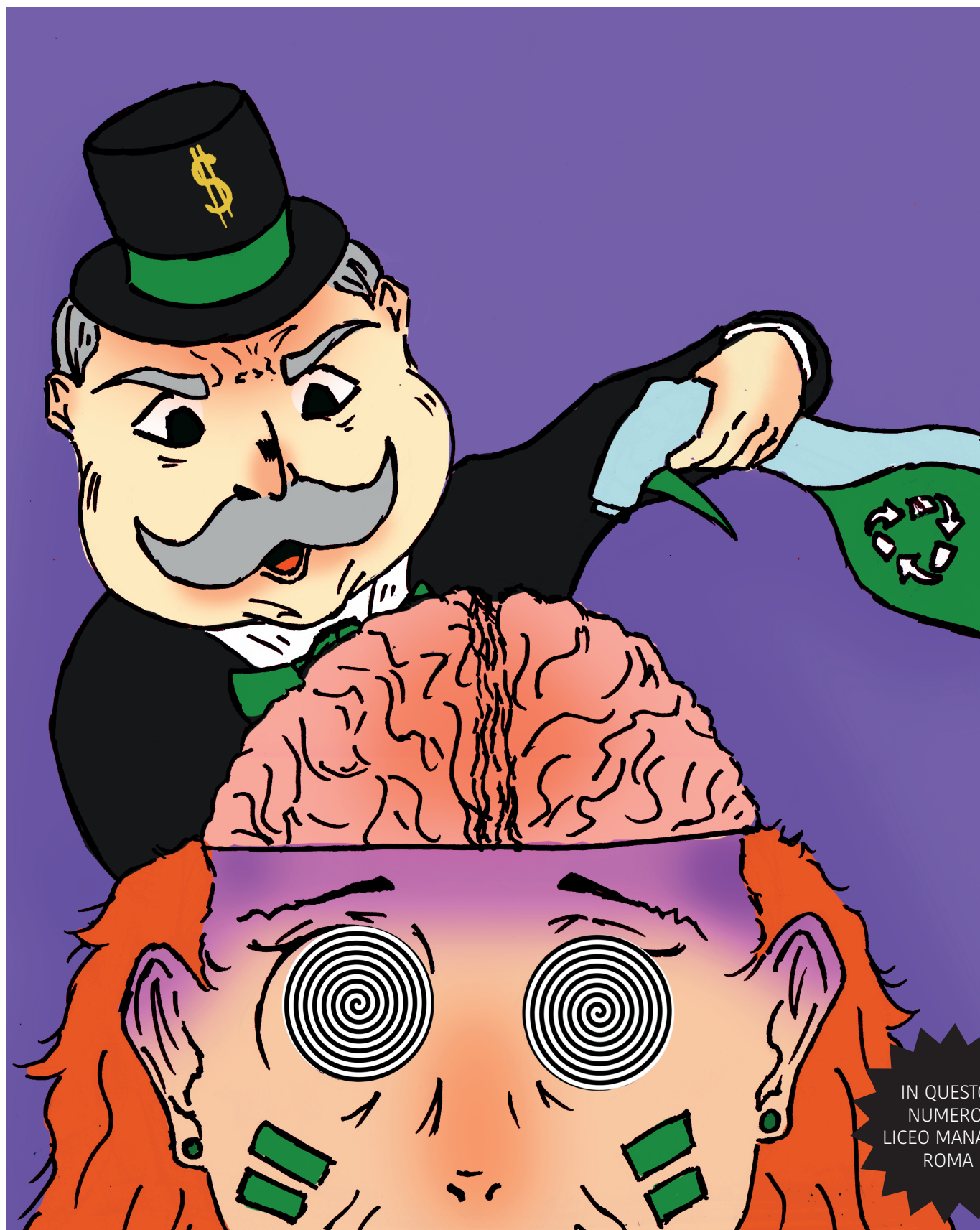


RIPIANTO

€1,50

Troppo tardi?

