
REP 21	sì	Marina beach (India)	naturale	dinamico	sì
REP 22	sì	Torino	urbano	dinamico	sì

testata	a	b	c	d	e
NATGEO 1	si	Thane River (India)	rurale	dinamica	si
NATGEO 2	si	Valle di Torano (Carrara)	naturale	statica	no
NATGEO 3	si	California	naturale	dinamica	no
NATGEO 4	si	Grand Canyon	naturale	statica	si
NATGEO 5	si	Canadian Arctic	naturale	dinamica	no
NATGEO 6	no	/	/	dinamica	no
NATGEO 7	si	Indian Himalaya	naturale	statica	si
NATGEO 8	si	Siberia	naturale	statica	no
NATGEO 9	si	Manhattan	urbano	dinamica	si
NATGEO 10	si	Siberia	rurale	statica	si
NATGEO 11	si	Svalbard	rurale	dinamica	si
NATGEO 12	si	Grande barriera corallina Queensland	naturale	statica	si
NATGEO 13	si	Siberia	rurale	statica	si
NATGEO 14	si	Lacombe, Canda	rurale	dinamica	si
NATGEO 15	si	Antarctica	naturale	dinamica	si
NATGEO 16	si	Ningxia (Cina)	rurale	statica	si
NATGEO 17	si	Rhone Glacier (Svizzera)	naturale	statica	si
NATGEO 18	si	India	rurale	dinamica	si

4. Il tempo

testata	a	b
ANSA 1	sì	durante l'evento
ANSA 2	sì	durante l'evento
ANSA 3	sì	durante l'evento
ANSA 4	sì	durante l'evento
ANSA 5	sì	durante l'evento
ANSA 6	no	/
ANSA 7	sì	durante l'evento
ANSA 8	no	/
ANSA 9	no	/
ANSA 10	sì	durante l'evento

testata	a	b
REP 1	no	/
REP 2	sì	immagine d'archivio
REP 3	sì	immagine d'archivio
REP 4	sì	durante l'evento
REP 5	sì	durante l'evento
REP 6	sì	immagine d'archivio
REP 7	sì	durante l'evento
REP 8	sì	durante l'evento
REP 9	sì	durante l'evento
REP 10	sì	durante l'evento
REP 11	sì	durante l'evento
REP 12	sì	durante l'evento
REP 13	sì	durante l'evento
REP 14	sì	/
REP 15	no	/
REP 16	sì	durante l'evento
REP 17	sì	durante l'evento
REP 18	sì	durante l'evento
REP 19	no	/
REP 20	sì	durante l'evento
REP 21	no	/
REP 22	sì	durante l'evento

testata	a	b
NATGEO 1	no	/
NATGEO 2	no	/
NATGEO 3	no	/
NATGEO 4	no	/
NATGEO 5	no	/
NATGEO 6	no	/
NATGEO 7	no	/
NATGEO 8	no	/
NATGEO 9	sì	durante l'evento
NATGEO 10	no	/
NATGEO 11	no	/
NATGEO 12	no	/
NATGEO 13	no	/
NATGEO 14	no	/
NATGEO 15	no	/
NATGEO 16	no	/
NATGEO 17	no	/
NATGEO 18	no	/

5. Il soggetto

testata	a	b	c	d	e	f	g	h
ANSA 1	persona	in primo piano il cartello retto dalla persona, sullo sfondo delle auto	persona sconosciuta (bambino manifestante)	/	figura intera	si	no	/
ANSA 2	persona	in primo piano le targhe con i nomi, sullo sfondo i partecipanti all'assemblea	persona nota (Greta Thunberg)	/	mezzo busto	no	si	no
ANSA 3	oggetto (riproduzione della Terra)	in primo piano e sullo sfondo dei manifestanti	/	/	/	/	si	si
ANSA 4	animale	sullo sfondo delle persone	/	cane	/	/	no	/
ANSA 5	persona	in primo piano un microfono e un leggio	persona nota (Greta Thunberg)	/	busto	no	no	/
ANSA 6	paesaggio	/	/	/	/	/	no	/
ANSA 7	persona	sullo sfondo la folla di manifestanti	persona sconosciuta	/	mezzo busto	no	si	no
ANSA 8	persone	sullo sfondo le montagne	persone sconosciute	/	figura intera	no	si	no
ANSA 9	persona	sullo sfondo una barca	persona nota (Greta Thunberg)	/	figura intera	si	no	/
ANSA 10	persona	sullo sfondo un vagone di un treno	persona nota (Greta Thunberg)	/	figura intera	no	no	/

testata	a	b	c	d	e	f	g	h
REP 1	persona	dsullo sfondo la vista dei monti	persona nota (Mattarella)	/	primo piano	no	no	/
REP 2	persona	sullo sfondo delle persone	persona nota (Greta Thunberg)	/	mezzo busto	sì	no	/
REP 3	persona	sullo sfondo un cartello di protesta	persona nota (Greta Thunberg)	/	mezzo busto	sì	no	/
REP 4	persona	sullo sfondo folla e città	persona sconosciuta (manifestante)	/	mezzo busto	no	sì	no
REP 5	oggetto (riproduzione della Terra)	sullo sfondo la città	/	/	/	/	sì	sì
REP 6	persona	sullo sfondo una folla	persona nota (Greta Thunberg)	/	mezzo busto	no	sì	no
REP 7	persone	sullo sfondo un ufficio	persone note (Greta Thunberg, Obama)		figura intera	no	no	/
REP 8	oggetto	sullo sfondo il cielo e gli alberi		/	/	/	no	/
REP 9	persona	primo piano microfono, sullo sfondo altre persone	persona sconosciuta (manifestante)	/	piano americano	no	sì	no
REP 10	persone	primo piano i cartelli, sullo sfondo la Terra gonfiabile	persona sconosciuta (manifestante)	/	mezzo busto	no	sì	no
REP 11	persona	sullo sfondo un palazzo istituzionale	persona sconosciuta (manifestante)	/	figura intera	no	sì	no

REP 12	persona	sfondo neutro	persona nota (Greta Thunberg)	/	mezzo busto	no	no	/
REP 13	persona	la rappresentazione di un maiale	persona sconosciuta (manifestante)	/	figura intera	si	no	/
REP 14	oggetto (murales)	in primo piano un'auto e un passante	/	/	/	/	si	no
REP 15	paesaggio	/	/	/	/	/	/	/
REP 16	persona	sullo sfondo manifestanti	persona sconosciuta (manifestante)	/	mezzo busto	no	si	no
REP 17	persona	sullo sfondo manifestanti	persona sconosciuta (manifestante)	/	mezzo busto	si	si	no
REP 18	oggetto (riproduzione della Terra)	sullo sfondo il Duomo di Milano, in primo piano la folla	/	/	/	/	si	si
REP 19	persone	sullo sfondo le montagne	persone sconosciute	/	figura intera	no	si	no
REP 20	persona	sullo sfondo manifestanti e un palazzo	persona sconosciuta (manifestante)	/	piano americano	no	si	no
REP 21	persona	in primo piano la schiuma, sullo sfondo una città	persona sconosciuta	/	figura intera	no	si	no
REP 22	persona	sullo sfondo un cartello di protesta	persona nota (Greta Thunberg)	/	busto	no	no	/

testata	a	b	c	d	e	f	g	h
NATGEO 1	persone	sullo sfondo persone e barche	sconosciuta	/	figura intera	no	no	/
NATGEO 2	paesaggio	/	/	/	/	/	no	/
NATGEO 3	paesaggio	/	/	/	/	/	no	/
NATGEO 4	paesaggio	/	/	/	/	/	si	no
NATGEO 5	animale	sullo sfondo l'oceano e uno strato di ghiaccio	/	balena	/	no	no	/
NATGEO 6	animale	/	/	tartaruga	/	no	no	/
NATGEO 7	paesaggio	/	/	/	/	/	no	/
NATGEO 8	paesaggio	/	/	/	/	/	no	/
NATGEO 9	persone	in primo piano cartelli, sullo sfondo palazzi	sconosciuta (manifestanti)	/	mezzo busto	no	no	/

NATGEO 10	persone	sullo sfondo la campagna siberiana	persona nota (scienziato)	/	figura intera	no	sì	no
NATGEO 11	animale	sullo sfondo il paesaggio artico, in primo piano la nave	/	orso polare	/	no	no	/
NATGEO 12	paesaggio	/	/	/	/	/	no	/
NATGEO 13	animale	sullo sfondo il parco e altri animali	/	cavallo	/	sì	sì	no
NATGEO 14	animale	sullo sfondo una ragazza, in primo piano le sue mani	/	ape	/	no	sì	sì
NATGEO 15	animale	sullo sfondo un paesaggio antartico	/	balena	/	no	no	/
NATGEO 16	paesaggio	/	/	/	/	/	/	/
NATGEO 17	paesaggio	/	/	/	/	/	/	/
NATGEO 18	persone	sia sullo sfondo che in primo piano la serra	sconosciuta (contadini)	/	figura intera	no	no	/

