

ALMA MATER STUDIORUM - UNIVERSITA' DI BOLOGNA

SCUOLA DI LETTERE E BENI CULTURALI

Corso di laurea magistrale in

Scienze della Comunicazione pubblica e sociale

**COMUNICAZIONE AMBIENTALE: CONTRASTO ALLE
ECOMAFIE E TUTELA DELLE RISORSE COMUNI**

Tesi di laurea in

Comunicazione Ambientale

Relatore Prof: Marco Setti

Correlatore Prof: Daniele Donati

Presentata da: Gianluca Arena

Sessione
terza

Anno accademico
2012-2013

INDICE

INTRODUZIONE	7
CAPITOLO I: Sui Beni Comuni	
I.1. Definire il Bene e i Beni Comuni	10
I.2. Spettro dei beni	16
I.3. Meccanismi di mercato e motivi del suo fallimento	20
I.4. Hardin e Ostrom: Modelli di gestione dei beni comuni	24
I.5. Elinor Ostrom: Principi Progettuali	31
I.6. Commissione Rodotà	33
I.6.1. Motivazioni per la riforma	34
I.6.2. Concetti fondamentali della riforma	35
CAPITOLO II: Comunicare l'ambiente	
II.1. Esternalità	39
II.2. Dalla teoria alla pratica, Clean up the Med	41
II.3. Comunicare per l'ambiente	47
II.4. Strumenti e tecniche per una buona comunicazione ambientale	54
II.5. Una proposta operativa – guida per lo sviluppo di una campagna di comunicazione e marketing sociale	57
II.5.1. Analisi dello scenario	57
II.5.2. Riferimenti normativi	58
II.5.3. Fase strategica	58
II.5.4. Fase Operativa	60
II.5.5. Valutazione	65

CAPITOLO III: Il problema ecomafie

III.1. Il quadro italiano	68
III.2. Il fenomeno corruzione	76
III.3. La terra dei fuochi	80
III.4. Perché le aziende devono comunicare	87
III.5. Comunicazione come valore aggiunto	90
III.6. Pubbliche amministrazioni e imprese: un impegno contro le ecomafie	91
III.6.1. Fase strategica	91
III.6.2. Fase operativa	92
III.6.3. Valutazione	95
CONCLUSIONI: Comunicazione come cura	97
BIBLIOGRAFIA	101

INDICE DELLE TABELLE

Tabella 1. Grafico spettro dei beni escludibilità/sottraibilità.	12
Tabella 2. Spettro dei beni secondo principi di esclusività/divisibilità.	17
Tabella 3. Grafico equilibrio di mercato.	21
Tabella 4. Il dilemma del prigioniero.	27
Tabella 5. Comunicazione ambientale.	51

Tabella 6. Strumenti per la partecipazione pubblica.	52
Tabella 7. Strumenti per la comunicazione ambientale.	54
Tabella 8. Canali di diffusione della comunicazione ambientale.	55
Tabella 9. Le tecniche della comunicazione ambientale per la partecipazione.	56
Tabella 10. Tabella Conjoint.	59
Tabella 11. Le 5P del Marketing Mix.	61
Tabella 12. Schema costi/benefici.	62
Tabella 13. Esempio di Time Table.	65
Tabella 14. Bilancio Ecomafie 201/2012.	70
Tabella 15. Bilancio ecomafie nelle regioni ad alta presenza mafiosa 2011/2012.	71
Tabella 16. Illegalità ambientale in Italia Meridionale 2011 e 2012.	72
Tabella 17. Illegalità ambientale in Italia Centrale 2011 e 2012.	72
Tabella 18. Illegalità ambientale in Italia Nord Orientale 2011 e 2012.	73
Tabella 19. Illegalità ambientale in Italia Nord Occidentale 2011 e 2012.	73
Tabella 20. Illegalità ambientale nell'Italia insulare 2011 e 2012.	74
Tabella 21. Classifica regionale dell'illegalità ambientale nel 2012.	75
Tabella 22. Le dieci province italiane a più alto tasso di illeciti ambientali nel 2012.	76

Tabella 23. Corruzione ambientale in Italia.	78
Tabella 24. Tasso di morte per cancro secondo i dati di The Lancet.	81
Tabella 25. Tasso mortalità per tumore in Italia, Campania e Terra dei fuochi.	82
Tabella 26. Ciclo dei rifiuti in Campania.	83
Tabella 27. Esempio di tabella Costi/Benefici per le imprese.	93
Tabella 28. Esempio di processo di comunicazione.	98

