



Clips

Il conto

Cortometraggio, Germania 2009, 4 minuti, dai 14 anni

Regia: Peter Wedel

Lingua: tedesco

Sottotitoli: francese, italiano

Un clima di giustizia

Film d'animazione, Germania 2009, 2 minuti, dai 14 anni

Regia: Denise Faust

Lingua: senza parole

Sottotitoli: italiano, francese, tedesco

Basta denaro per carbone, petrolio e gas!

Clip, USA 2013, 2 minuti, dai 16 anni

Lingua: inglese

Sottotitoli: tedesco, francese, italiano

Materiale didattico: Birgit Henökl-Mbwisi, Magdalena Emprechtinger; traduzione: Alessandra Arrigoni Ravasi

Tematiche

Osservazione critica dei filmati di propaganda, giustizia climatica, cambiamento climatico, uscita dalle energie fossili, misure di protezione del clima

Obiettivi

Gli allievi

- riflettono sulla distribuzione dei ricavi, sulla popolazione e sulle emissioni di CO₂ a livello globale,
- studiano le cause del cambiamento climatico e le misure di protezione del clima,
- si occupano di vari filmati di propaganda, li guardano in modo critico e sviluppano una loro propria opinione al riguardo,
- abbozzano una campagna di propaganda propria.

Competenze ESS

All'educazione allo sviluppo sostenibile appartengono delle competenze specifiche quali il pensiero sistemico, la critica costruttiva, il pensiero anticipatorio, la comunicazione e il lavoro di gruppo, come pure il riconoscere i diversi campi d'azione (vedi "Introduzione al materiale didattico: energia e sviluppo sostenibile").

Collegamento al Piano di studio (Svizzera)

Pds, 3° ciclo	
Area SUS/SN – storia e educazione civica	Analizzare i sistemi di diritti e di doveri alla base della convivenza democratica (Storia)
Area SUS/SN – geografia	Proporre misure di salvaguardia e di regolazione ambientale per il territorio di prossimità

Contenuto

I tre videoclip si occupano delle tematiche legate ai cambiamenti climatici, alla giustizia climatica e alle misure di protezione del clima. I clips sono dei brevi filmati di propaganda di alcune ONG con una lettura di parte e un chiaro messaggio in difesa dei valori in cui credono e i quali cui si impegnano. A differenza degli altri film presentati nel DVD, non si basano su una rappresentazione equilibrata ed obiettiva di una tematica, bensì esprimono consapevolmente dei giudizi al riguardo.

Clip 1: Il conto

Chi paga la fattura per i bolidi a motore che “succhiano” benzina, i viaggi in continenti lontani e i campi da golf nel deserto? Il cortometraggio mostra in modo al tempo stesso provocatorio e divertente le ripercussioni del nostro stile di vita caratterizzato dallo spreco energetico sul clima e le conseguenze per le persone nei cosiddetti Paesi in via di sviluppo, senza pertanto muovere accuse sul piano didattico. Il video è stato prodotto da Germanwatch e.V. – un’organizzazione non governativa che si impegna in favore della giustizia globale affinché tutti possano vivere in condizioni dignitose. Punto centrale, la politica e l’economia dei Paesi del Nord e le loro ripercussioni sul Sud del mondo.

Clip 2: Un clima di giustizia

Il breve filmato d’animazione realizzato con la tecnica della stop-motion, mette in scena la situazione “storta” dal punto di vista sociale che si viene a creare con i cambiamenti climatici tra le nazioni industrializzate e i Paesi in via di sviluppo. Al tempo stesso vengono anche mostrate delle possibili soluzioni.

La Fondazione Heinrich Böll, editrice del filmato, si definisce quale agenzia per le idee e i progetti verdi e si schiera a fianco del ‘Bündnis90/I verdi’.

Clip 3: Basta denaro per carbone, petrolio e gas!