REALIZZATO CON CARTA RICICLATA



IN QUESTO
NUMERO
LICEO MANARA
ROMA

AMBIENTE - CULTURA - ATTIVISMO - ARTE - POLITICA - SOCIAL MEDIA - CINEMA - SOSTENIBILITÀ



n°1

26-27-28 Gennaio 2022



INDICE

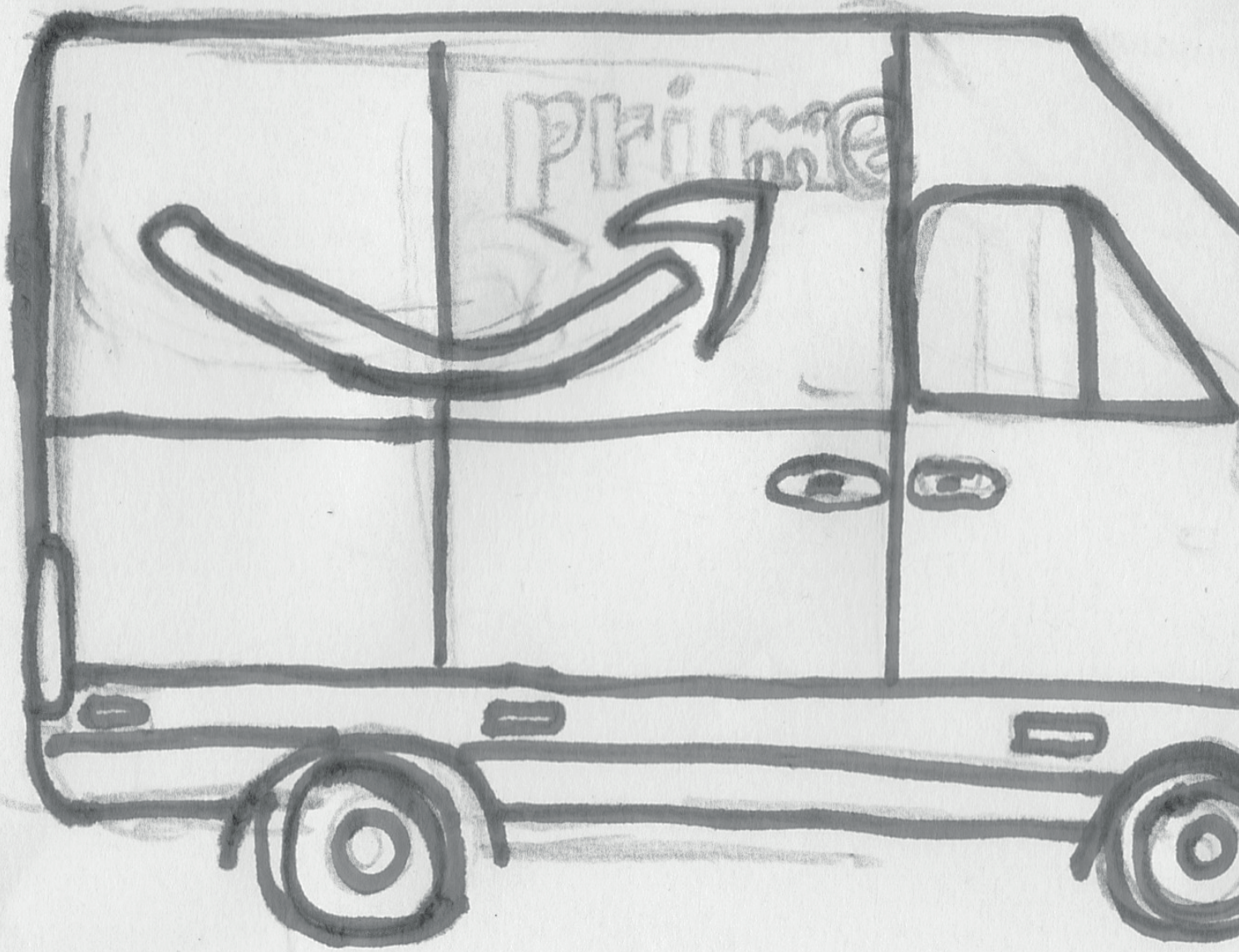
24 h
di greenwashing p.4

Artivism p.8

Don't look down p.10

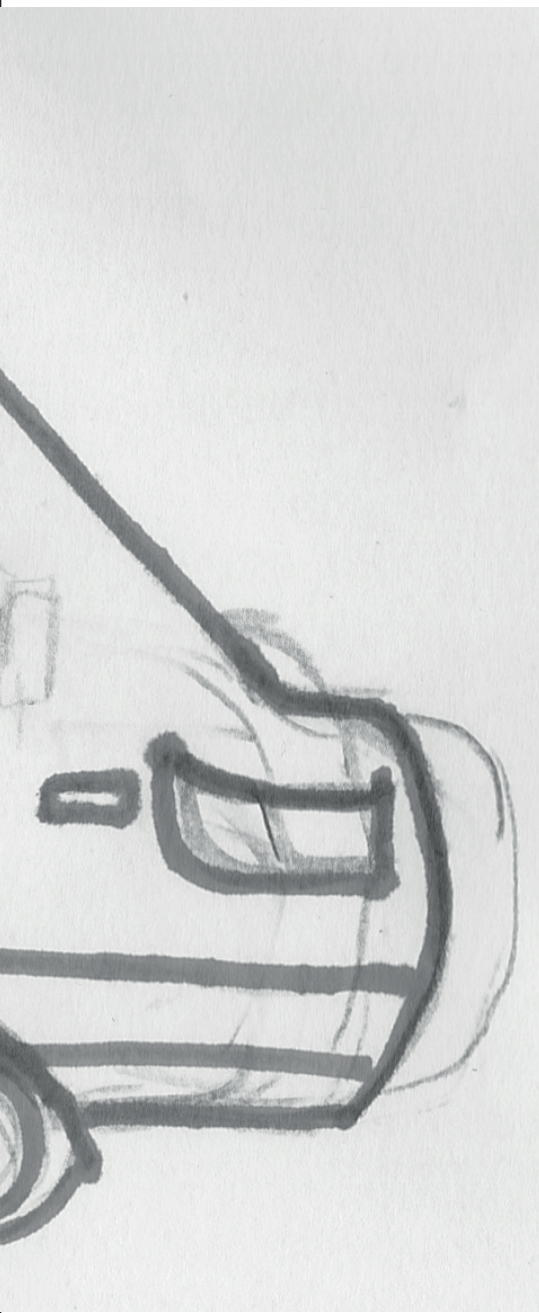
L'ecologia
tra anime e realtà p.12

Realtà nascosta
da pixel p.14



24H DI GREENWASHING

**L'illusione
della
sostenibilità**



Il greenwashing, definibile anche come Ecologia di facciata, è una vera e propria tecnica di marketing pensata per spingere il consumatore a comprare, mascherando azioni tutt'altro che ecologiche dietro slogan fittizi e grafiche accattivanti a favore dell'ambiente. Oltre che di "lavaggio verde" si tratta anche di una sorta di lavaggio del cervello poiché le multinazionali ingannano le persone che, pensando di fare qualcosa di buono per l'ambiente, fanno gli interessi delle compagnie.

La scelta dell'outfit

Federica Lucia ha 32 anni e vorrebbe condurre una vita ecologica. Per farlo si affida a ciò che le aziende

comunicano alla clientela. Comincia la sua giornata ecologica vestendo abiti di aziende che millantano una produzione sostenibile: "Lo sappiamo. Può essere veramente difficile capire se le tue scelte di shopping sono ecologiche. Ma noi vogliamo renderlo più facile! Il nostro obiettivo è che tutti i nostri articoli siano prodotti con materiali riciclati o provenienti da fonti sostenibili entro il 2030. Il 65% dei materiali che usiamo rispetta già questo criterio." Così il colosso dell'abbigliamento svedese H&M seduce i suoi clienti, una dei quali proprio Federica Lucia: promettendo atteggiamenti virtuosi ed eco-sostenibili. Quanto è effettivamente efficace? Quanto di ciò che afferma è attivismo di facciata? Quando si tratta di guadagni aziendali, senza dubbio questa nobile attenzione ecologica è più che vantaggiosa: The State of Fashion 2019 riporta infatti che due terzi dei consumatori mondiali eviterebbero o boicotterebbero i marchi che basano il loro business su posizioni controverse. Al contrario il 66% è disposto a spendere di più per prodotti a impatto zero.

Ottenere produzioni green è dispendioso a livello economico oltreché per le tempistiche; fingere di aver raggiunto obiettivi di questo tipo, invece, è gratuito e persino conveniente finanziariamente. La Consumer Authority norvegese ha accusato H&M di greenwashing. In particolare, è sospetto come quest'ultima risulti vaga nelle poche informazioni di dominio pubblico fornite sull'argomento. L'azienda parla di un generico "50% minimo di materiali riciclati, organici o in Tencel". E ancora: "A causa di limitazioni tecnologiche per assicurare qualità e durata del prodotto c'è un'eccezione: la percentuale massima di cotone che possiamo attualmente utilizzare in un capo è del 20%. Stiamo, in ogni caso, lavorando su alcune innovazioni per far crescere questa percentuale il prima possibile".

I moventi per intraprendere tali strategie di marketing si ritrovano nel fatto che la multinazionale sia

spesso al centro di scandali ambientali. Un report realizzato dalla rete Disaster Trade svela lo stretto legame tra deforestazione e profitti nel settore della fast fashion dove il legno viene utilizzato nelle fabbriche per generare elettricità. Per evitare le dure leggi europee sulla sostenibilità, H&M ha spostato alcune delle sue tante sedi in Cambogia e come risultato le foreste dello Stato in questione stanno sparando a ritmi velocissimi. La nota catena di fast fashion ha portato avanti un'intensa campagna pubblicitaria con lo slogan "Non ci sono regole nella moda eccetto una: ricicla i tuoi vestiti". Ha quindi promesso che avrebbe riciclato i vestiti del marchio che fossero stati riportati indietro. Alcuni giornalisti danesi hanno recentemente scoperto che la multinazionale conferisce negli inceneritori addirittura vestiti nuovi. Come documentato dalla televisione danese, solo in Danimarca il colosso del fast fashion ha gettato nell'inceneritore di Roskilde 12 tonnellate di rifiuti tessili ogni anno a partire dal 2013. Dobbiamo aspettarci quindi che anche le nostre vecchie T-shirt, che portiamo indietro nei negozi H&M, fanno la stessa fine?

Il prelievo

Tutto questo Federica Lucia lo ignora e continua inconscia la sua giornata ecologica andando a prelevare del denaro. Il suo conto corrente è con BNP, una banca che adotta il motto "L'investimento sostenibile per un mondo che cambia". Andando sul sito per informarsi aveva scoperto che la banca investe fondi per la sostenibilità e l'ecologia, presenta strategie su come ottenerla, e offre un metodo d'investimento sostenibile; investigando più a fondo sul sito aveva scoperto che il gruppo bancario ha creato un fondo di 22 trilioni di dollari impiegato per il ripristino degli oceani delle terre e di alcune comunità. Tutte queste proposte l'avevano convinta a scegliere questa banca. Ciò che non sa a causa della sua disinformazione è che il gruppo BNP finanzia la Car-

gill, una corporazione alimentare che, secondo Trase, ha causato indirettamente la deforestazione di 800 chilometri quadrati di Amazzonia per la coltivazione della soia e l'alimentazione del bestiame. Questo disboscamento va a deturpare le terre native di alcune comunità locali, le quali per necessità migrano in altre zone. La BNP attraverso questo business di 5 miliardi di dollari e investimenti ha guadagnato oltre 35 miliardi di dollari. Tra il 2016 e il 2020 la banca ha fornito 300 milioni di dollari a Wilmar, definito "il più grande e sporco commerciante di olio di palma nel mondo"; la Wilmar riceve olio di palma da 18 diverse compagnie responsabili del disboscamento, l'accordo potrebbe aver fruttato al gruppo bancario oltre 6 milioni di dollari. La relazione con Olam che si autodescrive come "il più grande coltivatore del mondo" frutta altri svariati milioni alla banca; Olam è accusata di aver raso al suolo oltre 40000 ettari di foreste per creare piantagioni di gomma e olio di palma, terreno che era anche in parte di comunità locali a cui viene negata la possibilità di cacciare e pescare nei loro luoghi abituali e che, in caso fossero scoperte le loro infrazioni, verrebbero sanzionate e i loro prodotti confiscati.