Abstract

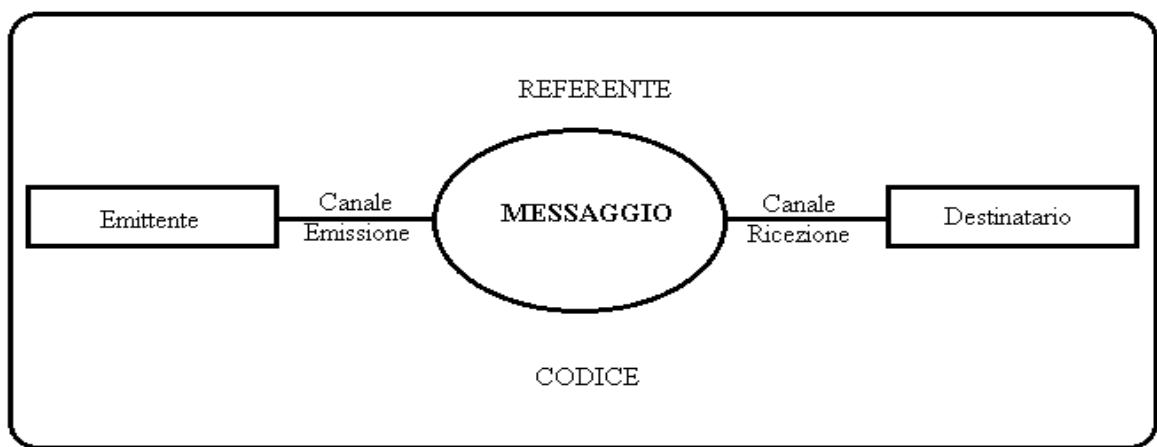
Gli argomenti trattati in questa tesi riguardano la comunicazione ambientale, la gestione delle risorse comuni e la lotta alle ecomafie: il motivo della scelta di questi argomenti è da ricondurre, principalmente, ad alcune vicende personali e ad un percorso di crescita nel tempo. Nascere e crescere in Calabria, prima di partire alla scoperta dell'Italia e del mondo, vuol dire, necessariamente, fare i conti con una realtà che spesso impone, per la propria sicurezza, di chiudere gli occhi o di non capire ciò che di sbagliato accade in tutto il territorio. La Calabria, il sud, ma anche tutto il resto della penisola, soffre una grave crisi che, partendo dalla noncuranza nei confronti dell'ambiente, finisce per mettere in ginocchio intere regioni, dal punto di vista ecologico, economico, sociale e della salute. Il primo capitolo raccoglie e riorganizza alcune delle riflessioni, che hanno incontrato fortuna nella storia della disciplina, inerenti alle risorse comuni e alla loro gestione: passando per le teorie di Hardin e Olson, rintracciando i contributi di Rodotà, Mattei e Vitale, tenendo presente il lavoro della Ostrom, si può delineare un quadro abbastanza completo sulle tematiche più importanti che riguardando i beni comuni e, di conseguenza, si possono trarre importanti conclusioni, sulla gestione loro gestione e su come le comunità dovrebbero operare per una migliore fruizione e condivisione. Sono presenti alcuni riferimenti alla normativa italiana, come il caso della commissione Rodotà, con il preciso intento di mettere in luce e dare ulteriore risalto a una questione che, in Italia, fino a pochi anni fa, non aveva ancora trovato importanza, neppure ai più alti vertici dello Stato. Il secondo capitolo è incentrato sul tema della comunicazione ambientale: iniziando dall'analisi di un caso di sostenibilità sociale, l'iniziativa di Legambiente "Clean up the Med", si affronta la tematica dei danni procurati all'ambiente dalla noncuranza da parte dei cittadini. Dopo aver rintracciato le normative e le direttive, frutto del lavoro svolto nei vari meeting internazionali, a seguito di un'attenta analisi dei luoghi, degli strumenti e delle tecniche per una buona comunicazione ambientale, viene proposta una campagna di comunicazione e marketing sociale, rivolta ai cittadini, con l'obiettivo di ottenere risultati positivi nella battaglia per l'ambiente. Il terzo, ed ultimo, capitolo, propone un'analisi del problema ecomafie in Italia. Un fenomeno molto esteso che riguarda tutti i crimini ai danni dell'ambiente: il ciclo del cemento e quello dei rifiuti in primis, gli incendi boschivi, le archeomafie, sono solo alcuni elementi di una lista che tende

sempre ad ampliarsi e a coinvolgere, indistintamente, quasi tutta l'Italia. Si analizzano, più nello specifico, gli sconcertanti numeri dei danni provocati all'ambiente e alla comunità da questo tipo di fenomeni: viene preso in esame il caso della Terra dei Fuochi, la zona compresa tra il sud della provincia di Caserta e il nord di quella di Napoli, che, a causa dell'occultamento di rifiuti di ogni genere, tra cui anche scorie tossiche e radioattive, vede ora i suoi abitanti pagare il pesante dazio di avere le più alte percentuali di incidenza di tumori d'Italia e d'Europa. Si propone dunque, anche in questo caso, un piano di comunicazione realizzabile dalle pubbliche amministrazioni per le aziende al fine di poter essere loro vicino nella lotta alle ecomafie e con l'intento costituire un concreto aiuto per coloro che sono caduti nel racket della malavita e non riescono più ad uscirne. Filo conduttore di tutto il lavoro è la Comunicazione: in questo senso essa viene vista come una sorta di panacea, un elemento sempre attuale e mai obsoleto, per affrontare le questioni, anche di maggiore rilevanza sociale, e fornire non risposte, quelle sono presenti nelle coscienze di ogni individuo, ma importanti spunti di riflessione per condurre, i destinatari delle campagne, a riscoprirle e prenderne coscienza. In questo senso la comunicazione, spesso troppo sottovalutata da cittadini, aziende ed enti pubblici, dovrebbe rivendicare un posto nell'olimpo delle buone pratiche da ripetere, spasmodicamente ed anche ad oltranza, per la salute della comunità. Come sosteneva Diderot, "non basta fare il bene, bisogna anche farlo bene": e se non si è d'accordo che la comunicazione sia un buon modo per fare il bene, allora sarà, come minimo, un ottimo punto di partenza, per farlo bene.