Il filmato di propaganda mostra come il movimento Fossil-Free vuole combattere il cambiamento climatico grazie ad una semplice idea: la richiesta cioè di non investire più nelle aziende che si basano sulle energie fossili: basta denaro per carbone, gas e petrolio!

Il movimento Fossil-Free è una rete internazionale di organizzazioni, gruppi e singoli individui che tramite varie azioni esercitano una pressione sociale sull’industria carboniera e petrolifera e sull’industria del gas.

Suggerimenti didattici

Attenzione: i seguenti suggerimenti descrivono più metodi e propongono svariati assi tematici con i quali affrontare lo studio dei filmati di propaganda. Ogni suggerimento è indipendente e può venire utilizzato senza doverne implicare altri. I primi due filmati si prestano per gli allievi a partire dai 14 anni. Il terzo riguardante il tema del divestment è pensato per gli allievi dai 16 anni. A seconda del pubblico destinatario, si prenderanno in considerazione solo due oppure i tre filmati.

Suggerimento 1

Giustizia climatica

Obiettivo: Gli allievi riflettono sulla distribuzione del reddito, sulla popolazione e sulle emissioni di CO₂ a livello globale. Conoscono i margini d'azione a vari livelli per poter limitare il cambiamento climatico.

Età: a partire dai 14 anni

Durata: 1-2 lezioni

Materiale: 6 fogli di carta (un foglio di carta per continente: Europa, Russia inclusa, America del nord, America Latina, Asia, Africa, Oceania, Australia inclusa), una moneta per allievo, un palloncino da gonfiare per allievo, fotocopia "Misure di protezione del clima", accesso a internet, fogli per lavagna mobile, pennarelli

Svolgimento:

Gioco del mondo – in classe

Distribuire in classe i fogli con i sei continenti. Gli allievi immaginano di rappresentare tutta la popolazione del mondo. Stimano la ripartizione delle persone nei singoli continenti e la scrivono sui fogli. L'insegnante legge la soluzione (vedere pagina successiva) e vengono corrette le stime. Insieme gli allievi discutono su cosa trovano sorprendente e restano accanto ai fogli dei vari continenti.

Successivamente l'insegnante prende le monete (una per ogni allievo). Gli allievi immaginano che le monete rappresentino il 100 per cento del reddito globale, riflettono su quale sia il continente che ne possiede di più e le suddividono. Alla fine, l'insegnante legge la soluzione (vedere pagina successiva) e viene corretta la ripartizione. Insieme si discute sulla distribuzione del reddito anche in relazione alla distribuzione della popolazione. Gli allievi dovrebbero anche avere l'opportunità di esternare spontaneamente i loro pensieri su questa suddivisione. I ragazzi restano accanto ai fogli dei continenti.

Poi l'insegnante distribuisce i palloncini (uno per allievo che lo gonfierà lui stesso). Gli allievi immaginano che i palloncini rappresentino il 100 per cento delle emissioni annuali di CO₂ a livello mondiale e riflettono sulla responsabilità di ciascun continente (e in che percentuale) nelle emissioni annuali di questo gas serra, distribuendo i palloncini. Alla fine, l'insegnante legge la soluzione (vedere pagina successiva) e corregge la ripartizione. Qui va ricordato che la Cina è sì attualmente il Paese che emette la maggior quantità di CO₂ al mondo, ma storicamente la maggior parte delle emissioni di questo gas serra provengono dai paesi industrializzati occidentali.

Alla fine, la classe discute le seguenti domande:

- Quale continente è responsabile della maggior parte delle emissioni di CO₂? Che significa in rapporto alla popolazione e al reddito?
- Che influenza ha la ricchezza di un Paese sul modo di affrontare le ripercussioni del cambiamento climatico?