6. Il cambiamento climatico

testata	a	b	c	d	e	f	g	h
ANSA 1	sì	no	tradizionale	soluzioni	globale	positiva	gioia	necessità di agire
ANSA 2	sì	no	tradizionale	soluzioni	globale	neutrale	altro	altro
ANSA 3	sì	no	tradizionale	soluzioni	globale	positiva	gioia	necessità di agire
ANSA 4	no	no	nuova	soluzioni	globale	positiva	sorpresa	altro
ANSA 5	sì	no	tradizionale	soluzioni	globale	neutrale	altro	altro
ANSA 6	no	sì	nuova	impatti	locali	negativa	altro	necessità di agire
ANSA 7	sì	no	tradizionale	soluzioni	globale	positiva	gioia	necessità di agire
ANSA 8	no	sì	nuova	impatti	locale	neutrale	altro	altro
ANSA 9	sì	no	tradizionale	soluzioni	globale	neutrale	altro	altro
ANSA 10	sì	no	tradizionale	soluzioni	globale	negativa	tristezza	rassegnazione /inerzia

testata	a	b	c	d	e	f	g	h
REP 1	no	sì	tradizionale	impatti	locale	neutrale	altro	altro
REP 2	sì	no	tradizionale	soluzioni	globale	neutrale	altro	necessità di agire
REP 3	sì	no	tradizionale	soluzioni	globale	neutrale	altro	necessità di agire
REP 4	sì	no	tradizionale	soluzioni	globale	positiva	gioia	necessità di agire
REP 5	sì	no	tradizionale	soluzioni	globale	positiva	gioia	necessità di agire
REP 6	sì	no	tradizionale	soluzioni	globale	positiva	altro	necessità di agire
REP 7	sì	no	tradizionale	soluzioni	globale	positiva	altro	altro
REP 8	sì	no	tradizionale	soluzioni	globale	positiva	altro	altro
REP 9	sì	no	tradizionale	soluzioni	globale	positiva	gioia	necessità di agire
REP 10	sì	no	tradizionale	soluzioni	globale	neutrale	altro	necessità di agire
REP 11	sì	no	tradizionale	soluzioni	globale	neutrale	altro	necessità di agire
REP 12	sì	sì	tradizionale	impatti/ soluzioni	globale	negativa	rabbia	necessità di agire
REP 13	sì	sì	tradizionale	cause	globali	negativa	rabbia	necessità di agire
REP 14	sì	no	nuova	soluzioni	globali	positiva	altro	necessità di agire
REP 15	no	sì	nuova	impatti	globali	neutrale	tristezza	rassegnazione/inerzia
REP 16	no	no	tradizionale	soluzioni	globale	positiva	altro	necessità di agire
REP 17	sì	no	tradizionale	soluzioni	globale	positiva	gioia	necessità di agire
REP 18	sì	no	tradizionale	soluzioni	globale	neutrale	altro	necessità di agire
REP 19	no	no	nuovo	impatti	locale	neutrale	altro	altro
REP 20	sì	no	tradizionale	soluzioni	globale	neutrale	altro	altro
REP 21	no	sì	nuovo	impatti	locale	neutrale	altro	altro
REP 22	sì	no	tradizionale	soluzioni	globale	positiva	gioia	necessità di agire

testata	a	b	c	d	e	f	g	h
NATGEO 1	no	sì	nuova	cause	locale	neutrale	altro	ressegnazione/inerz
NATGEO 2	no	sì	nuova	impatti	locale	negativa	altro	ressegnazione/inerz
NATGEO 3	sì	sì	tradizionale	impatti	locale	negativa	paura	ressegnazione/inerz
NATGEO 4	no	sì	nuova	impatti	locale	positiva	gioia	necessità di agire
NATGEO 5	no	sì	nuova	impatti	locale	positiva	altro	necessità di agire
NATGEO 6	no	sì	nuova	impatti	locale	neutrale	altro	altro
NATGEO 7	no	sì	nuova	impatti	locale	neutrale	altro	altro
NATGEO 8	no	sì	nuova	impatti	locale	negativa	paura	ressegnazione/inerz
NATGEO 9	sì	no	tradizionale	soluzioni	globale	positiva	gioia	necessità di agire
NATGEO 10	no	sì	nuova	soluzioni	globale	neutrale	altro	altro
NATGEO 11	sì	sì	tradizionale	impatti	globale	negativa	tristezza	necessità di agire
NATGEO 12	sì	sì	tradizionale	impatti	locale	negativa	tristezza	necessità di agire
NATGEO 13	no	sì	nuova	soluzioni	locale	positiva	altro	altro
NATGEO 14	no	no	nuova	soluzioni	locale	positiva	gioia	necessità di agire
NATGEO 15	no	sì	nuova	impatti	locale	neutrale	altro	altro
NATGEO 16	no	sì	nuova	soluzioni	locale	neutrale	altro	altro
NATGEO 17	no	sì	nuova	soluzioni/impatti	locale	negativa	tristezza	ressegnazione/inerz
NATGEO 18	no	sì	nuova	soluzioni	locale	positiva	altro	necessità di agire

7. La forma

testata	a	b	c	d	e	f	g	h	i	j
ANSA 1	intera immagine	da vicino / di tre quarti	stretta	nessuno	no	naturale, uniforme, diffusa, morbida	no	reale	no	/
ANSA 2	intera immagine	leggermente dal basso / di tre quarti	stretta	nessuno	no	artificiale, uniforme, diffusa, forte	si	reale	no	/
ANSA 3	piani specifici	da lontano / dall'alto	stretta	nessuno	no	naturale, uniforme, contrastata, forte	si	reale	no	/
ANSA 4	piani specifici	da vicino / dalla stessa altezza	stretta	nessuno	no	naturale, uniforme, contrastata, forte	si	reale	no	/
ANSA 5	piani specifici	di tre quarti	stretta	colore	no	artificiale, uniforme, diffusa, forte	si	reale	no	/
ANSA 6	intera immagine	da lontano / dall'alto	ampia	nessuno	no	naturale, uniforme, contrastata, forte	no	reale	no	/
ANSA 7	intera immagine	da lontano / dall'alto	ampia	nessuno	no	naturale, uniforme, diffusa, morbida	si	reale	no	/
ANSA 8	intera immagine	dall'alto	ampia	nessuno	no	naturale, uniforme, contrastata, forte	si	reale	no	/
ANSA 9	intera immagine	da lontano	stretta	nessuno	no	naturale, uniforme, contrastata, forte	no	reale	no	/
ANSA 10	intera immagine	dalla stessa altezza	stretta	nessuno	no	artificiale/naturale, localizzata, dura, scarsa	si	staged	no	/

testata	a	b	c	d	e	f	g	h	i	j
REP 1	piani specifici	da vicino	stretta	nessuno	no	naturale, localizzata, contrastata, scarsa	no	staged	no	/
REP 2	piani specifici	da vicino	stretta	nessuno	no	naturale, uniforme, diffusa, forte	no	reale	si	/
REP 3	intera immagine	da vicino	stretta	colore	no	naturale, localizzata, contrastata, forte	sì	staged	si	sostanziale
REP 4	intera immagine	da vicino / di tre quarti	ampia	nessuno	no	naturale, localizzata, contrastata, forte	sì	reale	no	/
REP 5	intera immagine	da vicino / dal basso	stretta	nessuno	no	naturale, uniforme, diffusa, forte	no	reale	no	/
REP 6	piani specifici	da davanti	stretta	nessuno	no	naturale, localizzata, contrastata, forte	sì	reale	si	sostanziale
REP 7	intera immagine	da vicino / di tre quarti	stretta	nessuno	no	artificiale/naturale, morbida, forte	no	reale	no	/
REP 8	piani specifici	da vicino/ dal basso	stretta	nessuno	no	naturale, uniforme, diffusa, forte	sì	reale	no	/
REP 9	piani specifici	da lontano	stretta	nessuno	no	naturale, uniforme, diffusa, forte	sì	reale	no	/
REP 10	intera immagine	leggeremente dall'alto	stretta	nessuno	no	naturale, uniforme, diffusa, forte	no	reale	no	/
REP 11	intera immagine	da lontano / dalla stessa altezza	ampia	nessuno	no	naturale, uniforme, diffusa, forte	sì	reale	no	/