Il pranzo

Ma, ancora una volta, Federica Lucia si scopre essere una ignara cliente del gruppo bancario. Dopo aver prelevato contante può sfamarsi con un buon pasto caldo. Entra quindi da KFC, attirata dagli slogan ecologici come "less waste, more taste" convinta che stia facendo una buona azione per l'ambiente, fidandosi della campagna della nota catena di fast food. Federica Lucia non sa che nel 2005 il gruppo Yum! possessore di KFC e altri fast food statunitensi, ha fatto una previsione per cui entro 10 anni avrebbe ridotto le emissioni di CO2 nei locali di proprietà dell'azienda. Nel 2015

effettivamente la produzione di diossido di carbonio è diminuita. Tuttavia, anche i punti vendita KFC posseduti da Yum! sono diminuiti mentre quelli non posseduti sono aumentati del 470% ogni anno aumentando esponenzialmente le emissioni. Con questa strategia, questa multinazionale maschera dietro l'azione di pochi locali di sua competenza la verità. Federica Lucia ha letto sul sito di KFC che la carne certificata proviene solo da polli allevati nelle condizioni migliori possibili ma un'indagine del 2011 afferma il contrario. PETA, la no-profit che si occupa dei diritti degli animali, dieci anni fa ha pubblicato un video girato nei mattatoi di KFC in Georgia e in Tennessee dove gli animali vengono trattati con crudeltà e allevati in condizioni disumane. Federica Lucia mentre mangia il suo "bucket tender crispy" legge l'etichetta SFI (Sustainable Forestry Initiative) sulla confezione, che segnala l'impegno dell'azienda a rispettare le politiche forestali del FSC (Forest Stewardship Council). Tale impegno è preso solo all'apparenza perché, come dimostrano varie organizzazioni ambientaliste, si tratterebbe di puro greenwashing, in quanto la stessa etichetta è stata creata da aziende forestali incapaci di soddisfare le condizioni del FSC. Nonostante tutto ciò KFC, come gli altri marchi posseduti da Yum!, stanno provando a cambiare avviando progetti di eliminazione della plastica.

Lo shopping

Arrivata a casa, vede alla TV uno spot di una famosa azienda di E-Commerce che fornisce trasporto di prodotti in maniera sostenibile. Lo spot di Amazon, con un'ingombrante colorazione verde, invita le persone a comprare prodotti tramite il sito, promettendo più di 80 progetti rivoluzionari per rendere il servizio completamente ecologico. Una donna col gilet arancione da corriere conclude lo spot dicendo "sono molto orgo-

gliosa di poter contribuire a rendere l'ambiente e il mondo un posto migliore". Sentendo queste meravigliose parole, chi non rimarrebbe colpito da una multinazionale che è così tanto sensibile ai problemi legati all'ambiente che caratterizzano il nostro periodo storico? Chi rimarrebbe impassibile davanti al Bezos Earth Fund, un fondo di 10 miliardi di dollari destinato alla ricerca per cambiare le sorti del pianeta? Chi non si emozionerebbe vedendo una clessidra verde alata, simbolo del progetto Climate Pledge Friendly che mette a disposizione addirittura 25 mila prodotti che rispondono a una o più delle certificazioni di ecosostenibilità? Tutto bellissimo, se non fosse che questo progetto rivoluzionario è criticato da Green Peace International in quanto i prodotti con queste certificazioni sono realmente 25 mila su circa 12 milioni di prodotti (meno dello 0,2% della produzione totale). Questo progetto inoltre riguarda l'inquinamento solo ed esclusivamente relativo alla distribuzione dei prodotti mentre, come ricorda Green Peace International criticando il Climate Pledge Friendly, "l'impegno di Amazon per le rinnovabili copre solo le proprie operazioni e il consumo di elettricità, ma trascurava la sua catena di approvvigionamento, che, nel caso di Amazon, rappresenta oltre il 75% della sua impronta di carbonio complessiva". Insomma, da una delle multinazionali più potenti del mondo, da uno degli uomini più ricchi del pianeta, da chi realmente potrebbe e dovrebbe fare la differenza ci si aspettava di meglio, soprattutto se ciò che viene fatto per "rendere la terra un posto migliore" non bilancia neanche lontanamente ciò che la danneggia irreversibilmente. Ad esempio, 10 miliardi di dollari donati alla ricerca da Jeff Bezos erano, nel bilancio del 2019, accompagnati da circa 44,4 miliardi di chilogrammi di anidride carbonica prodotta nel medesimo anno secondo Climate Watch (circa 10% in più del volume

della Francia). E se l'obiettivo del Climate Pledge Friendly è ridurre a zero le emissioni entro il 2040, cioè 10 anni prima rispetto alla Cop26, nei fatti le promesse sembrano alquanto azzardate visto anche l'incremento del 15% nel 2020 di quei 44,4 miliardi di chilogrammi. D'altronde, non possiamo aspettarci altro da un'azienda che offre un servizio di consegna velocissimo e assolutamente non necessario che comporta dei sacrifici. Ad esempio, i costi di conservazione dei prodotti nei depositi delle multinazionali sono altissimi per i venditori, specialmente se c'è la necessità di lasciare sempre spazio disponibile per nuovi prodotti. Secondo la TV francese M6, questo problema legato agli spazi verrebbe risolto distruggendo prodotti nuovi e intatti. Ma, ripetiamo, questo è necessario se vogliamo un servizio di rapidissima consegna. Come dimostra anche uno studio della Scuola Superiore del Sant'Anna di Pisa, la compravendita tramite Amazon è ecologicamente inconveniente, per quanto riguarda l'emissione di anidride carbonica legata esclusivamente al trasporto, a meno che l'acquirente dovesse percorrere una distanza superiore a 15 km per raggiungere il negozio fisico. Sempre lo stesso studio ha dimostrato che il packaging di Amazon pesa 3 volte di più rispetto a qualsiasi negozio e ha un impatto ambientale 10 volte superiore a quello di un qualsiasi sacchetto di plastica (in numeri, 182kg di CO2 equivalente vs. 11kg di CO2 equivalente). Per non parlare dell'aumento dell'uso di aerei per le consegne della multinazionale che è aumentato dal 2019 del 30%, numeri non confortanti visto che gli studi del Parlamento Europeo hanno previsto che nel 2050 il trasporto aereo causerà il 22% dell'inquinamento. A darci una chiara idea dell'impatto ambientale di una consegna Amazon ci ha pensato l'università MIT, che ha calcolato che per assorbire l'anidride carbonica di una consegna di Amazon servono dai 20 ai 300

alberi, dipende ovviamente dalle tempistiche della consegna. Federica Lucia ha concluso la sua giornata con la coscienza pulita e soprattutto ignorando le colpe e i crimini che commettono le aziende alle quali si affida, dando loro la possibilità di avere una coscienza pulita. Il termine Greenwashing è già abbastanza esplicativo: si tratta di lavare le facciate delle aziende di verde ma, per l'appunto, ci si limita alle facciate. Non è un processo che avviene senza ragione, infatti viene spesso attuato da quelle multinazionali che vengono accusate di avere un'ingombrante importanza sull'inquinamento e, in particolare, sulle emissioni di CO2. Probabilmente i progetti per l'ecosostenibilità vengono interamente o in parte realizzati, ma in confronto ai danni ambientali che provocano sarebbe come pulire un pavimento passando con le scarpe sporche sul bagnato. Insomma, ipocrisia e inganno sono il modus operandi di chi ostenta un'atten-

zione per l'impatto ambientale. Questo non significa che lo stile di vita di Federica Lucia sia sbagliato a priori o che i suoi obiettivi siano irrealizzabili ma che, per condurre veramente uno stile di vita sostenibile, non si debba abboccare a qualsiasi mossa in scena delle aziende. Bisogna informarsi sempre senza mai dare nulla per scontato, non reagire d'impulso a qualsiasi offerta consumistica. Insomma, bisogna comprare con la testa e non farsi ingannare da acquisti "di pancia". E non dimentichiamoci che se esistono imprenditori e proprietari di aziende che lucrano sull'inquinamento è perché noi lo permettiamo, è perché noi lo richiediamo. La lotta contro l'inquinamento è una lotta reale e deve essere interpretata come tale. Una lotta di classe contro pochi uomini straricchi che danneggiano la vita di tutti gli altri. E nella lotta l'unione fa la forza, perché Jeff Bezos è uno solo ma noi siamo miliardi. ■