Soluzioni del gioco del mondo:

Popolazione mondiale							
(Fonte: Fondazione popolazione mondiale)							
Continenti	popolazione (2015) in milioni	percentuale	10 allievi	15 allievi	20 allievi	25 allievi	30 allievi
Europa e Russia	742	10,1 %	1	2	2	3	3
America del Nord*	357	4,9 %	0	1	1	1	1
America Latina	630	8,6 %	1	1	2	2	3
Asia	4.397	59,9 %	6	9	12	15	18
Africa	1.171	16 %	2	2	3	4	5
Oceania e Australia	40	0,5 %	0	0	0	0	0
Totale	7.337	100 %					
Reddito mondiale							
(Fonte: FMI)							
Continenti	PIL** in miliardi US\$ (2014)	percentuale	10 allievi	15 allievi	20 allievi	25 allievi	30 allievi
Europa e Russia	21.931	28,6 %	3	4	6	7	9
America del Nord*	19.297	25,1 %	3	4	5	6	7
America Latina	5.697	7,4 %	1	1	1	2	2
Asia	25.996	33,9 %	3	5	7	8	10
Africa	2.197	2,9 %	0	1	1	1	1
Oceania e Australia	1.658	2,2 %	0	0	0	1	1
Totale	76.776	100 %					
Emissioni di biossido di carbonio al mondo***							
(Fonte: IEA)							
Continenti	Emissioni di CO ₂ in milioni di tonnellate (2013)	percentuale	10 allievi	15 allievi	20 allievi	25 allievi	30 allievi
Europa e Russia	5.376,29	17,3 %	2	3	3	4	5
America del Nord*	5.656,02	18,2 %	2	3	4	5	6
America Latina	1.640,22	5,3 %	1	1	1	1	2
Asia	16.863,98	54,4 %	5	8	11	14	16
Africa	1.044,16	3,4 %	0	0	1	1	1
Oceania e Australia	419,41	1,4 %	0	0	0	0	0
Totale	31.000,08	100 %					
<p>* Stati Uniti e Canada. Il Messico è qui accorpato all'America Latina.</p> <p>** Il prodotto interno mondiale è calcolato dal prodotto interno lordo (PIL). Questo misura la totalità di tutte le merci e le prestazioni fornite in un'economia, tralasciando però altri fattori come il settore informale, le attività non remunerate, la sostanza, ecc. La ripartizione all'interno dei singoli Stati e continenti non viene tenuta in considerazione.</p> <p>*** Si riferisce alle emissioni di CO₂ risultanti dalla combustione di energie fossili. Nel 2013, nell'atmosfera si sono misurate 1'190 milioni di tonnellate di emissioni di CO₂ che non hanno potuto essere attribuite ad un Paese specifico. Queste ultime non vengono prese in considerazione in queste stime.</p>							

Ripartizione degli allievi: numero degli allievi diviso per 100 e moltiplicato per la cifra percentuale della soluzione.

In alternativa come introduzione al cambiamento climatico, si può vedere il film “Hands on! – Contro il cambiamento climatico” (suggerimento 3).

Visione del film e discussione – in classe

Prima della visione dei filmati, gli allievi vengono informati sul fatto che si tratta di video di propaganda. Vengono brevemente elencate le caratteristiche proprie di una campagna propagandistica (alcune informazioni al riguardo si trovano nel foglio di lavoro “Cosa è una campagna propagandistica?” nel suggerimento 2). Poi vengono guardati due o tre filmati in classe. Per ogni video gli allievi tengono conto dei seguenti aspetti e annotano con delle parole chiave quanto hanno scoperto:

- Qual è il messaggio del filmato?
- Chi ha girato il filmato?
- Cosa vogliono raggiungere i suoi promotori? Qual è il loro obiettivo?
- Come va raggiunto l'obiettivo? Quali sono le possibilità d'azione e le misure di protezione climatica che vengono suggerite?
- A chi si rivolge il filmato? Chi deve agire?

Dopo aver guardato i tre filmati, si discutono le diverse domande. Alla fine si possono aggiungere anche le seguenti ulteriori domande:

- Qual è il tema comune dei due, rispettivamente tre filmati?
- Quali scene o messaggi vi piacciono particolarmente, quali invece non vi piacciono e perché?
- Cosa si intende con “un clima di giustizia” nel secondo video?
- Secondo voi, i filmati di propaganda raggiungono il loro scopo? Perché? Perché no?