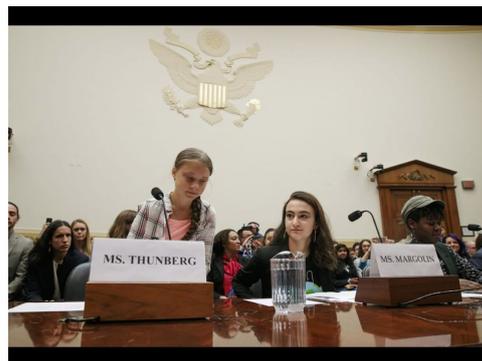
REP 12	intera immagine	da vicino	stretta	colore	no	artificiale, uniforme, diffusa, forte	si	reale	si	sostanziale
REP 13	intera immagine	da lontano / dalla stessa altezza	ampia	nessuno	no	naturale, uniforme, contrastata, scarsa	si	reale	no	/
REP 14	intera immagine	da lontano / di tre quarti	ampia	linee	no	naturale, uniforme, contrastata, scarsa	si	reale	no	/
REP 15	intera immagine	da vicino	stretta	forme	no	naturale, localizzata, contrastata, scarsa	si	reale	no	/
REP 16	piani specifici	da vicino	stretta	colore	no	naturale, uniforme, contrastata, forte	no	reale	no	/
REP 17	piani specifici	da lontano / dalla stessa altezza	stretta	nessuno	no	naturale, uniforme, diffusa, forte	si	reale	no	/
REP 18	intera immagine	da lontano / dall'alto	ampia	nessuno	no	naturale, uniforme, contrastata, forte	si	reale	no	/
REP 19	intera immagine	dall'alto	ampia	nessuno	no	naturale, uniforme, contrastata, forte	si	reale	no	/
REP 20	piani specifici	da vicino / dal basso	stretta	nessuno	no	naturale, uniforme, contrastata, forte	si	staged	no	/
REP 21	piani specifici	da lontano	ampia	texture	no	naturale, uniforme, contrastata, forte	si	reale	no	/
REP 22	piani specifici	da vicino	stretta	colore	no	naturale, uniforme, contrastata, forte	si	reale	no	/

testata	a	b	c	d	e	f	g	h	i	j
NATGEO 1	piani specifici	da lontano	ampia	nessuno	no	naturale, uniforme, morbida, soffusa	si	reale	si	non alterante
NATGEO 2	intera immagine	da lontano	ampia	texture	no	naturale, uniforme, diffusa, forte	si	reale	no	/
NATGEO 3	intera immagine	da lontano	ampia	nessuno	no	naturale, localizzata, contrastata dura, scarsa	si	reale	no	/
NATGEO 4	intera immagine	da lontano	ampia	nessuno	no	naturale, localizzata, contrastata, forte	si	reale	si	non alterante
NATGEO 5	piani specifici	da vicino di 3/4	stretta	nessuno	no	naturale, localizzata, contrastata, scarsa	si	reale	si	non alterante
NATGEO 6	intera immagine	da vicino davanti	ampia	nessuno	no	artificiale, localizzata, contrastata, forte	si	staged	si	non alterante
NATGEO 7	intera immagine	da vicino	stretta	nessuno	no	naturale, localizzata, diffusa, scarsa	no	reale	no	/
NATGEO 8	intera immagine	da lontano	ampia	nessuno	no	naturale, uniforme, diffusa, forte	si	reale	no	/
NATGEO 9	intera immagine	da vicino davanti	stretta	nessuno	no	naturale, uniforme, contrastata, forte	si	reale	no	/
NATGEO 10	piani specifici	da davanti	ampia	nessuno	no	naturale, uniforme, contrastata, forte	si	staged	no	/
NATGEO 11	piani specifici	dall'alto	ampia	linee	no	naturale, uniforme, morbida, soffusa	si	reale	no	/
NATGEO 12	piani specifici	dall'alto	ampia	nessuno	no	artificiale, localizzata, contrastata, scarsa	no	reale	no	/
NATGEO 13	intera immagine	di tre quarti	ampia	nessuno	no	naturale, localizzata, contrastata, forte	si	reale	si	non alterante
NATGEO 14	piani specifici	da davanti	stretta	nessuno	no	naturale, uniforme, contrastata, forte	si	reale	no	/
NATGEO 15	piani specifici	da dietro	stretta	nessuno	no	naturale, localizzata, contrastata, scarsa	si	reale	si	non alterante
NATGEO 16	intera immagine	dall'alto	ampia	linee	no	naturale, uniforme, contrastata, soffusa	si	reale	no	/
NATGEO 17	intera immagine	di tre quarti	stretta	texture	no	artificiale, localizzata, contrastata, scarsa	si	reale	si	non alterante
NATGEO 18	piani specifici	davanti, di tre quarti	stretta	linee	no	naturale, uniforme, morbida, soffusa		staged	no	/

6.4 Appendice 4



ANSA 1



ANSA 2



ANSA 3

agenzia_ansa • Segui

agenzia_ansa Sciopero globale per il #clima in migliaia in piazza in tutto il #mondo #climastrike #fridayforfuture #Greta guiderà le manifestazioni #ANSA

26 sett.

Placce a veronicagiannone_m5s e altri 1.529

20 SETTEMBRE 2019

Aggiungi un commento... Pubblica



ANSA 4

agenzia_ansa • Segui

agenzia_ansa Anche un cagnolone in piazza per difendere il clima. Siamo a Bogotà ANSA/Mauricio Dueñas Castañeda

26 sett.

felix43 Mancano i porci poi sono al completo

7R catt Mi niana-1 Bionardi

Placce a veronicagiannone_m5s e altri 1.497

21 SETTEMBRE 2019

Aggiungi un commento... Pubblica



agenzia_ansa • Segui

agenzia_ansa "Avete rubato i miei sogni e la mia infanzia", Greta Thunberg rimprovera duramente i potenti del mondo parlando al Summit sul clima in corso all'Onu. "Ci state deludendo - attacca - ma i giovani stanno iniziando a capire il vostro tradimento, gli occhi di tutte le generazioni future sono su di voi, e se sceglierete di fallire non vi perdoneremo mai. Il mondo si sta svegliando e il cambiamento sta

Placce a ettorepix e altri 8.171

23 SETTEMBRE 2019

Aggiungi un commento... Pubblica

agenzia_ansa • Segui

svegliando e il cambiamento sta arrivando, che vi piaccia o no".

.

#Greta #GretaThunberg
 #ClimateAction #ClimateActionSummit
 #Onu #ANSA #ANSAPhoto #ANSAPic
 #photo #picture #photography
 #photographer

25 sett.

ANSA 5



agenzia_ansa • Segui

agenzia_ansa • Potrebbe crollare a breve una parte del ghiacciaio Pianpincieux, sulle Grandes Jorasses, lungo il versante italiano del massiccio del Monte Bianco. La massa a rischio collasso è di circa 250 mila metri cubi. A dare l'allarme le strutture tecniche della Regione Valle d'Aosta e della Fondazione Montagna sicura,

Piace a moknadiam e altri 1.763

24 SETTEMBRE 2019

Aggiungi un commento... [Pubblica](#)

agenzia_ansa • Segui

del Monte Bianco. La massa a rischio collasso è di circa 250 mila metri cubi. A dare l'allarme le strutture tecniche della Regione Valle d'Aosta e della Fondazione Montagna sicura, registrando un'accelerazione del movimento che ha raggiunto la velocità di 50-60 centimetri al giorno.

#ANSA #climatechange #clima #ambiente

<http://ow.ly/v9ni50woZtd>

ANSA 6



agenzia_ansa • Segui

agenzia_ansa • L'onda verde torna in piazza. 'Siamo più di un milione'. La marcia per il #clima, da Milano a Palermo, e in 27 paesi del mondo: l'iniziativa dei giovani per chiedere azioni forti e immediate. E' la terza volta che il movimento "FridaysForFuture" ispirato da Greta organizza uno sciopero globale. "Immagini incredibili da tutta Italia!", scrive su Twitter l'attivista svedese @GretaThunberg

Piace a moknadiam e altri 3.391

27 SETTEMBRE 2019

Aggiungi un commento... [Pubblica](#)

ANSA 7



agenzia_ansa • Segui

agenzia_ansa Un centinaio di persone hanno partecipato alla 'veglia funebre' per il ghiacciaio del Lys, in Valle d'Aosta il primo dei sette 'requiem', in programma da oggi a domenica, organizzati da Legambiente. Diverse famiglie, ma anche molti giovani sono arrivati a Gressoney-La-Trinité, ai piedi del Monte Rosa, dalla Valle d'Aosta, dal Piemonte e dalla Lombardia. Dopo una camminata di du

Piace a marchisiocla8 e altri 1.539

27 SETTEMBRE 2019

Aggiungi un commento... [Pubblica](#)

agenzia_ansa • Segui

Valle d'Aosta il primo dei sette 'requiem', in programma da oggi a domenica, organizzati da Legambiente. Diverse famiglie, ma anche molti giovani sono arrivati a Gressoney-La-Trinité, ai piedi del Monte Rosa, dalla Valle d'Aosta, dal Piemonte e dalla Lombardia. Dopo una camminata di due ore, hanno raggiunto il ghiacciaio che negli ultimi 30 anni è arretrato di quasi 500 metri

#ANSA #climatechange

ANSA 8



agenzia_ansa • Segui

agenzia_ansa #Greta Thunberg approda a #Lisbona dopo la traversata atlantica. L'attivista svedese parteciperà alla #COP25, la conferenza #Onu sul clima che si tiene a #Madrid

15 sett.