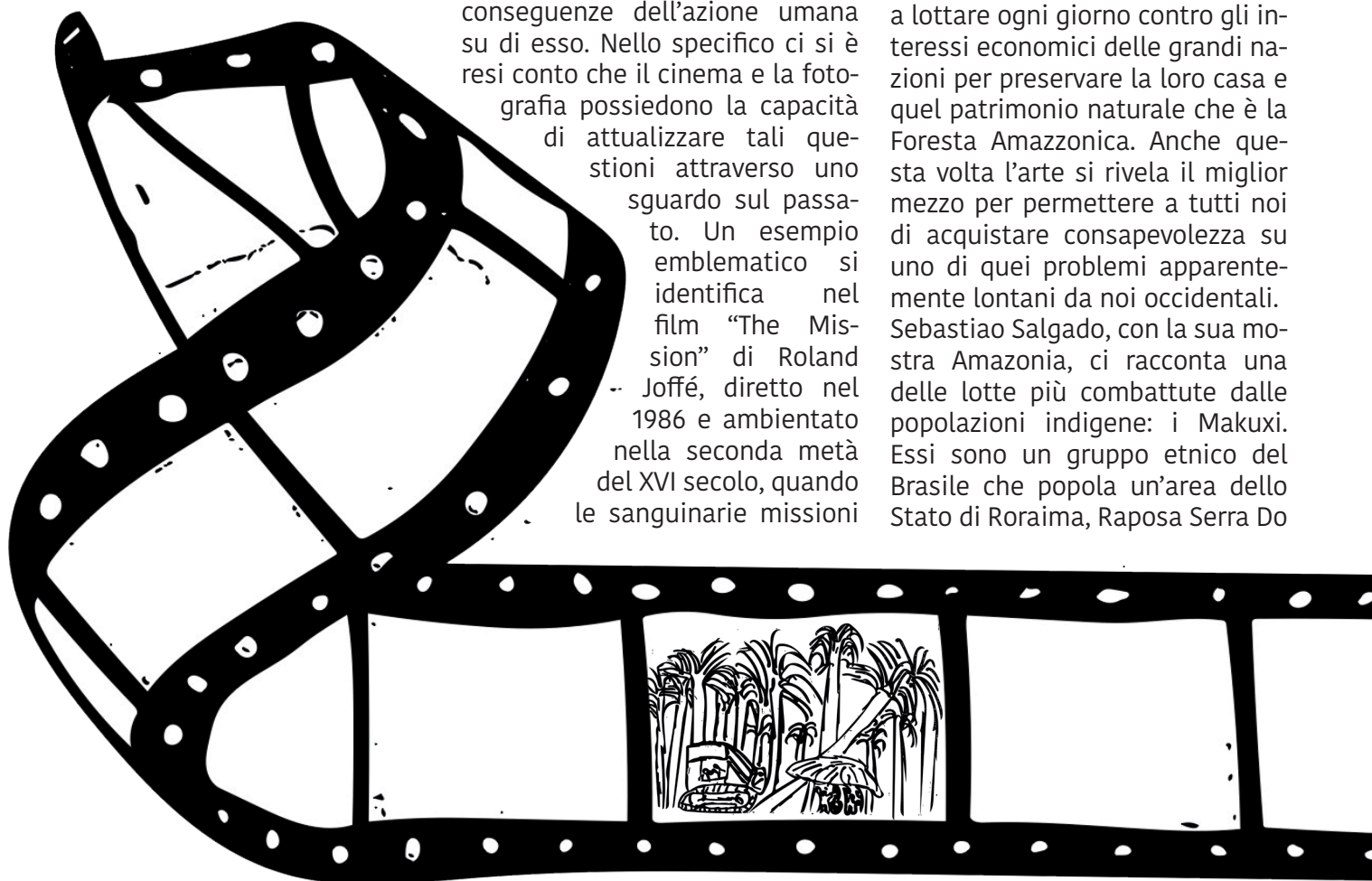
ARTIVISM

Arte come denuncia sociale

L'arte può essere un mezzo efficace di denuncia sociale? Sono molti gli artisti che nel corso dei secoli si sono fatti carico di problematiche sociali, rendendo film, foto, dipinti un mezzo di denuncia in grado di parlare a chiunque, proprio grazie alla sua grande forza comunicativa. Attraverso immagini, colori, forme e materiali vengono trasmessi messaggi critici con cui sensibilizzare chiunque ne fruisca. Il termine "Artivism" esprime a pieno questa tendenza dell'arte di diventare una voce capace di

farsi strada in una società sempre più sorda e assorbita dagli schermi. Con la necessità che questo messaggio giunga a ognuno, oggi più che mai, grazie all'avvento di nuove forme d'arte, c'è bisogno di farlo in modo più diretto. Il cinema e la fotografia sono le forme più efficaci per questo scopo, grazie alla tipica intuitività dei loro messaggi. Nonostante la varietà dei temi da affrontare, uno che negli ultimi decenni sembra essere diventato particolarmente importante è l'ambiente e le conseguenze dell'azione umana su di esso. Nello specifico ci si è resi conto che il cinema e la fotografia possiedono la capacità di attualizzare tali questioni attraverso uno sguardo sul passato. Un esempio emblematico si identifica nel film "The Mission" di Roland Joffé, diretto nel 1986 e ambientato nella seconda metà del XVI secolo, quando le sanguinarie missioni

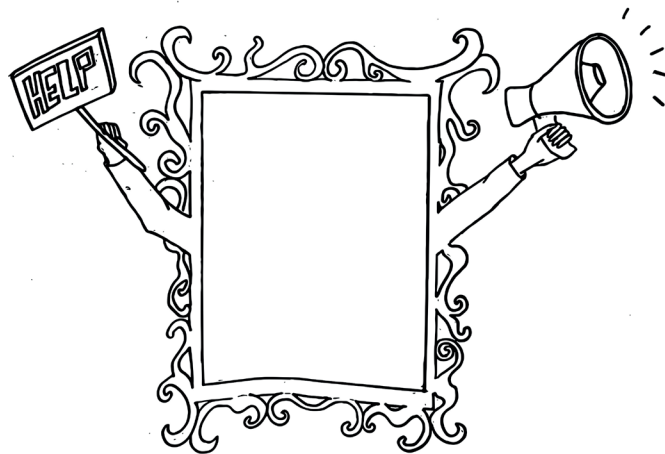
dei "conquistadores" contro le popolazioni native del Sud America erano ancora ben lontane dalla loro conclusione. A tal proposito il regista ha deciso di portare sullo schermo le crude immagini di uno dei svariati genocidi compiuti in Amazzonia da parte dei portoghesi e degli spagnoli per la conquista delle risorse presenti nel sottosuolo. Purtroppo, come Joffé ben sa, la privazione di queste terre a discapito degli indigeni è ancora oggi un problema molto sentito; infatti essi sono costretti a lottare ogni giorno contro gli interessi economici delle grandi nazioni per preservare la loro casa e quel patrimonio naturale che è la Foresta Amazzonica. Anche questa volta l'arte si rivela il miglior mezzo per permettere a tutti noi di acquistare consapevolezza su uno di quei problemi apparentemente lontani da noi occidentali. Sebastiao Salgado, con la sua mostra Amazonia, ci racconta una delle lotte più combattute dalle popolazioni indigene: i Makuxi. Essi sono un gruppo etnico del Brasile che popola un'area dello Stato di Roraima, Raposa Serra Do



Sol, che da diversi decenni viene puntualmente occupata dai coloni bianchi. L'insediamento di questi ultimi è dovuto principalmente a due ragioni: la presenza di giacimenti auriferi e diamantiferi, e la grande quantità di bestiame. Il rapporto tra i Makuxi e la civiltà occidentale ha profondamente intaccato usi, costumi e tradizioni indigene. Infatti molti di loro sono stati costretti a vendere la propria forza lavoro ai bianchi diventando così parte del sistema economico-commerciale dei colonizzatori.

A causa di ciò, la richiesta di demarcazione di questa zona è da anni l'obiettivo prioritario della comunità. La causa viene seguita non solo al livello internazionale ma anche dai missionari cattolici della Consolata, che dal 1972 hanno iniziato a vivere nei villaggi in mezzo alle tribù indigene. Lo Stato del Brasile ha ufficialmente riconosciuto questa terra nel 2005 dopo decenni di lotta, tuttavia permane tuttora un'elevata ostilità nei confronti dei Makuxi. Sebastiao Salgado, attraverso scatti significativi nella foresta Amazzonica, congela nel tempo la lotta dei makuxi così da ottenere un'istantanea di un evento storico che è esistito e continua a ripetersi. Di conseguenza egli dedica un'intera sezione alla tribù dei Makuxi. Nella stessa mostra Salgado attraverso un fotoreportage che appare a prima vista speranzoso ci mostra la bellezza di un ecosistema da proteggere: i

suoi maestosi alberi, le rigogliose foreste, i fiumi "volanti", le montagne imponenti e infine quelle tribù che vivono incontaminate in questi luoghi e che da più di 5000 anni cercano di proteggere le loro terre dall'esproprio. Infatti proprio queste civiltà hanno visto la loro casa, la foresta, cambiare e, in molti casi, essere distrutta. Op-