Ricerca sulle possibilità d'azione – a piccoli gruppi

Gli allievi formano quattro o cinque gruppi (se vengono guardati tutti i tre filmati). Ogni gruppo riceve una misura di protezione del clima estratta dai filmati (vedere fotocopia “Misure di protezione del clima”). Se gli allievi sono molti, le singole misure possono essere distribuite più volte. I gruppi fanno delle ricerche in internet e rispondono alle domande riguardanti le misure di protezione del clima indicate sui loro cartoncini. I risultati vengono scritti su un manifesto e presentati alla classe.

Come conclusione, la classe discute le seguenti domande:

- Come valutate le misure di protezione? Quali trovate personalmente particolarmente importanti? Quali trovate meno utili?
- Chi ha la maggiore responsabilità? Chi può fare di più? I consumatori? Le aziende? La politica?

Misure di protezione del clima

Gruppo “Pagare per l’adattamento climatico”



Fate delle ricerche in internet, rispondete alle seguenti domande e presentate i vostri risultati al resto della classe:

- Cosa si intende con “pagare per l’adattamento climatico” ?
- A chi si richiede soprattutto di intervenire e fare qualcosa in merito?
- Perché è importante questa misura di protezione?

Suggerimenti per la ricerca: www.alliancesud.ch/it/politica/clima/fondo-adattamento-clima

www.klima-allianz.ch/it/clima-e-finanziamento/

www.lastampa.it/2015/11/28/scienza/ambiente/il-caso/oxfam-cambiamenti-climatici-miliardi-di-dollari-sulle-spalle-dei-paesi-poveri-oq6Qz3PkHM26v2H2KCZEEJ/pagina.html



Gruppo “Ampliare le tecnologie verdi”

Le tecnologie verdi, cioè quelle tecnologie che proteggono l’ambiente, sono utilizzate nei campi più disparati. In ambito energetico, invece del carbone, del petrolio e del gas, si utilizzano le energie rinnovabili quali gli impianti fotovoltaici, le pale eoliche, la biomassa, la forza idrica, la geotermia, eccetera. Per i trasporti, le auto elettriche alimentate con energie rinnovabili contano come tecnologie verdi. Invece di quest’ultimo termine, a volte si utilizzano anche i concetti di “Cleantech” o “tecnologia ambientale”.

Fate delle ricerche in internet, rispondete alle seguenti domande e presentate i vostri risultati al resto della classe:

- Cosa sono le tecnologie verdi?
- Perché sono importanti in materia di protezione ambientale?
- Chi deve fare qualcosa per far prevalere questo genere di tecnologie?
- Quali sono i pericoli?

Suggerimenti per la ricerca: www.bfe.admin.ch/cleantech/index.html?lang=it

www.repubblica.it/economia/2016/01/25/news/italia_la_marcia_indietro_delle_rinnovabili-131992097/

www.swisscleantech.ch/fr (in francese)

Gruppo “Proteggere le foreste”

Fate delle ricerche in internet, rispondete alle seguenti domande e presentate i vostri risultati al resto della classe:

- Perché è importante in materia di protezione del clima, fare in modo che le foreste di tutto il mondo siano protette?
- Quali sono i problemi maggiori in questo ambito? Per che ragione si continuano a disboscare molte regioni?
- Cosa potrebbero fare i diversi attori in questo contesto?