Piace a marchisiocla8 e altri 2.804

3 DICEMBRE 2019

Aggiungi un commento... [Pubblica](#)

ANSA 9



agenzia_ansa • Segui

agenzia_ansa #Clima, fallisce la #COP25. Niente accordo sulle emissioni. #GretaThunberg: 'Scienza ignorata, non ci arrenderemo' #Guterres: 'Deluso. Un'occasione persa' #ANSA

14 sett.

Piace a ettopix e altri 2.499

15 DICEMBRE 2019

Aggiungi un commento... [Pubblica](#)

ANSA 10



larepubblica • Segui ...

larepubblica "Siamo sull'orlo di una crisi climatica globale, per scongiurare la quale occorrono misure concordate a livello globale". Sergio #Matarella scandisce le parole nel Teatro comunale di Belluno dopo avere reso omaggio alle duemila vittime della tragedia del Vajont del 9 ottobre 1963 nel cimitero di Fortogna Longarone. "I mutamenti climatici in atto nel mondo comportano effetti pesanti anche sull'ambiente del nostro Paese e sulle condizioni di vita della nostra popolazione". (Foto Francesco Ammendola / Ufficio Stampa Quirinale / LaPresse)

12 MARZO 2019

Aggiungi un commento... [Pubblica](#)

larepubblica • Segui ...

omaggio alle duemila vittime della tragedia del Vajont del 9 ottobre 1963 nel cimitero di Fortogna Longarone. "I mutamenti climatici in atto nel mondo comportano effetti pesanti anche sull'ambiente del nostro Paese e sulle condizioni di vita della nostra popolazione". (Foto Francesco Ammendola / Ufficio Stampa Quirinale / LaPresse). Per saperne di più link in bio. [📧](#) : Seguici su @larepubblica: il mondo in diretta anche su Instagram #ambiente #cambiamentoclimatico #climatechange #globalwarming

54 sett.

REP 1



larepubblica • Segui ...

larepubblica #GretaThunberg, la paladina del #clima: "Mamma non vuole ma salverò il pianeta" Per leggere l'intervista link in bio [📧](#) : Seguici su @larepubblica: il mondo in diretta anche su Instagram #FridaysForFuture #ClimateChange

53 sett.

13 MARZO 2019

Aggiungi un commento... [Pubblica](#)

REP 2



REP 3

R [larepubblica](#) • Segui

R [larepubblica](#) • Domani i giovani di 1.325 città in 98 Paesi diserteranno le aule per dire agli adulti: fate qualcosa per fermare la febbre della Terra. La più grande manifestazione studentesca che si ricordi. Lei, Greta Thunberg, è soddisfatta ma non si accontenta: "Per questo dico a tutti i giovani: partecipate. Ditelo ai vostri amici e per favore non arrendetevi, mai e poi mai. Non è mai troppo tardi per fare tutto il possibile". Per leggere l'intervista link in bio. [📷](#) : Segui su @larepubblica: il mondo in diretta anche su Instagram #fridaysforfuture #SchoolsStrike4Climate #ClimateStrike #gretathunberg #clima #scioperoclima

53 sett.

👍🗨️📌

👍 Piace a [dilettagiaroni](#) e altri 14.329

14 MARZO 2019

Aggiungi un commento... [Pubblica](#)



REP 4

R [larepubblica](#) • Segui

R [larepubblica](#) • In piazza per il #clima. Le #foto delle manifestazioni in tutta Italia #fridaysforfuture #climatechange #studenti [📷](#) Segui su @larepubblica: il mondo in diretta anche su Instagram

53 sett.

+

[marcellabi_77](#) Comunque, dite a Greta e all'esercito dei gretini universali che tutti gli storici del Medioevo, ormai nessuno escluso (cattolici, protestanti, ebrei e musulmani, di destra sinistra e centro, atei e agnostici, bianchi, neri gialli e rossi, belli e brutti alti e...

👍🗨️📌

👍 Piace a [francesca.nicolini](#) e altri 25.191

15 MARZO 2019

Aggiungi un commento... [Pubblica](#)



larepubblica • Segui

R **larepubblica** • La giornata di oggi passerà alla storia della lotta per il clima, con una sedicenne protagonista: Greta Thunberg, proposta per il Nobel per la pace. Lo sciopero salva-planetario è un evento record: "In tutta Italia siamo un milione", dicono gli organizzatori della manifestazione. A Milano, dove si contano quasi 100 mila persone, il percorso è stato deviato per arrivare in piazza Duomo e non più in piazza della Scala, troppo piccola per accogliere tutti. Diecimila a Firenze, seimila a Roma e tremila a Bologna, tremila anche a Bergamo, almeno secondo le prime stime. All'ultimo appello lanciato da Greta su Twitter hanno aderito movimenti di studenti di 123 Paesi diversi, con manifestazioni in 2052 città ai quattro angoli del pianeta.

15 MARZO 2019

Piace a annaritab72 e altri 19.775

Aggiungi un commento... [Pubblica](#)

larepubblica • Segui

Milano, dove si contano quasi 100 mila persone, il percorso è stato deviato per arrivare in piazza Duomo e non più in piazza della Scala, troppo piccola per accogliere tutti. Diecimila a Firenze, seimila a Roma e tremila a Bologna, tremila anche a Bergamo, almeno secondo le prime stime. All'ultimo appello lanciato da Greta su Twitter hanno aderito movimenti di studenti di 123 Paesi diversi, con manifestazioni in 2052 città ai quattro angoli del pianeta. (Foto Vincenzo Tersigni / F3Press) Per saperne di più link in bio. [📧](#): Seguici su @larepubblica: il mondo in diretta anche su Instagram #fridaysforfuture#SchoolsStrike4Climate#ClimateStrike #gretathunberg #clima#scioperoclima @vincenzotersignifoto

REP 5



larepubblica • Segui
Stockholm, Sweden

R **larepubblica** • L'ultimo appello lanciato da Greta su Twitter quattro giorni fa avevano aderito movimenti di studenti di 123 Paesi diversi, con manifestazioni previste in 2052 città ai quattro angoli del pianeta. Da settimane il nuovo movimento degli studenti, trainato da Greta - oggi in piazza con gli altri studenti svedesi di fronte al Parlamento di Stoccolma - e da altri giovani leader ambientalisti, chiede a gran voce ai governi dei rispettivi Paesi politiche più incisive contro il riscaldamento globale. Per saperne di più link in bio. [📧](#) Seguici su @larepubblica: il mondo in diretta anche su Instagram #fridaysforfuture#SchoolsStrike4Climate#ClimateStrike #gretathunberg #clima#scioperoclima

15 MARZO 2019

Piace a barbierisilvia e altri 12.871

Aggiungi un commento... [Pubblica](#)

REP 6



larepubblica • Segui
Washington, DC

Dopo aver attraversato l'Atlantico su una barca a zero emissioni, a energia solare, l'attivista svedese @GretaThunberg è stata ricevuta dall'ex presidente @BarackObama che ha affermato: "Io e te siamo una squadra". I due si sono incontrati a #Washington, dove Greta è impegnata a promuovere la battaglia in difesa del pianeta: infatti parteciperà a entrambi i vertici in programma

18 SETTEMBRE 2019

Piace a gretadimaria e altri 9.605

Aggiungi un commento... Pubblica

larepubblica • Segui
Washington, DC

ricevuta dall'ex presidente @BarackObama che ha affermato: "Io e te siamo una squadra". I due si sono incontrati a #Washington, dove Greta è impegnata a promuovere la battaglia in difesa del pianeta: infatti parteciperà a entrambi i vertici in programma all'Onu alla vigilia dell'Assemblea Generale, il Youth Climate Summit, sabato, e il Climate Summit, lunedì. Foto AFP Seguici su @larepubblica: il mondo in diretta anche su Instagram

18 SETTEMBRE 2019

Piace a gretadimaria e altri 9.605

REP 7



larepubblica • Segui

L'Australia è al centro dell'attenzione per il #GlobalStrike4: il raduno climatico in cui è stata scattata questa foto che mostra uomo con un cartello e una foto di #GretaThunberg durante il raduno a #Canberra, oggi, 20 settembre 2019. Il clima Global Strike 4 si svolgerà in 110 città in tutta l'Australia, con gli organizzatori che chiedono al governo e alle imprese di impegnarsi a raggiungere l'obiettivo di #zeremissioni nette di carbonio entro

20 SETTEMBRE 2019

Piace a massimilianoleva e altri 1.729

Aggiungi un commento... Pubblica

larepubblica • Segui

settembre 2019. Il clima Global Strike 4 si svolgerà in 110 città in tutta l'Australia, con gli organizzatori che chiedono al governo e alle imprese di impegnarsi a raggiungere l'obiettivo di #zeremissioni nette di carbonio entro il 2030. (EPA / LUKAS COCH) Seguici su @larepubblica: il mondo in diretta anche su Instagram

26 sett.