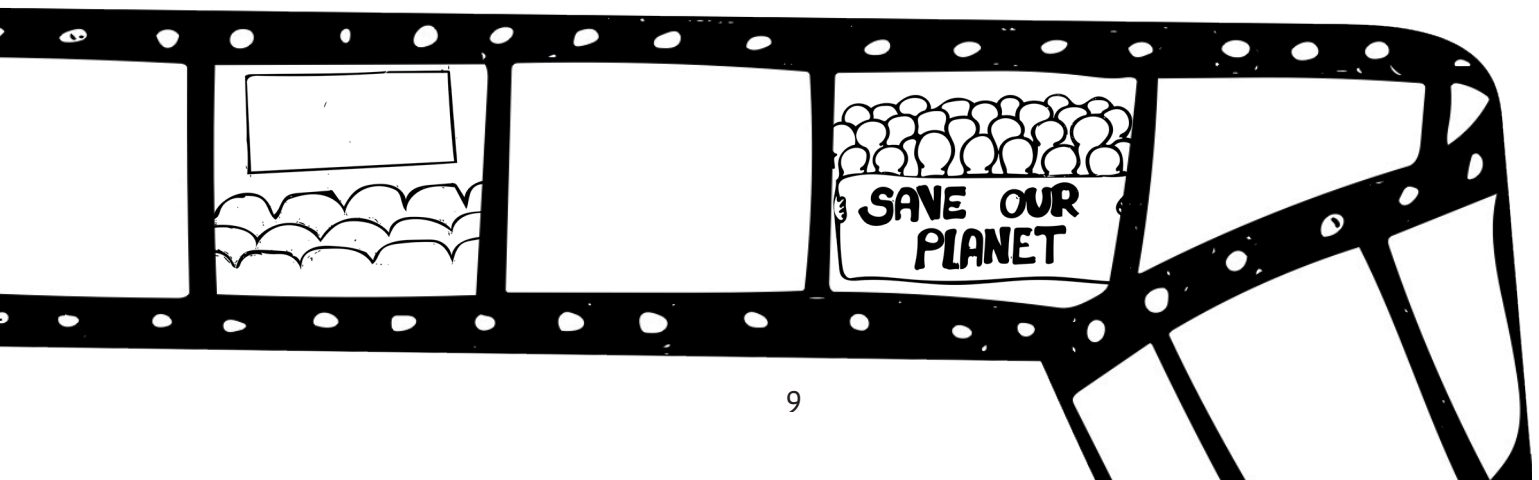


pressi dall'imperialismo degli europei nel passato, oggi la loro resistenza pacifica è sempre di più minacciata da un governo repressivo di destra. Gli stati non si limitano solo ad ostacolare loro, bensì procedono sistematicamente a invadere i loro territori causando incendi, disboscamenti e conversione delle terre con lo scopo di realizzare allevamenti intensivi e campi per l'agricoltura industriale. Tutto questo non è presente negli scatti del fotografo, infatti noi non vediamo gli alberi bruciare o le popolazioni emigrare, come invece era solito nei suoi lavori precedenti. Per esempio, nella serie di foto "Sahel, The End of the Road"

Salgado ci mostra gli effetti della malattia del colera attraverso immagini crude che ci trasmettono in modo immediato la sofferenza umana. Qui invece egli ci fa immergere in una natura non ancora segnata dalla mano dell'uomo. Nonostante tutta la produzione di Salgado sia segnata dalla scelta del bianco e nero, è interessante notare come la scelta del bianco e del nero può rimandare il pubblico a l'idea di passato e, quindi, una realtà lontana che rischia di non sopravvivere. Salgado vuole far riflettere l'osservatore proprio su questa bellezza affinché egli possa comprendere la precarietà e il valore di tale ecosistema. In conclusione possiamo dire che sia Joffé che Salgado, seppur in modi diversi, scelgono di rappresentare un passato che si credeva sconfitto,

ma che è ancora presente in tutti i suoi aspetti più tristi. Le ingiustizie, gli abusi e le prevaricazioni che pensavamo di esserci lasciati alle spalle, oggi sono ancora presenti, ed è nostro compito avere gli occhi e le orecchie aperte per poter cogliere i messaggi che l'arte ci manda. Solo in questo modo, potremo davvero plasmare il nostro futuro. ■

**Articolo di Alessandra Traini, Marta Piepoli, Eleonora Durantini
Illustrazioni di Livia De Santis e Michelangelo Coronas**



DON'T LOOK DOWN

La
mete-
ora
cine-
mato-
grafi-
ca



Sensibilizzo su quel che anniento

Guardare o non guardare? È questa la domanda che ha pervaso milioni di appassionati del cinema, dopo il successo immediato del recentissimo film *Don't look up*, candidato a plurimi premi (come il Golden Globe o il National Board of Review) e primo nella Top 10 di Netflix per più di un mese. *Don't look up*, generalmente molto apprezzato dalla maggior parte degli utenti di Netflix, è considerato come il film ambientalista dell'anno e ha spinto tutti a chiedersi se si stia facendo abbastanza dal punto di vista ecologico. Ma loro, avranno fatto abbastanza? Secondo un'approfondita ricerca svolta dalla Purdue University, dalla Yale University e dalla Massachusetts Institute of Technology, un'ora di streaming su una qualsiasi piattaforma online come Netflix o Disney+, produce circa 90 g di anidride carbonica (CO₂), che corrisponde al quantitativo prodotto da un'automobile a benzina dopo appena 450 metri percorsi. Lo streaming, difatti, costituisce circa il 70% delle emissioni di CO₂ prodotte dalla tecnologia, ovvero il 2.8% dell'inquinamento annuo globale.

Il caso McKay

Adam McKay, regista di *Don't look up*, aveva come primo obiettivo proprio quello di avvicinare il pubblico al delicato tema ecologico, ponendo una pericolosa cometa come metafora del cambiamento climatico che danneggia il nostro pianeta. A conti fatti però, la riproduzione in streaming di questo film, solo nella prima settimana, ha generato emissioni di CO₂ per un totale di 13.706.100.000 g, creando un paradosso tra tematiche della pellicola e conseguenze della stessa. Il titolo di McKay, dunque, è un piccolo esempio di come grandi produzioni o personaggi famosi e influenti, volenti o nolenti, anche cercando di salvaguardare il pianeta, possano finire per ottenere il risultato opposto, compromettendo l'ambiente ed

entrando così in contraddizione. Non a caso, *Don't look up* vede come uno dei protagonisti Randall Mindy, interpretato dal celebre Leonardo DiCaprio, produttore cinematografico e attivista.

Leonardo Di Caprio: da verde denaro a verde natura

Con il suo accanito impegno per l'ambiente, DiCaprio ha portato diversi contributi alle cause ecologiste: una in particolare è la Blackadore Caye, un isolotto del Belize progettato come eco-resort di 68 ville arricchito da suite galleggianti, barriere artificiali e piante indigene. Alcuni lo definiscono il paradiso dei sensi di colpa di un milionario, un progetto costantemente monitorato da scienziati intenti a seguire da vicino l'impatto ambientale dell'isola: viene allora da chiedersi se il vero scopo di un tale movimento ambientalista sia realmente quello di preservare l'ecosistema o di clonarlo piuttosto in una bioedilizia di cui l'isola non aveva bisogno. Un occhio esterno potrebbe trovare quasi bizzarro il controsenso di mutare un territorio selvaggio e privo di inquinamento in un lussuoso resort dove sono più i soldi a fare le foglie.

E se parliamo di noi?

Ma anche noi che fruiamo da "occhio esterno", quanto realmente possiamo accigliarci di fronte a un inquinamento che in piccola scala riproduciamo anche noi, magari con il lancio sbadato di una sigaretta a terra oppure con l'evitare di fare una raccolta differenziata semplicemente perché pensiamo che conti poco. Ci suona in modo retorico e scontato il problema del quando mai finiremo su uno schermo o su un articolo, con altri occhi puntati che possano vedere il male che c'è nel bene, il denaro che funge da tappo a molti problemi e allo stesso tempo è il mezzo con cui vengono creati e di conseguenza la parziale impossibilità di preservare l'ambiente con la tecnologia: il paradosso del nostro se-



colo a cui nessuno sfugge. Ma in qualche modo è possibile adoperare la tecnologia nella maniera più sicura per l'ecosistema.