Suggerimenti per la ricerca: www.greenpeace.org/italy/it/campagne/foreste/Le-foreste-del-pianeta/
www.repubblica.it/argomenti/deforestazione



Gruppo “Modificare il proprio stile di vita”

Fate delle ricerche in internet, rispondete alle seguenti domande e presentate i vostri risultati al resto della classe:

- Perché è importante modificare il proprio stile di vita in relazione al cambiamento climatico?
- A quali settori si accenna nel filmato “Il conto”?
- Che stile di consumo ha delle grandi ripercussioni sulle emissioni di CO₂?
- Quanto è probabile che le persone cambino il loro stile di vita e di consumo?
- Cosa ci vorrebbe affinché questo accada?
- In che ambiti sareste voi stessi pronti a cambiare qualcosa? Cosa vi trattiene dal farlo?

Suggerimenti per la ricerca: www.eingutertag.org/
www.wwf.ch/it/attivi/vivere_meglio/impronta_ecologica/



Gruppo “Divestment”

Il divestment (disinvestimento) è il contrario di un investimento; significa cioè che non si investe più in azioni, obbligazioni o fondi di investimento non ecologici o che presentano alcuni dubbi dal punto di vista etico. I movimenti di divestment come ad esempio la campagna “Fossil Free”, indirizzano i loro messaggi soprattutto ad aziende, università, città, fondi pensionistici, assicurazioni e chiese che investono i loro soldi in azioni, obbligazioni o altri investimenti patrimoniali. Le persone interessate non dovrebbero più investire i loro soldi in aziende quotate in borsa che conseguono dei ricavi da petrolio, gas e carbone. In questo modo, le imprese petrolifere e carboniere dovrebbero prosciugarsi dal punto di vista finanziario e le fonti energetiche fossili dovrebbero restare sotto terra. Fare affari sulle spalle del surriscaldamento del pianeta non deve più essere redditizio. L'obiettivo generale è quello di limitare il surriscaldamento a 2°C massimi: il divestment è quindi una misura di protezione ambientale.

Fate delle ricerche in internet, rispondete alle seguenti domande e presentate i vostri risultati al resto della classe:

- Le misure di divestment in relazione alla protezione del clima sono qualcosa di sensato? Perché (perché no)?
- Chi sono “i cattivi” secondo il video e quale è la risposta “sbagliata”?
- Chi deve agire, rispettivamente attivarsi, affinché il divestment abbia successo?
- In che misura il divestment concerne anche gli allievi? Sapete cosa fanno le banche con i vostri risparmi?

Suggerimenti per la ricerca: www.divestitaly.org
www.panorama.it/scienza/green/clima-disinvestire-dai-carburanti-fossili/
<http://gofossilfree.org/>

Suggerimento 2**Le campagne propagandistiche per la protezione del clima**

Obiettivo: gli allievi studiano le modalità proprie di una “campagna” in generale e quelle presentate nei filmati sulle origini del cambiamento climatico e le misure di protezione ambientale, si formano una propria opinione e preparano loro stessi una campagna di propaganda.

Età: a partire dai 14 anni

Durata: 3 lezioni

Materiale: foglio di lavoro “Cosa è una campagna propagandistica?”, foglio di lavoro “Campagna con manifesti: le cause del cambiamento climatico”, foglio di lavoro “Campagna con manifesti: proteggere il clima ora!”, accesso a internet, materiale per la realizzazione dei manifesti

Come introduzione al tema, si può usare anche il gioco del mondo del suggerimento 1 oppure vedere il film “Hands on!” come introduzione creativa sul tema dei cambiamenti climatici (suggerimento 3).

Studiare le modalità delle campagne di propaganda in generale – a piccoli gruppi

Gli allievi ricevono il foglio di lavoro “Cosa è una campagna propagandistica?” e lo leggono. Poi a piccoli gruppi fanno delle ricerche in internet sui vari tipi di campagne e ne annotano titolo, obiettivi e iniziativa. In classe si riassumono i risultati e si discutono le seguenti domande:

- Che pro e contro hanno le campagne di propaganda rispetto ad un’informazione imparziale (informazione unilaterale, manipolazione, ecc.)?
- Cosa differenzia i filmati propagandistici dalle pubblicità?
- Fino a che punto è importante conoscere gli iniziatori di una campagna?