REP 8



R [larepubblica](#) • [Segui](#) ...

R [larepubblica](#) • [#WeekForFuture](#) Milioni di studenti in marcia in tutto il pianeta per lo sciopero mondiale per il clima. Oltre 15mila persone hanno partecipato a Bruxelles, 100 mila persone a Westminster, Londra, nel più grande raduno britannico della giornata. In Germania sono scese in piazza complessivamente almeno 1,4 milioni di persone, secondo gli organizzatori, con grandi eventi a Berlino, dove era

👍🗨️📌

👤 [Piacce a massimilianoleva e altri 4.140](#)

20 SETTEMBRE 2019

Aggiungi un commento... [Pubblica](#)

R [larepubblica](#) • [Segui](#) ...

grandi eventi a Berlino, dove era presente anche la capitana della [#SeaWatch](#) [#CarolaRackete](#), Francoforte e Amburgo. Manifestazioni anche a Parigi, nella piazza centrale di Praga, e a Varsavia. A Helsinki un dimostrante vestito da Babbo Natale portava un cartello con la scritta 'my house is on fire', cioè 'la mia casa è in fiamme'. Le manifestazioni hanno contagiato anche l'Africa, con eventi in Kenya, Uganda e Sudafrica

REP 9



R [larepubblica](#) • [Segui](#) ...

R [larepubblica](#) • Milioni di studenti hanno marciato ieri in tutto il pianeta per lo sciopero mondiale per il clima. Greta ha guidato a New York il raduno più atteso della giornata. Oltre 15mila persone hanno partecipato a Bruxelles, 100 mila persone a Westminster, Londra, nel più grande raduno britannico della giornata. "Cambiare le politiche dei governi per preservare il futuro", ha arringato la folla il leader laburista Jeremy Corbyn. In Germania sono scese in piazza complessivamente almeno 1,4 milioni di persone, secondo gli organizzatori, con grandi eventi a Berlino, dove era presente anche la capitana della Sea Watch Carola Rackete, Francoforte e Amburgo. Manifestazioni anche a

👍🗨️📌

👤 [Piacce a massimilianoleva e altri 4.009](#)

21 SETTEMBRE 2019

Aggiungi un commento... [Pubblica](#)

R [larepubblica](#) • [Segui](#) ...

Amburgo. Manifestazioni anche a Parigi, nella piazza centrale di Praga, a Varsavia ed Helsinki. Le manifestazioni hanno contagiato anche l'Africa, con eventi in Kenya, Uganda e Sudafrica. La giornata di proteste è iniziata però a est, in particolare alle Vanuatu, alle Isole Salomone e a Kiribati. Migliaia di studenti sono scesi poi in strada in Australia, Thailandia, Indonesia ed India, dando inizio allo 'sciopero globale', in vista del summit Onu sul clima, in programma da lunedì a New York. Manifestazioni e cortei anche in Giappone, Filippine e Birmania: in totale sono stati 150 i Paesi coinvolti in tutto il mondo. Nella foto: un momento della manifestazione nel centro di Zagabria, in Croazia (Foto di Denis LOVROVIC/AFP) - [#FridaysForFuture](#) [#schoolstrike4climate](#)

REP 10



REP 11

la Repubblica • Segui

la Repubblica Un ciclista a Città del Messico sventola una striscione per manifestare durante lo sciopero mondiale contro i cambiamenti climatici (REUTERS/Carlos Jasso) #climatechange #climatestrike @gretathunberg Segui su @larepubblica: il mondo in diretta anche su Instagram

26 sett.

colnagocarola @anna_pezzetti Tu eri proprio lì! L'hai visto? 🙄👉

26 sett. Mi piace: 1 Rispondi

grace.bo.129 Bellissima foto

26 sett. Piace a 2 persone

👍 🗨️ 📌

Piace a **massimilianoleva** e altri 4,017

22 SETTEMBRE 2019

Aggiungi un commento... [Pubblica](#)



la Repubblica

la Repubblica • Segui

fronti. Greta Thunberg è il volto del vertice Onu. L'attivista ambientalista svedese di 16 anni, al Palazzo di vetro, ha ribadito le conseguenze negative che i cambiamenti climatici stanno già causando

📧 Seguici su @larepubblica: il mondo in diretta anche su Instagram

26 sett.

REP 12

la Repubblica • Segui

la Repubblica Riuniti a New York al vertice Onu sul tema, i rappresentanti dei governi si propongono di aggiornare l'ambizioso piano che, a sua volta intendeva con uno sforzo comune, limitare il riscaldamento del pianeta entro i 2 gradi. L'obiettivo sarebbe quello di rivedere, entro il 2023, i target da raggiungere su diversi fronti. Greta Thunberg è il volto del vertice Onu. L'attivista ambientalista svedese di 16 anni, al Palazzo di vetro,

👍 🗨️ 📌

Piace a **annarita72** e altri 29.857

24 SETTEMBRE 2019

Aggiungi un commento... [Pubblica](#)



REP 13

larepubblica • Segui

larepubblica • Un maiale gigante alle porte del ministero dell'agricoltura e forestali a Roma. È l'azione di #greenpeace nella settimana dello #sciopero globale contro i cambiamenti climatici
AGF Segui su @larepubblica: il mondo in diretta anche su Instagram
25 sett.

👍👁🗨🔖

👍 Piace a **massimilianoleva** e altri 4.453

24 SETTEMBRE 2019

Aggiungi un commento... [Pubblica](#)



REP 14

larepubblica • Segui

larepubblica • Un ritratto di Greta Thunberg realizzato dagli artisti portoghesi Dheo e Pariz One sulla parete di un edificio del quartiere Kadıköy a Istanbul il 20 settembre 2019 (foto di Yasin Akgul/AFP). Segui su @larepubblica: il mondo in diretta anche su Instagram
25 sett.

+

lucaarivv Chissà soldi che avrà preso chi la gestisce per lo sfruttamento dell'immagine
25 sett. Rispondi

👍👁🗨🔖

👍 Piace a **gretadimaria** e altri 15.817

24 SETTEMBRE 2019

Aggiungi un commento... [Pubblica](#)



R **larepubblica** • Segui ...

R **larepubblica** • #Clima, notizie sempre più preoccupanti. Il 2018 purtroppo sarà destinato a passare alla storia per un nuovo record di temperatura degli #oceani. E non sembra un caso: le analisi più recenti, infatti, indicano che la temperatura delle acque continua ad aumentare sempre più velocemente sin dagli anni '60. Lo dice il nuovo rapporto dell'ipcc, il comitato scientifico dell'Onu, che registra gli effetti del #globalwarming. "La grandezza di questi cambiamenti della criosfera è destinata ad aumentare". Tutti noi dipendiamo direttamente dagli oceani e oggi, mai come prima, la loro salute è estremamente danneggiata a causa delle nostre #emissioni. Nei prossimi anni crescerà l'innalzamento dei livelli del #mare portando così a scenari catastrofici con milioni di persone

👍 🗨️ 📌

👤 **Place a massilianoleva e altri 3.599**

26 SETTEMBRE 2019

Aggiungi un commento... [Pubblica](#)

R **larepubblica** • Segui ...

dagli anni '60. Lo dice il nuovo rapporto dell'ipcc, il comitato scientifico dell'Onu, che registra gli effetti del #globalwarming. "La grandezza di questi cambiamenti della criosfera è destinata ad aumentare". Tutti noi dipendiamo direttamente dagli oceani e oggi, mai come prima, la loro salute è estremamente danneggiata a causa delle nostre #emissioni. Nei prossimi anni crescerà l'innalzamento dei livelli del #mare portando così a scenari catastrofici con milioni di persone sfollate. (AP Photo/Felipe Dana) 📷
 Seguici su @larepubblica: il mondo in diretta anche su Instagram

25 sett.

REP 15



R **larepubblica** • Segui ...
Rome, Italy

R **larepubblica** • "Ci avete rotto il clima". In più di 180 città migliaia di ragazzi ai cortei per il terzo sciopero globale per il clima #fridaysforfuture. I giovani denunciano l'emergenza climatica e chiedono un cambiamento urgente delle politiche ambientali. #climastrike (AGF) 📷
 Seguici su @larepubblica: il mondo in diretta anche su Instagram

👍 🗨️ 📌

👤 **Place a annarita72 e altri 17.503**

27 SETTEMBRE 2019

Aggiungi un commento... [Pubblica](#)

REP 16



larepubblica • Segui
Bologna, Italy

larepubblica • #Fridaysforfuture, l'onda verde è tornata. In tutta Italia sfilano studenti e insegnanti. Cartelli e slogan: "Siamo il futuro senza futuro", "Non ci fermeremo finché non ci ascolterete". Foto scattata a #Bologna da Michele Lapini/eikon 🌱

25 sett.