In medio stat virtus

Dal canto suo Netflix ha recentemente annunciato il progetto "emissioni zero+natura" con l'intento di raggiungere zero emissioni di gas serra entro la fine del 2022. E per quanto rimanga una piattaforma streaming particolarmente inquinante, si è scoperto che le emissioni del sito in precedenza erano state gonfiate a dismisura, paragonando una mezz'ora di visione Netflix a 1,6 kg di CO₂, ovvero le emissioni di 6 km di auto. È importante però, anche nel proprio piccolo, imparare a muoversi a favore dell'ambiente senza per questo rinunciare al cinema: in un momento di quotidianità, in cui ci ritroviamo sul nostro divano pronti a un'altra maratona televisiva, può fare la differenza disattivare l'Autoplay che immette l'utente in un loop di contenuti non necessari ma che creano un alto consumo di energia; ridurre la risoluzione dei video, optando per quella standard anziché HD che porta a una riduzione dell'impronta dell'86%; infine evitare il più possibile una riproduzione streaming, scaricando i video in un momento di decongestione della linea, in modo che, terminato il download, si possano visionare offline. Non è necessario ritornare a un'era primitiva per salvare l'ambiente, ma pensare che nel progresso tecnologico che portiamo avanti, a volte, fare un passo indietro, permette di correre con il mondo e non sopra di esso. ■

L'ecologia tra anime e realtà

L'ecosistema in pericolo spiegato da Miyazaki

Se il progresso non va di pari passo con le esigenze della natura, ultimamente - proprio a causa di questo - il rapporto tra uomo e ambiente si è trasformato in una vera e propria guerra. Fenomeni come la deforestazione e la desertificazione mettono in difficoltà l'ecosistema, sterminando numerose specie e distruggendo l'habitat di molte popolazioni indigene, così come avviene per gli indios della foresta amazzonica. In questa situazione di particolare difficoltà, si sono insediate numerose pratiche ecologiche nel Paese del Sol Levante, sorte in seguito ai gravi disastri ambientali verificatisi negli anni '50 e '60 del XX secolo, ad esempio quello che si verificò nella città

di Minamata, che hanno messo in ginocchio l'intero paese. Nel 1972, venne introdotto il risarcimento per "responsabilità colposa ambientale" che considera le aziende imputabili dei problemi alla salute provocati dall'inquinamento. Non solo, nelle scuole viene anche promosso l'insegnamento alla cultura e all'educazione del senso civico, della responsabilità e

sensibilizzazione a livello sociale e non ultimo del riciclo e dell'eliminazione degli sprechi. Dal punto di vista culturale, è Miyazaki che nei propri film prodotti dallo Studio Ghibli affronta la questione ambientalista: dopo il disastro nucleare di Fukushima, Miyazaki non ha esitato a schierarsi contro le politiche ambientali del governo del primo ministro Shinzo Abe, convertendo l'intera produzione dello studio Ghibli in modo da renderla ecologicamente sostenibile continuando a parlare apertamente di pacifismo e ambientalismo nelle sue interviste. Tuttavia, il maestro dell'animazione giapponese affronta anche precedentemente queste tematiche all'interno dei suoi film *La principessa Mononoke* e *Nausicaa della valle del vento*.

La principessa Mononoke

Nel film *La principessa Mononoke*, si affronta il tema della deforestazione, principale imputato dell'omicidio in atto contro l'ambiente: l'anime racconta la storia di Ashitaka che viaggia verso Ovest e incontra San, "la principessa spettro" cresciuta dai lupi e impegnata in una lotta contro gli abitanti del villaggio limitrofo, i quali abbattano e bruciano gli alberi della foresta in cui vive per alimentare la grande fornace del villaggio. In questo film, l'avidità e la noncuranza degli esseri umani rompono l'armonia dell'ecosistema; il vero antagonista è sempre l'uomo che danneggia se stesso, l'ambiente



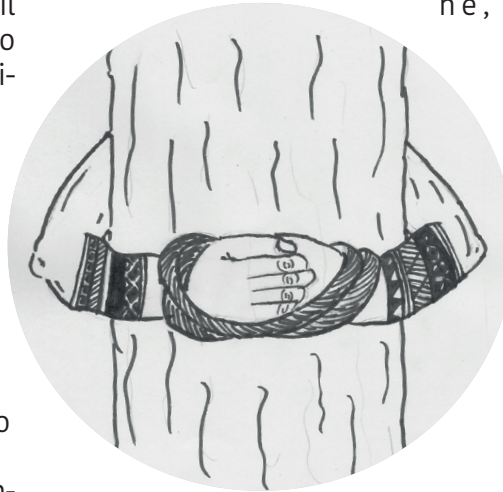
e i suoi abitanti (umani e non-umani). La storia della principessa Mononoke è la metafora di ciò che sta succedendo oggi agli Indios che abitano la foresta amazzonica: sono migliaia gli indigeni che rischiano di perdere la vita a causa dell'accaparramento delle terre poiché i territori in cui vivono coincidono con aree di foresta che l'agribusiness vorrebbe convertire in monoculture e allevamenti oppure appetibili perché ricche di legname pregiato, minerali e metalli preziosi. Il governo brasiliano sembra sposare questa politica di sfruttamento della foresta dalla quale si può prelevare tutto ciò che si desidera senza rispettare alcun criterio, tranne quello del profitto. Secondo l'Istituto brasiliano di ricerche spaziali (INPE), tra il primo gennaio 2019 e il 24 luglio dello stesso anno, sono stati distrutti 4.200 chilometri quadrati di foresta: il 50 per cento in più rispetto ai primi sette mesi del 2018 e oltre il doppio dell'area deforestata nello stesso periodo nel 2017. Non solo, nel 2020, l'Amazzonia ha subito la più grande deforestazione degli ultimi 12 anni: 1.085.100 ettari sono stati distrutti a discapito delle popolazioni locali e anche di tutta la popolazione mondiale che sta perdendo il grande polmone verde del pianeta.

La ribellione della natura

In Nausicaa della valle del vento, l'umanità è sull'orlo dell'estinzione a causa dell'utilizzo di armi terrificanti create dagli esseri umani stessi. Le scorie velenose e l'azione distruttrice degli insetti giganti contribuiscono inoltre alla distruzione del mondo e della specie umana. Tuttavia, la protagonista Nausicaa scopre che i funghi velenosi della foresta tossica stanno purificando l'aria e la terra, contaminate dalle scorie velenose a seguito del disastro ambientale. Nausicaa cerca così di convincere i suoi simili ad abbandonare la logica dello sfruttamento incontrollato delle risorse intessendo

un importante rapporto tra umani e non-umani (in questo caso, gli insetti giganti), fondamentale per rigenerare l'ecosistema globale e salvare gli esseri umani dall'estinzione. Il tema ambientalista non è nato solo dalla lungimiranza dell'artista ma anche dai disastri ambientali che si sono verificati e che stanno ancora agendo. E se questo racconto non fosse così lontano dal presente?

Una nuova ricerca scientifica mostra come parti dell'Amazzonia e altre foreste tropicali stanno emettendo più CO₂ di quanta ne assorbono, rilasciando invece gas serra e contribuendo così al riscaldamento globale. Le cause sono molteplici: gli incendi di natura dolosa, la deforestazione, e,



l'aumento della temperatura, e la siccità. Il messaggio che Miyazaki attraverso questo film vuole lanciare è l'urgenza di trovare un equilibrio per vivere senza avvelenare il pianeta che abitiamo: il nemico è l'uomo stesso. La natura è un'alleata dell'essere umano ma nel momento in cui quest'ultimo le fa violenza, essa si ribella e diventa letale.

Un lieto fine da costruire

L'uomo ha sempre fatto in modo che la natura fosse a sua completa disposizione: questo atteggiamento ha provocato la distruzione degli equilibri esistenti e sta ponendo l'uomo davanti a tutti i problemi che lui stesso ha causato. Alcuni danni sono stati provocati

dal letale egocentrismo dell'uomo. Dopo secoli di noncuranza, improvvisamente l'umanità sta cercando di ostacolare la distruzione dell'ecosistema: il problema, però, rimane proprio essere arrivati a questo punto critico senza mai essersi preoccupati di ciò a cui si stava andando incontro. Sicuramente non potremo più far tornare l'ecosistema allo stato in cui si trovava prima dell'intervento dell'essere umano ma, certamente, possiamo capire come fermare l'ascesa verso la distruzione, il cosiddetto "punto di non ritorno". L'ambiente non è proprietà dell'uomo ma vive in stretto legame con esso. Proprio per questo motivo si dovrebbe trovare il giusto punto di congiungimento tra umanità e natura e trovare, al tempo stesso, il modo di affiancare il progresso dell'essere umano alla salvaguardia dell'ecosistema. La lotta dell'uomo contro la natura è una lotta contro se stessi che può avere come unico risultato quello dell'autodistruzione. Tuttavia, Miyazaki ci regala uno speranzoso lieto fine per entrambi i film: l'eroina, grazie all'aiuto di altri personaggi, riesce a salvare l'umanità e a far dialogare nuovamente gli esseri umani con la natura.