Visione del film e discussione – in classe

Gli allievi guardano i due o tre filmati e li discutono basandosi sulle seguenti domande:

- Cosa dicono i singoli video?
- Che obiettivo perseguono le singole campagne di propaganda?
- Secondo voi di che tipo di campagna si tratta?
- A chi sono rivolti i filmati? Chi viene chiamato ad agire?
- Che possibilità d’azione vengono citate nei filmati?
- In che misura condividete le attitudini e le misure mostrate nei filmati?
- Trovate che i video siano interessanti? Perché (perché no)? Quale avete trovato particolarmente ben riuscito?
- I filmati possono provocare qualche reazione? Cosa trovate di particolarmente interessante in questo genere di filmati?

Creazione di una campagna di propaganda con manifesti – a piccoli gruppi

Gli allievi – a piccoli gruppi – elaborano una campagna di propaganda usando almeno tre diversi manifesti A3 e li presentano al resto della classe. Possono scegliere tra le seguenti varianti:

Variante 1: gli allievi ricevono il foglio di lavoro “Propaganda con manifesti: proteggere il clima ora!” e creano una campagna sulle misure di protezione ambientale nel loro villaggio o città e nella loro nazione con degli slogan adeguati.

Variante 2: gli allievi ricevono il foglio di lavoro “Propaganda con manifesti: le cause del cambiamento climatico” e creano una campagna satirica sulle cause dei cambiamenti climatici provocate dall’uomo. Qui si tratta di evidenziare le cause che hanno un impatto negativo sul clima con dei messaggi positivi (p.es. ciminiere fumanti: finalmente non avremo più freddo in inverno!). Un esempio per una campagna del genere lo trovate all’indirizzo:

<https://campaignwatchers.wordpress.com/2012/07/23/campaignwatch-lets-go-public-greenpeace-triezt-seinen-liebblingsfeind-shell-mit-viraler-plakatkampagne>

Cosa è una campagna propagandistica?

Leggete il testo riguardante le campagne. Fate delle ricerche in internet su ogni campagna alla quale può venire assegnato una tipologia specifica. Annotate le seguenti informazioni al riguardo:

- Titolo della campagna di propaganda
- Obiettivo della campagna propagandistica
- Iniziativisti
- Tipo di campagna

Cosa è una campagna di propaganda?

Una campagna di propaganda è una forma di comunicazione mirata che si focalizza su un tema concreto e ha uno svolgimento strategico e pianificato nei minimi dettagli. Con una campagna del genere si vuole raggiungere un obiettivo specifico, contrariamente alla comunicazione ordinaria quotidiana.

Esistono diversi tipi di campagne che perseguono diversi obiettivi. Spesso sono un misto di queste tipologie:

- **La campagna informativa** vuole divulgare determinati pareri su un tema o una problematica (politica) – p.es. campagne promosse da un governo.
- **La campagna di immagine** vuole influenzare in modo positivo l'immagine pubblica di un'organizzazione, un'azienda o una persona e migliorarne la popolarità, l'accettazione e la comprensione.
- **La campagna di sensibilizzazione** vuole appunto sensibilizzare su determinati temi e problematiche, promuovere la discussione e dare dei suggerimenti contenutistici mirati.
- **La campagna di propaganda vera e propria** esercita una pressione politica su un tema specifico per far prendere o per impedire una decisione concreta.

Fonti: www.wien.gv.at/gesundheit/beratung-vorsorge/schulwettbewerb/pdf/leitfaden-kampagne.pdf;

<https://de.wikipedia.org/wiki/Kampagne>

Propaganda con manifesti: proteggere il clima ora!