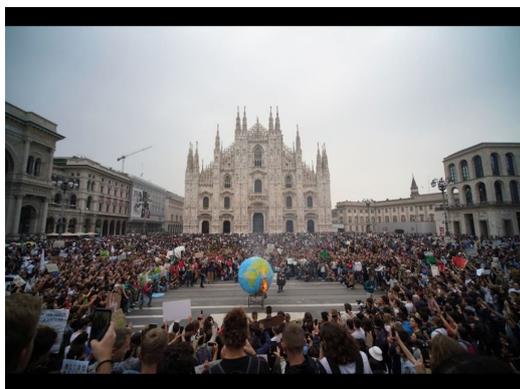
👍🗨️📌

👤 Piace a annaritab72 e altri 27.806

27 SETTEMBRE 2019

Aggiungi un commento... [Pubblica](#)

REP 17



larepubblica • Segui
Milan, Italy

larepubblica • Un pianeta di cartapesta alto un paio di metri, che rapidamente ha preso fuoco, lasciando a terra fumo e cenere: è questa l'immagine con cui si è conclusa sul sagrato di piazza del Duomo la manifestazione dei giovani del #FridaysForFuture che a #Milano ha coinvolto "oltre 200mila persone", secondo gli organizzatori mobilitati contro i cambiamenti climatici.

👍🗨️📌

👤 Piace a massimilianoleva e altri 12.166

27 SETTEMBRE 2019

Aggiungi un commento... [Pubblica](#)

larepubblica • Segui
Milan, Italy

movimento italiano nato sull'onda dell'attivismo di @GretaThunberg. "Questo è il simbolo del nostro mondo che sta bruciando, come dice #GretaThunberg la nostra casa è in fiamme e noi la vogliamo salvare. Non c'è un pianeta B, salviamo questo qui", hanno urlato al microfono gli speaker mentre si consumava la rappresentazione. 📺 Seguici su @larepubblica: il mondo in diretta anche su Instagram

REP 18



larepubblica • Segui

larepubblica • Un centinaio di persone hanno partecipato alla 'veglia funebre' per il ghiacciaio del Lys, il primo dei sette appuntamenti in programma da oggi a domenica, organizzati da Legambiente. "Ma non chiamatelo requiem - spiegano gli organizzatori - È piuttosto una veglia ricordare ciò che di buono ci ha lasciato il ghiacciaio" (foto ANSA / Legambiente) 📺 Seguici su @larepubblica: il mondo in diretta anche su Instagram

👍🗨️📌

👤 Piace a ninazilloofficial e altri 2.422

27 SETTEMBRE 2019

Aggiungi un commento... [Pubblica](#)

REP 19



R [larepubblica](#) • [Segui](#) ...

R [larepubblica](#) • Lo sciopero mondiale per il clima contro il #BlackFriday. Le manifestazioni volute dal movimento #FridaysForFuture (il movimento di #GretaThunberg) partono dall'Australia devastata dagli incendi, nel giorno simbolo del consumismo. A Sydney centinaia di persone coinvolte negli incendi si sono unite ai ragazzi e ai giovani ambientalisti che rumorosamente hanno marciato nelle strade del centro per protestare contro la politica del governo australiano verso i cambiamenti climatici. Manifestazioni ci sono state anche a Tokyo e poi via via, in base ai fusi orari, se ne svolgeranno in giornata anche in molte altre città del mondo. In Italia oggi allo sciopero hanno aderito 130 città piene di migliaia e migliaia di ragazzi. Ma le

👍👎🔖

🇮🇹 **Piace a lassedio e altri 9.139**

29 NOVEMBRE 2019

Aggiungi un commento... [Pubblica](#)

R [larepubblica](#) • [Segui](#) ...

Le manifestazioni climatiche sono state anche a Tokyo e poi via via, in base ai fusi orari, se ne svolgeranno in giornata anche in molte altre città del mondo. In Italia oggi allo sciopero hanno aderito 130 città piene di migliaia e migliaia di ragazzi. Ma le più attese sono le manifestazioni spagnole, dove tra una settimana si terrà la COP25 e dove il 6 dicembre, a Madrid, è stata indetta un'altra grande manifestazione. Quello di oggi è il quarto sciopero mondiale, dopo quelli del 15 marzo e 24 maggio e la settimana del 20-27 settembre. [@gretathunberg](#) [Seguici su @larepubblica: il mondo in diretta anche su Instagram](#)

16 sett.

REP 20



R [larepubblica](#) • [Segui](#) ...

R [larepubblica](#) • Inquinamento in India: i bambini giocano ignari in un mare di schiuma tossica. È voluminosa e bianca e ha invaso Marina Beach, una spiaggia turistica di Chennai, nel Sud-Est dell'India. Si tratterebbe di una sostanza composta da scarichi di lavatrici mescolati ad acque reflue e rifiuti industriali. Nonostante la spuma possa provocare danni alla pelle, le famiglie, e i bambini, continuano a frequentare la spiaggia.

👍👎🔖

🇮🇹 **Piace a zoecandypie e altri 6.908**

4 DICEMBRE 2019

Aggiungi un commento... [Pubblica](#)

R [larepubblica](#) • [Segui](#) ...

frequentare la spiaggia. "Le persone non comprendono i rischi. Per le coste indiane l'inquinamento è oggi una minaccia più grande rispetto all'innalzamento del livello del mare", ha dichiarato Pravakar Mishra, ricercatore del National Center for Coastal Research di Chennai. (FOTO AFP) [#pollution](#) [#india](#) [#ocean](#) [#oceanpollution](#) [Seguici su @larepubblica: il mondo in diretta anche su Instagram](#)

👍👎🔖

🇮🇹 **Piace a zoecandypie e altri 6.908**

4 DICEMBRE 2019

REP 21



R [larepubblica](#) • [Segui](#) ...

R [larepubblica](#) • Nel bel mezzo della prima nevicata dell'anno e durante l'ennesimo sciopero dei mezzi pubblici, #GretaThunberg è arrivata a Torino per il #FridayForFuture. "Ciao a tutti, grazie per essere qui, felice di essere qui - ha detto nel suo breve discorso sul palco di piazza Castello, davanti a cinquemila persone, moltissimi studenti, ma anche tanti adulti e pure anziani - sono orgogliosa di essere qui, grazie per

👍👎🔖

🇮🇹 **Piace a lollodercole e altri 8.563**

13 DICEMBRE 2019

Aggiungi un commento... [Pubblica](#)

R [larepubblica](#) • [Segui](#) ...

orgogliosa di essere qui, grazie per essere venuti. Sono molto colpita dagli organizzatori che hanno messo su tutto in breve tempo. Ricordo qualche mese fa quando ho visto le immagini delle manifestazioni a Torino con un numero incredibile di persone e voglio ringraziarli" [Seguici su @larepubblica: il mondo in diretta anche su Instagram](#)

14 sett.

REP 22



natgeo • Segui già

natgeo Photo by Adam Ferguson @adamfergusonstudio | Sand mining boats work illegally on the Thane River near Nagla Bunder village in Maharashtra, India. Indian workers dive to the bottom of the river with a metal bucket to scoop sand, hauled to the water surface by the boat crew. As construction and industry drive a demand for sand, illegal sand mining is stripping riverbeds and beaches of sand with severe social and environmental consequences. The unregulated sand mining industry employs thousands of workers who depend on the mining for their livelihood and is controlled by local power brokers. Follow me at @adamfergusonstudio to see more stories about important social issues. #adamferguson #natgeo

Piace a **pnzicu** e altri **323.752**

13 MARZO 2019

Aggiungi un commento... Pubblica

natgeo • Segui già

boats work illegally on the Thane River near Nagla Bunder village in Maharashtra, India. Indian workers dive to the bottom of the river with a metal bucket to scoop sand, hauled to the water surface by the boat crew. As construction and industry drive a demand for sand, illegal sand mining is stripping riverbeds and beaches of sand with severe social and environmental consequences. The unregulated sand mining industry employs thousands of workers who depend on the mining for their livelihood and is controlled by local power brokers. Follow me at @adamfergusonstudio to see more stories about important social issues. #adamferguson #natgeo #environment #climatechange

53 sett

NATGEO 1



natgeo • Segui già

natgeo Photo by @lucalocatelliphoto | Torano valley's detritus in Carrara, Italy. The white marble excavation sites of Carrara are located within the imposing and ecologically-rich Apuan Alps. For millions of years, organic sediments congealed to create this precious stone, forging the core of these severe mountains running along the Italian sea. Since Roman times, the white stone of Carrara has been reckoned as the finest marble. Ancient excavation techniques preserved these mountains for centuries, but the acceleration of new extraction technology has violently increased the destruction. Here in the last 30 years, more marble has been removed than

Piace a **lazza_luca** e altri **273.863**

13 MARZO 2019

Aggiungi un commento... Pubblica

natgeo • Segui già

precious stone, forging the core of these severe mountains running along the Italian sea. Since Roman times, the white stone of Carrara has been reckoned as the finest marble. Ancient excavation techniques preserved these mountains for centuries, but the acceleration of new extraction technology has violently increased the destruction. Here in the last 30 years, more marble has been removed than during the past two millennia. My work revolves around how our actions shape our planet's environment. Please follow me @lucalocatelliphoto to know more about my stories. #anthropocene #italy #marble #mountains #environment

53 sett.