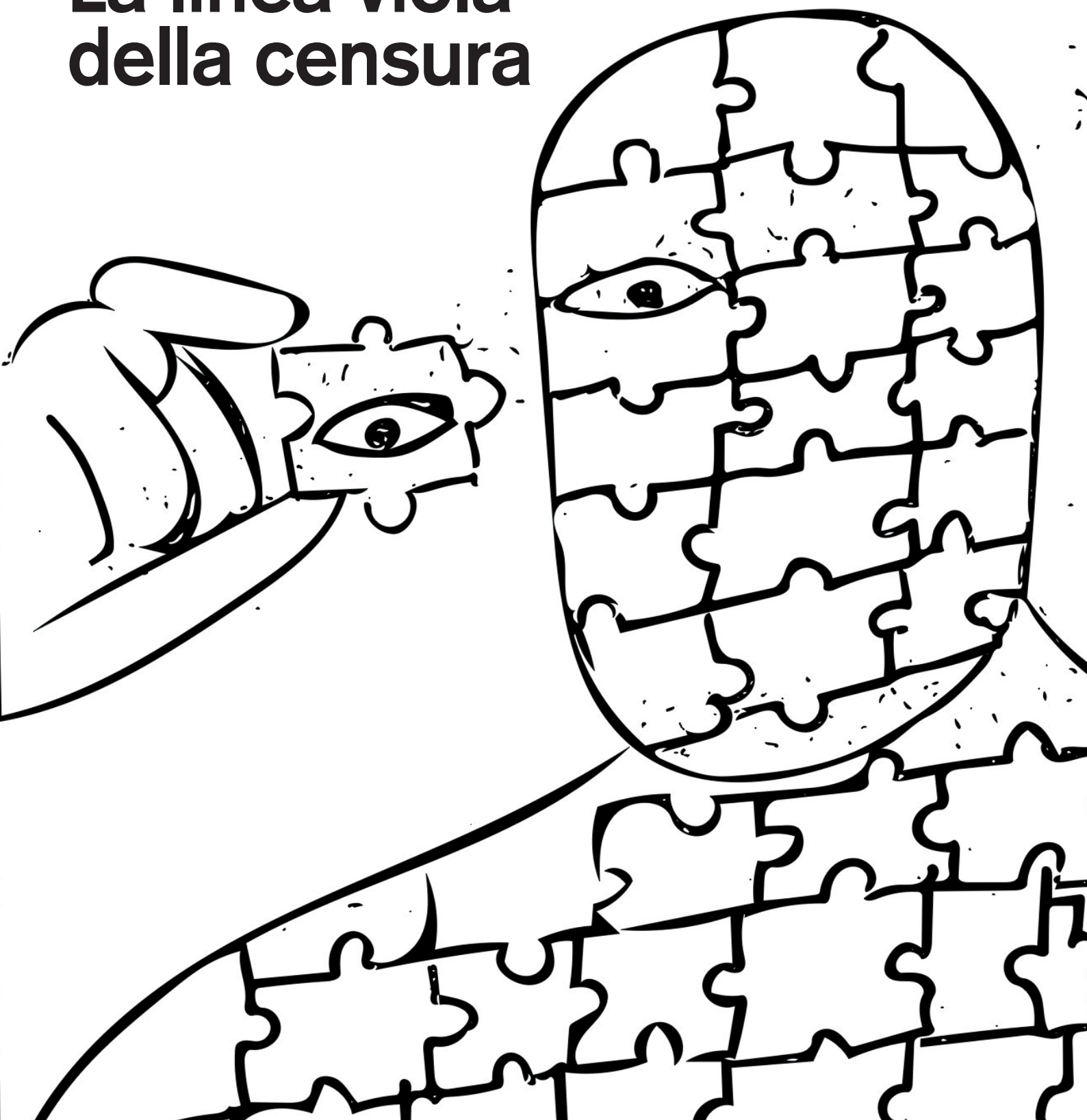
Riusciremo anche noi, nella realtà, a salvare il mondo e gli esseri viventi che lo abitano dalla negligenza e dall'irresponsabilità dell'uomo stesso? Forse Miyazaki ha scelto un lieto fine per adattare le sue opere ai grandi schermi del mondo, e per andare incontro alle aspettative del pubblico. Nella realtà, la posta in gioco è più alta: è in gioco la salvezza del mondo. ■

Articolo di Emma Perotti, Sofia Graziano, Arianna Marconi e Marco Tauro

Illustrazioni di Anna Quintiliani e Nome Cognito

REALTÀ **NASCOSTA** DA PIXEL

La linea viola
della censura



«Oggi, più che mai, ho bisogno di vedere con i miei occhi il nostro mondo e nessuno può dirmi cosa i miei occhi devono vedere e cosa no». Thomas Hirschhorn realizza, tra il 2015 e il 2017, una serie di lavori, denominata Pixel-Collage, che compone l'esposizione "The Purple Line" al museo MAXXI nella galleria 3. Si tratta di immagini, raccolte dal web e dai giornali, che riproducono fotografie di corpi mutilati e ritagli di campagne pubblicitarie; si nota che è stato adottato un lavoro inverso rispetto a ciò a cui siamo abituati: ovvero queste immagini propagandistiche sono state pixelate così da focalizzare l'attenzione sulle atrocità, mentre avviene il contrario. Le opere sono disposte lungo un labirinto in cui i cambi di direzione e la grandezza delle immagini annullano la capacità di selezione e la possibilità di essere protetti, imponendo al visitatore di confrontarsi con il limite di sopportazione che l'occhio umano riesce a sostenere di fronte a queste brutali fotografie, senza distogliere lo sguardo. Inoltre l'espressione "The Purple Line" rimanda alla teoria dei colori: il confine tra lo spettro del rosso e del violetto corrisponde alla massima saturazione di questi due colori, in cui si ottiene il colore puro, fastidioso da guardare ma al tempo stesso intrigante. Quindi se la reazione istintiva è quella di distogliere lo sguardo dalla morte, il viola costringe invece a non distrarre l'occhio dalla cruda realtà, comprendendone e affrontandone le contraddizioni. Hirschhorn decide di applicare ai collage una pellicola trasparente che, giocando con le luci e le angolazioni, ci obbliga spostarci per inquadrare meglio l'immagine e infine la mancanza dell'indicazione del luogo in cui sono avvenute queste tragedie aumenta l'interesse dello spettatore. Sembra quasi che Thomas Hirschhorn si prenda gioco di noi, incarnando la figura di un sadico. Si serve del pixel, uno strumento che mira alla censura di determinate parti di un'immagine e che nella mostra la connessione tra due re-

altà opposte ma contemporanee. Secondo Hirschhorn: «Mettere o rimuovere ogni pixel, o addirittura scomporlo in pixel più piccoli, è una decisione. È una decisione politica». La violenza dei soggetti rappresentata nelle immagini sembrerebbe il tema centrale della mostra, che invece parla di censura, del controllo delle immagini e dell'ipersensibilità nel mondo contemporaneo. Decisiva è inoltre la scelta dell'uso dei collage che per l'artista, come ha detto in un'intervista: «sono un impegno verso l'universalità del mondo, cioè un mezzo per apprendere a pieno ciò che ci circonda»

Scontro tra percezioni

La mostra di Thomas Hirschhorn è un'esperienza che cambia la percezione del quotidiano, ponendo l'osservatore davanti a due realtà: quella che vive regolarmente e una realtà che non lo riguarda da vicino e con cui non si è mai confrontato in modo così inumano e diretto. Il parallelismo tra la morte e la vita è il fondamento di ogni immagine, la beffa è l'espedito di cui l'artista si serve per denunciare "la complessità e le contraddizioni del mondo in un singolo collage" – come riporta l'artista stesso. Il progetto di Hirschhorn non tratta solo d'arte ma è un lavoro studiato sulla psiche delle persone che viene inondata di immagini strazianti, il loro cervello e i loro occhi sono portati a guardarle anche senza volerlo perché non possono fare a meno di guardarle in questa situazione, anche se nella vita quotidiana posso far finta di non sapere. Le pareti della mostra sono così alti che schiacciano l'osservatore e lo fanno sentire sopraffatto dall'immagine, la pellicola impone all'osservatore di avvicinarsi, allontanarsi, spostarsi e quindi vedere l'opera da più angolazioni senza perdersi neanche un particolare. La mostra scardina delle ideologie e delle percezioni della realtà radicate nella nostra società, e suscita delle lecite domande.