Leggete il breve testo che segue riguardante le cause del cambiamento climatico provocate dall'uomo. Immaginate diverse misure di protezione ambientale per ognuna delle cause elencate. Scegliete almeno tre misure che vi sembrano importanti e realizzate per ognuna un manifesto con un soggetto concreto e chiaro. Riflettete su quale sia l'obiettivo concreto della vostra campagna, chi sia il pubblico destinatario e chi debba mettere in pratica le misure di protezione ambientale proposte (singoli individui, politici, aziende, ecc.). Cercate in internet delle immagini adeguate ed elaborate dei breve slogan ad effetto. Nella preparazione dei manifesti, fate attenzione ai seguenti punti: testi brevi ma ad effetto (5 – 7 parole) che vengano letti e capiti in 2 secondi al massimo; caratteri grandi per una migliore lettura; utilizzo di colori contrastanti tra loro.

Le cause del cambiamento climatico provocate dall'uomo

L'anidride carbonica (CO₂) è responsabile della metà dell'effetto serra causato dall'uomo. Sono soprattutto i settori dell'energia e del traffico a causare le maggiori ripercussioni sul clima. La combustione di carbone, petrolio e gas nelle centrali elettriche, per i riscaldamenti, nonché per i trasporti con auto e aerei, libera una grande quantità di CO₂ nell'atmosfera.

Anche gli incendi mirati per disboscare le superfici boschive da utilizzare per l'allevamento di bestiame, le coltivazioni di soia o per le speculazioni edilizie, rilasciano CO₂. Inoltre questo provoca la perdita delle foreste che invece potrebbero assorbire una parte dell'anidride carbonica.

Anche nell'agricoltura vengono prodotti dei gas inquinanti. Nell'allevamento bovino (con i processi digestivi) e nella coltivazione del riso viene prodotto del metano, un altro gas a effetto serra dannoso per il clima. Inoltre l'uso di fertilizzanti a base di azoto rilascia nell'atmosfera il protossido di azoto (un gas esilarante) particolarmente dannoso per l'ambiente.

Propaganda con manifesti: le cause del cambiamento climatico

Leggete il breve testo che segue riguardante le cause del cambiamento climatico provocate dall'uomo. Cercate in relazione alle cause indicate almeno tre messaggi chiari e precisi per la realizzazione di una campagna d'affissione. Ricercate in internet delle immagini adeguate ed elaborate dei breve slogan ad effetto. Per questa campagna, si tratta di evidenziare in modo ironico e divertente tramite messaggi positivi, gli effetti negativi del nostro comportamento sul clima. Un esempio di campagne di questo tipo (manifesti satirici) si trova qui:

<https://campaignwatchers.wordpress.com/2012/07/23/campaignwatch-lets-go-public-greenpeace-triezt-seinen-lieblingsfeind-shell-mit-viraler-plakatkampagne>

Nella preparazione dei manifesti, fate attenzione ai seguenti punti: testi brevi ma ad effetto (5 – 7 parole) che vengano letti e capiti in 2 secondi al massimo; caratteri grandi per una migliore lettura; utilizzo di colori contrastanti tra loro.

Le cause del cambiamento climatico provocate dall'uomo

L'anidride carbonica (CO₂) è responsabile della metà dell'effetto serra causato dall'uomo. Sono soprattutto i settori dell'energia e del traffico a causare le maggiori ripercussioni sul clima. La combustione di carbone, petrolio e gas nelle centrali elettriche, per i riscaldamenti, nonché per i trasporti con auto e aerei, libera una grande quantità di CO₂ nell'atmosfera.

Anche gli incendi mirati per disboscare le superfici boschive da utilizzare per l'allevamento di bestiame, le coltivazioni di soia o per le speculazioni edilizie, rilasciano del CO₂. Inoltre questo provoca la perdita delle foreste che invece potrebbero assorbire una parte del diossido di carbonio.

Anche nell'agricoltura vengono prodotti dei gas di scarico inquinanti. Nell'allevamento bovino (con i processi digestivi) e nella coltivazione del riso viene prodotto del metano, un altro gas a effetto serra dannoso per il clima. Inoltre l'uso di fertilizzanti a base di azoto rilascia nell'atmosfera il protossido di azoto (un gas esilarante) particolarmente dannoso per l'ambiente.