NATGEO 2



natgeo • Segui già

natgeo Photo by @james_balog | Harnessing fire was a breakthrough in human evolution. Now it is once again out of our control. The cost of fighting U.S. wildfires topped \$2 billion in 2017. The annual number of large fires (>1,000 acres) in America has tripled since the 1970s, and today's wildfires burn six times more land area per year than they did four decades ago. A California firefighter told me during my time shooting the Soberanes Fire for

Piace a **biondielena** e altri **350.024**

16 MARZO 2019

Aggiungi un commento... Pubblica

natgeo • Segui già

California firefighter told me during my time shooting the Soberanes Fire for my latest documentary: "It's fire season pretty much year-round." Human activities—fire suppression tactics, our contributions to climate change, and housing developments in wildfire territories—make us unwitting sparks. Ignorantia juris non excusat: Ignorance of the laws of nature does not protect you from them. Follow my work @james_balog.

NATGEO 3



natgeo • Segui già

Photo by @stephenwilkes | The Grand Canyon National Park celebrated its 100th anniversary on February 26. The protection of our national parks has taken on greater urgency with the threat of climate change and our relentless development of natural resources. I consider myself blessed to have experienced the epic beauty of so many of these natural wonders. The future of our native wildlife and the national parks that harbor them are endangered. It is my hope that through photographing these magnificent places, we as human beings realize how unique and important they are to our existence. To see more photos from my travels near and far, follow me @stephenwilkes. #DayToNight #StephenWilkes #Arizona #SevenWonders #NationalPark

Piace a lauralogy e altri 886.533

17 MARZO 2019

Aggiungi un commento... [Pubblica](#)



natgeo • Segui già

February 26. The protection of our national parks has taken on greater urgency with the threat of climate change and our relentless development of natural resources. I consider myself blessed to have experienced the epic beauty of so many of these natural wonders. The future of our native wildlife and the national parks that harbor them are endangered. It is my hope that through photographing these magnificent places, we as human beings realize how unique and important they are to our existence. To see more photos from my travels near and far, follow me @stephenwilkes. #DayToNight #StephenWilkes #Arizona #SevenWonders #NationalPark #Landscape #Panorama

53 sett.

Piace a lauralogy e altri 886.533

17 MARZO 2019

Aggiungi un commento... [Pubblica](#)

NATGEO 4



natgeo • Segui già

Photo by Paul Nicklen @PaulNicklen | This curious bowhead whale came to greet me while I was diving in the Canadian Arctic. As I hovered in the frigid water along the north coast of Baffin Island, this whale came so close that it actually pushed me with its chin. Able to live over 200 years, bowhead whales have the longest life span of any mammal on Earth. Their populations were once almost wiped out by whaling, and they

Piace a ottaviacastagnoli e altri 341.265

21 MAGGIO 2019

Aggiungi un commento... [Pubblica](#)

NATGEO 5

natgeo • Segui già

longest life span of any mammal on Earth. Their populations were once almost wiped out by whaling, and they now face the new threat of a warming Arctic. Higher temperatures are rapidly melting sea ice, on which they rely for copepods, their main food source. #FollowMe at @PaulNicklen and explore my feed for more photos of whales. #Bowhead #Arctic #ocean #underwaterphotography

44 sett.



natgeo • Segui già

natgeo Photo by Joel Sartore @joelsartore | World Turtle Day is May 23, and it can't come a moment too soon. Turtles have roamed the Earth for more than 200 million years but struggle to adapt to today's rapidly changing environment, caused by habitat destruction, human consumption, the pet trade, and climate change. Like this southern river terrapin @accb_cambodia, more than half of the Earth's 360 turtle and

terrapin @accb_cambodia, more than half of the Earth's 360 turtle and

Piace a roseleen e altri 342.796

23 MAGGIO 2019

Aggiungi un commento... Pubblica

natgeo • Segui già

terrapin @accb_cambodia, more than half of the Earth's 360 turtle and tortoise species are on the brink of extinction. This species is among the 25 most endangered freshwater turtle and tortoise species of the world and is the national reptile of Cambodia. Referred to as the "royal turtle," this iconic species is already extinct in Singapore and likely Vietnam, with only small populations surviving in a few river systems in Cambodia, Thailand,

Piace a roseleen e altri 342.796

23 MAGGIO 2019

Aggiungi un commento... Pubblica

natgeo • Segui già

protecting their last remaining habitats, maintaining "captive assurance" colonies, conducting research, and raising awareness of this iconic species. If you like turtles and would like to contribute to conservation efforts, share this post with your friends and turtles lovers and join us to celebrate World Turtle Day! To learn more about this and other amazing species, follow me, @joelsartore. #worldturtleday #photoark #savetogether

NATGEO 6



natgeo • Segui già

natgeo Photo by Simon Norfolk @simonnorfolkstudio | A glacier table: a boulder perched on a pedestal of ice. Photographed on assignment during an ascent to the Chhota Shigri Glacier, Himachal Pradesh, Indian Himalaya. The boulder protects the ice from ablation during sunny weather. Around the boulder, the ice surface ablates while the boulder remains at the original level. As the pedestal becomes higher and higher in relation to the

Piace a nicholesobecki e altri 238.830

26 MAGGIO 2019

Aggiungi un commento... Pubblica

natgeo • Segui già

the boulder, the ice surface ablates while the boulder remains at the original level. As the pedestal becomes higher and higher in relation to the glacier's surface, the sun shines further under the boulder from the south. Consequently the pedestal gets ablated on its southern side, and the boulder will eventually fall off the pedestal. After this, a new cycle of table growth and destruction may begin.

natgeo • Segui già

pedestal. After this, a new cycle of table growth and destruction may begin.

Follow me @simonnorfolkstudio for updates, outtakes, unpublished, and archive material on this and future projects.
#photojournalism
#documentaryphotography
#simonnorfolk #ice #climatechange

NATGEO 7



natgeo • Segui già

Photo by Katie Orlinsky @katieorlinsky | Shot on assignment for "The Carbon Threat," in this month's issue of National Geographic (link in my bio). Ground collapses at Duvanny Yar, a permafrost "megaslump" along the Kolyma River in northern Siberia. This constantly moving landslide, driven by erosion and sped up by warming temperatures, is an important research site for scientists, who use it to track what happens when carbon-rich land

site for scientists, who use it to track what happens when carbon-rich land that has been hidden and frozen for centuries begins to thaw. Permafrost is a layer of continuously frozen soil found primarily in the Arctic. It covers almost 1/4 of the Earth's surface. Scientists have recently discovered that permafrost is thawing much faster than expected, releasing carbon gases that could drastically speed up climate change.

Piace a ottaviacastagnoli e altri 217.993

19 SETTEMBRE 2019

Aggiungi un commento... [Pubblica](#)

NATGEO 8



natgeo • Segui già

Photo by @edkashi | Thousands of protesters, many school-age kids, turned out on a beautiful early autumn day in downtown Manhattan to take part in the global climate strike to raise awareness about climate change, on September 20, 2019. Photographed in collaboration with VII Photo Agency @viipphoto.

26 sett.

noreen.peters.980 Good very good

25 sett. Rispondi

Piace a pedromcbride e altri 235.286

20 SETTEMBRE 2019

Aggiungi un commento... [Pubblica](#)

NATGEO 9



natgeo • Segui già

Photo by Katie Orlinsky @katieorlinsky | Scientist Sergey Zimov looks out over the Arctic Ocean at a Siberian research station, 70 miles north of his home in Cherskiy, Russia. He uses the metal rod in his hand to quickly test the depth of frozen ground. Zimov is a world-renowned, eccentric permafrost scientist who has spent decades unearthing the mysteries of a warming Arctic. He was the first to figure out that permafrost stores far

decades unearthing the mysteries of a warming Arctic. He was the first to figure out that permafrost stores far more carbon than scientists once thought. More recently, he was one of the first scientists to grasp that Arctic permafrost is thawing much faster than expected, releasing carbon gases that could drastically speed up climate change. Learn more online in "The Carbon Threat" for @natgeo (link in my bio @katieorlinsky).