Una domanda che sorge nell'immediatezza è se la censura sia giu-

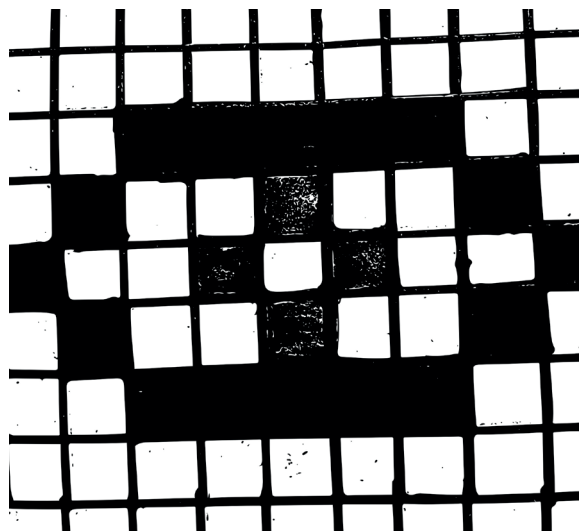
sta o sbagliata. La censura distorce la percezione della realtà, impedisce alle immagini di svolgere la loro funzione primaria, veicolare un messaggio, come se ponesse un muro tra la realtà e chi la osserva. Il filtro è imposto dalla legge per proteggere la sensibilità del pubblico, tuttavia dovrebbe essere lasciata al singolo la facoltà di scegliere cosa leggere o vedere, senza alcuna costrizione esterna, poiché ognuno avverte diversamente le informazioni e la soggettività di ciò porta ad una scrematura di esse. È lecito interrogarsi se questa autonomia non debba avere dei limiti di età, infatti ciò forse non si dovrebbe applicare ai bambini, poiché nella loro innocenza non hanno una piena concezione della vita. Hirschhorn stesso supporta questa tesi: "Oggi, nei giornali, nelle riviste e in televisione non capita spesso di vedere immagini di corpi umani distrutti, perché è molto raro che vengano mostrate. [...] L'invisibilità è una strategia per supportare, o quantomeno non scoraggiare, lo sforzo bellico. Per rendere la guerra accettabile e i suoi effetti valutabili. [...] Guardare immagini di corpi umani distrutti è un modo per schierarsi contro la guerra e contro la sua giustificazione e propaganda". La censura che limita la libertà di espressione è spesso attuata dai poteri come lo Stato e la Chiesa, i quali non vogliono che determinate informazioni giungano al popolo. Uno dei poteri è senza dubbio la Chiesa che ormai da secoli adopera la censura per fare forza ai propri principi e radicarli nel pensiero sociale. Non censurare vuol dire aprire gli occhi, scegliere quali informazioni cogliere e quindi avere un discernimento e una conoscenza di cosa può nuocere. Per altri la prima impressione della mostra risulta una vera e propria violenza psicologica; le immagini vengono da subito imposte al pubblico per mezzo dell'allestimento nel quale l'occhio è costretto alla fruizione tramite spazi e misure, senza gradualità o filtri e questo porta il visitatore a vivere

una vera situazione di crudeltà e violenza. L'immediata introduzione alle opere senza alcun tipo di preavviso causa nel visitatore uno stato di confusione, soprattutto nel caso di un visitatore non del tutto informato che poi, viene di colpo sopraffatto da un senso di coinvolgimento e interesse dettato dall'orrore. Il mancato filtro e il contrasto tra due realtà così distanti spingono a una presa di coscienza, eppure la mostra finisce per risultare insensibile, infatti è necessario ricordare che le immagini esposte sono comunque quelle di persone decedute in maniera orribile e questo porta, a una loro deumanizzazione a dir poco inaccettabile. È davvero giusto esporre immagini simili ad un pubblico così vasto? Pioniere negli studi è stato il Sunnybrook health sciences center di Toronto, conducendo uno studio su 116 giornalisti esposti quotidianamente a immagini violente per valutarne gli effetti a lungo termine. Il risultato è una maggiore tendenza a soffrire di disturbi psicologici come ansia e depressione. Se questo è l'effetto su professionisti, l'impatto per chi invece è un semplice fruitore, qualcuno a cui giornalmente viene imposta la visione di determinate immagini non può che essere dannosa, ma una normalizzazione tale di questi contenuti porterà anche i bambini a un'esposizione elevata a orrori e crudeltà dalle quali, in quanto genitori e tutori, dovremmo invece proteggerli. Alcune teorie psicologiche menzionate nell'articolo "Bambini e immagini violente, quali effetti?" di Francesca Vavassori, psicologa, dimostrano che una sovraesposizione del bambino a immagini violente può indurre comportamenti aggressivi verso se stessi e gli altri. Spesso questa carica risulta in insensibilità alla sofferenza e alla violenza, principalmente per adattamento e auto protezione. Altri studi so-

stengono che tali visioni generino un clima psicologico di paura e terrore. Tramutare la nostra realtà in un contesto di pericolo e ansia, regolarizzando la visione di certe violenze e crudeltà e rendendole accessibili a chiunque, non finirebbe per portare tutto quel dolore, che non dovrebbe mai essere visto né vissuto da nessuno, a divenire vera e propria quotidianità.

“Un'immagine vale più di mille parole”.

Questa frase viene proposta e riproposta da anni, ma è davvero necessario esprimere quelle mille parole? È davvero necessario scattare quella singola immagine? Questo è l'argomento trattato da



Fred Ritchin, professore dell'università di New York e condirettore del programma Photography & human rights alla Tisch school of art, nel suo articolo per il Times intitolato "Why violent news images matter", ossia "Perché le immagini violente di cronaca sono importanti". Ritchin affronta la questione con chiarezza, ponendo doco dinanzi a una serie di punti interrogativi; quando è davvero necessario mostrare determinate immagini? Quali conseguenze un'esposizione a queste immagini finirebbe per farci riscontrare? Che diritto ha un photoeditor di censurare le immagini che altre persone potrebbero voler vedere, soprattutto se possono comun-

que trovarle su internet? Anche il fotografo Christopher Bangert nel suo ultimo libro "War porn" si chiede perché ci si debba rifiutare di guardare immagini di atrocità quando nella realtà ci sono persone che quelle atrocità sono costrette a viverle, mentre Kenneth Jarecke, fotografo, si domanda perché, se ci riteniamo abbastanza adulti da combattere una guerra, non dovremmo esserlo abbastanza per poter guardare delle immagini che la ritraggono. Parallelo a questo, però, c'è la difficoltà che si riscontra nel timore che determinate rappresentazioni, proposte per lo più ad un pubblico composto da famiglie, possano finire col traumatizzare i più sensibili, come i bambini. Come possiamo mantenere tutti con i piedi per terra, mostrando la realtà delle cose, senza però far sfociare la questione in sadismo e violenza immotivata? La salvaguardia dell'innocenza infantile e la tutela psicologica dei più giovani è ciò di cui più dobbiamo curarci, poiché quelle stesse menti prenderanno le scelte in un prossimo futuro, definendo quanto ancora certe cose avranno luogo. Lo scopo di Hirschhorn è distinguere la sensibilità di uno sguardo che è cosciente di ciò che accade nel mondo senza negarlo e dall'ipersensibilità, che invece è auto-protezione e che porta spesso alla censura; con queste opere capiamo che dobbiamo riaprire gli occhi, la coscienza e la nostra consapevolezza. L'uso del pixel rifiuta ogni tipo di intervento protettivo dal momento che per l'artista è importante concentrarsi sulla verità e sulla visibilità. Infatti dice che: «Queste immagini sono non visibili e invisibili; si presuppone che possano urtare la sensibilità dello spettatore, oppure soddisfare il suo voyeurismo, dunque il pretesto è di proteggerci da questa minaccia. Ma l'invisibilità non è innocente». ■



Si ringrazia,
per la realizzazione
del numero, il team
editoriale ed il team
grafico: Bilotti Gaia,
Bonuccelli Carolina,
Bruno Giacomo, Ciaglia
Aurora, Colafranceschi
Martino, Coronas
Michelangelo, De
Angelis Chiara, De
Benedetto Sofia, De
Mico Daniele, De
Paolis Emiliano, De
Santis Livia, Durantini
Eleonora, Felici
Riccardo, Graziano
Sofia Angela, Lazzaro
Sofia, Mancini Antonio,
Marconi Arianna,
Monaco Alessandro,
Negozio Gabriele,
Perotti Emma,
Perticaroli Giorgia,
Perugia Valerio Paolo,
Piccinino Alice, Piepoli
Marta, Quintiliani Anna,
Sacco Chiara, Tauro
Marco Valerio, Traini
Alessandra.



MAXXI



SCOMODO



LICEO MANARA