Piace a pedromcbride e altri 191.504

21 SETTEMBRE 2019

Aggiungi un commento... [Pubblica](#)

NATGEO 10



www.instagram.com/stevewinterphoto

natgeo • Segui già

Photo by Steve Winter @stevewinterphoto | A polar bear comes toward our icebreaker ship, the M/V Kinfish, somewhere in Svalbard. Over the past three decades, the oldest and thickest ice in the Arctic has declined by a stunning 95 percent, according to NOAA. The sea in the Arctic has changed dramatically, which impacts polar bears, walrus, and other Arctic creatures. If ice continues to melt, the planet will warm further, as the dark ocean water absorbs large amounts of solar heat that used to be deflected by the bright white ice. @stevewinterphoto @natgeo @natgeoimagecollection

26 sett.
 Piace a ottaviacastagnoli e altri 462.209
 23 SETTEMBRE 2019

NATGEO 11



natgeo • Segui già

Photos by @DavidDoublet | This is Opal Reef, part of the Great Barrier Reef, off Port Douglas, Queensland, in December 2009. The coral "bommie" is covered with tightly packed hard corals, mostly of the Acropora species, that compete for space and sunlight. This is a picture of a robust and healthy coral reef. We returned to this exact bommie in December 2018, after back-to-back thermal events in 2016 and 2017, to

Piace a tsukino91 e altri 565.607
 25 SETTEMBRE 2019

Aggiungi un commento... Pubblica



natgeo • Segui già

a robust and healthy coral reef. We returned to this exact bommie in December 2018, after back-to-back thermal events in 2016 and 2017, to document this coral reef through the lens of time. A new report released by the UN's Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) stresses that 60% of the world's reefs are heavily threatened. #Ocean #Coral #Climatechange #CoralReefsthroughTheLensOfTime

Piace a tsukino91 e altri 565.607
 25 SETTEMBRE 2019

Aggiungi un commento... Pubblica

NATGEO 12



natgeo • Segui già

natgeo • Segui già

Photo by @iantehphotography | To get to this vantage, I climbed a massive tower under construction, the only one in the middle of this desert. When I got to the top, I was greeted with this epic view, an expanse of desert reaching into the horizon and, in the foreground, planners working in a field of solar panels. In China, Ningxia has led the way in terms of supplying electricity to other provinces. Despite its strong coal economy, Ningxia is also one of the major areas for renewable energy investment in China. #solarpower #desert #climatechange

28 NOVEMBRE 2019

Piace a **chefadamglick** e altri 229.364

Aggiungi un commento... Pubblica

NATGEO 16



natgeo • Segui già

natgeo • Segui già

Photo by @simonnorfolkstudio and Klaus Thymann | With climate change standing as one of the most pressing issues facing our future, photography is increasingly used as a catalyst to instigate change. Last year I visited Switzerland with Klaus Thymann of @projectpressure to photograph the Rhone Glacier, which is disappearing at an alarming rate. There is a small shop that carves an ice grotto into the glacier and charges tourists to experience the interior of the blue ice, so it has been worth their money to attempt to slow the glacier's retreat. They have invested heavily in a special thermal blanket that has kept about 25 meters (82 feet, in depth) of ice from disappearing, keeping the grotto intact. However, after a few harsh winters on the mountain, the blanket is starting to disintegrate. And

4 DICEMBRE 2019

Piace a **johnstanmeyer** e altri 234.448

Aggiungi un commento... Pubblica

natgeo • Segui già

Blanket is starting to disintegrate. And unfortunately the method is not scalable; we cannot do this to all the world's ice; the gesture is as forlorn and doomed as the glacier itself. So with heavy lament, this glacier, which has existed for millennia, will disappear within the lifetime of children born today. For more on this project follow @simonnorfolkstudio #glaciers #rhoneglacier #Switzerland #climatechange #globalwarming @orioctopressure

4 DICEMBRE 2019

Piace a **johnstanmeyer** e altri 234.448

NATGEO 17



natgeo • Segui già

natgeo • Photo by @sarahltonphoto | I had the pleasure of visiting a small farming community that has adopted small- greenhouse technology to combat climate change in Telangana state, India. Like many places across the globe, this region experiences unpredictable rainfall and extreme weather fluctuations. These small greenhouses protect crops and rely on 90 percent less water than typical agriculture. For more stories follow me @sarahltonphoto #india #climatechange #resilience

14 sett.



Piace a [renan_ozturk](#) e altri 235.449

15 DICEMBRE 2019

Aggiungi un commento...

[Pubblica](#)

NATGEO 18

Bibliografia

- [1] AGI, *Clima: da Rio a Parigi, 25 anni di accordi disattesi*, 1 giugno 2017, https://www.agi.it/estero/clima_accordo_parigi_cop_21_trump_cronologia-1835193/news/2017-06-01/, ultima consultazione [25 marzo 2020]
- [2] ANSA, *Ente foreste Pefc, cambio clima è causa incendi in Svezia*, 20 luglio 2018, https://www.ansa.it/canale_ambiente/notizie/clima/2018/07/20/ente-foreste-pefc-cambio-clima-e-causa-incendi-in-svezia_85bd59aa-731d-44b2-b69c-02000c805611.html, ultima consultazione [26 marzo 2020]
- [3] Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, *Osservatorio sulle Testate Online, Rapporto 2018*, 2018
- [4] Barrow John, *Le Immagini della Scienza, cinquemila anni di scoperte: una storia visiva*, Mondadori, 2009
- [5] Bindoff Nathaniel L., *2013: Detection and Attribution of Climate Change: from Global to Regional. In: Climate Change 2013: The Physical Science Basis. Contribution of Working Group I to the Fifth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change*, Cambridge University Press, 2013
- [6] Braasch Gary, *Climate change: is seeing believing?*, Bulletin of Atomic Scientists, LXIX, 6, 2013, 33– 41
- [7] Corner Adam, *Climate visuals: Seven principles for visual climate change communication*, Climate Outreach, 2015

- [8] Chapman Daniel A., *Climate visuals: A mixed methods investigation of public perceptions of climate images in three countries*, *Global Environmental Change*, XXXI (2016), 172-182
- [9] Global Climate Strike, *7.6 million people demand action after week of climate strikes*, 28 settembre 2019, <https://globalclimatesrike.net/7-million-people-demand-action-after-week-of-climate-strikes/>, ultima consultazione [6 aprile 2020]
- [10] Il Post, *Perché è fallita la conferenza sul clima*, 16 dicembre 2019, <https://www.ilpost.it/2019/12/16/cop2-conferenza-clima-fallimento/>, ultima consultazione [23 marzo 2020]
- [11] IPCC, *Summary for Policymakers. In: Global Warming of 1.5°C*, 2018
- [12] IPCC (Fifth Assessment Report), *AR5 Climate Change 2014: Impacts, Adaptation, and Vulnerability*, 2014
- [13] IPCC, *2019: Summary for Policymakers. In: IPCC Special Report on the Ocean and Cryosphere in a Changing Climate*, 2019
- [14] Lam Anita, *Witnessing glaciers melt: climate change and transmedia storytelling*, *JCOM18 (02)*, A05, 2019
- [15] Manzo Kate, *Beyond polar bears? Re-envisioning climate change*, *Meteorol. Appl.*, XVII (2010) , 196–208
- [16] Marris Emma, *Why young climate activists have captured the world's attention*, *Nature*, 18 settembre 2019, <https://www.nature.com/articles/d41586-019-02696-0>, ultima consultazione [29 marzo 2020]
- [17] Metag Julia, *Perceptions of climate change imagery: Evoked salience and self-efficacy in Germany, Switzerland, and Austria*, *Science Communication*, XXXVIII (2016),2 , 197–227

- [18] Nerlich Brigitte, *Images of extreme weather: Symbolising human responses to climate change*, *Science as Culture*, XXIII (2014),2 , 253–276
- [19] Newman Nic, *Reuters Institute Digital News Report 2019*, 2019
- [20] Nicholson-Cole Sophie A., *Representing climate change futures: a critique on the use of images for visual communication*, *Environ. and Urban Systems*, XXIX, (2005) 255–273
- [21] Nucera Giuseppe, *Il nuovo ruolo della comunicazione scientifica*, Micron, 2018
- [22] O'Neill Saffron, *Climate change and visual imagery*, *Wiley Interdiscip. Rev. Clim. Change*, V (2014), 73–87
- [23] O'Neill Saffron, *On the use of imagery for climate change engagement*, *Global Environmental Change: Human and Policy Dimensions*, XXIII (2013),2 , 413–42 et
- [24] O'Neill Saffron, *An iconic approach for representing climate change*, *Global Environmental Change*, XIX (2009), 402–410
- [25] Romano Angelo, *Clima: il 2019 è stato l'anno della consapevolezza, il 2020 è l'anno decisivo per intervenire*, Valigia Blu, 1 gennaio 2020, <https://www.valigiablu.it/clima-scienza-politica-attivismo/>, ultima consultazione [3 aprile]
- [26] Rositi Franco, *La ricerca sull'industria culturale. L'emittente, i messaggi, il pubblico*, Carrocci, 1988
- [27] Trumbo Jean, *Essay: Seeing Science: Research Opportunities in the Visual Communication of Science*, *Science Communication*, XXI (2000), 4, 379–91
- [28] Wang Susie, *Public engagement with climate imagery in a changing digital landscape* *Wires Climate Change*, 2018