La parola comunicazione deriva dai termini latini *communis* e *actio*¹. A sua volta, il termine *communis*, deriva da *cum munio* ed indica il sentirsi in dovere o in obbligo con qualcuno; *actio* è un riferimento all'azione. Si evince che comunicare non sia altro che l'azione di creare un rapporto, o un collegamento, con chi è diverso da sé, per condividere qualcosa. Comunicare è instaurare delle relazioni, generare un rapporto dialettico, confrontarsi con qualcun altro che, si presuppone, sia attivo e non passivo. Prendendo spunto dagli studi dei classici sulla comunicazione, dall'analisi dei vari modelli proposti, si possono isolare quelli che sono gli elementi fondamentali della comunicazione: l'emittente, il destinatario, il messaggio, il referente, il codice e il

¹ R. Giannatelli, F. Lever, P.C. Rivoltella, A. Zancchi (a cura di), *Dizionario enciclopedico di scienze e tecniche della comunicazione*, Roma, Eri-Rai, Elledici, LAS, 2001, pag. 104.

canale. La meccanica di un semplice evento comunicativo, molto più facile da mettere in atto piuttosto che da spiegare, funziona pressappoco come un processo circolare fatto da elementi concatenati tra di loro. L'emittente, colui che ha il compito di dare il via al processo, attraverso un canale di emissione, in pratica il supporto fisico (voce, carta stampa), invia il messaggio, che contiene un referente, ossia parla di un determinato argomento, ed è strutturato secondo un determinato codice; il corpo del messaggio, attraverso un canale di ricezione arriva fino al destinatario. A questo punto le parti si invertono, e il processo comunicativo viene riproposto nel verso opposto.



Il codice e il referente sono due presupposti essenziali per la comunicazione; emittente e destinatario, al fine di dar vita ad un atto comunicativo felice, devono prima di tutto avere qualcosa da condividere, per l'appunto il referente, ma soprattutto, devono, condividere lo stesso codice, devono essere immersi nello stesso contesto sociale e culturale. Durante un colloquio, un dialogo, una discussione, emittente e destinatario si scambiano continuamente di ruolo: il primo è colui che esprime il messaggio, ma non è il diretto interessato, il secondo è quello verso cui il messaggio è rivolto. È importante il costante invio di feedback e informazioni di ritorno, attraverso i quali l'emittente è in grado di capire se il destinatario ha compreso o meno l'oggetto della comunicazione. Il messaggio è, dunque, l'informazione principale, il vero e proprio contenuto della comunicazione a cui, il referente, è strettamente legato, visto che contiene l'argomento del primo: esso può essere sia concreto che astratto. Il canale è necessario, dato che qualunque tipo di input deve necessariamente essere veicolato da un mezzo fisico: la scelta del canale deve essere strettamente legata al contesto, alla

natura del messaggio e alle caratteristiche del ricevente. Come già detto, per far sì che lo scambio comunicativo sia felice non basta essere chiari e usare un canale idoneo: se l'emittente e il ricevente conoscono lo stesso codice, allora seguiranno le stesse regole che permettono di dare valore e significato ai vari segni. Esso è l'insieme dei segnali intenzionali, organizzati secondo regole precise e chiare a tutti i partecipanti al processo comunicativo. A seconda del destinatario è opportuno, inoltre, scegliere un corretto registro linguistico, che sia, generalmente, alto e formale, medio, o basso e informale.

Un processo comunicativo, si evince, è una necessità di scambio, di confronto con il diverso da sé. Proprio questo concetto fa da motore alla nuova politica delle pubbliche amministrazioni adottata dagli inizi degli anni Novanta. Forte della consapevolezza che solo con un rapporto bidirezionale, fatto di confronti e risposte da parte dei cittadini, le pubbliche amministrazioni, si avviano, in un processo che sta lentamente, ma con forza, affermandosi; trasparenza e chiarezza sono i concetti principi della trasformazione avviata vent'anni fa. La vera sfida sta nel riuscire a coniugare, per ogni ente, le funzioni politiche con quelle amministrative e pubbliche, senza cadere nell'errore di rinunciare ai canoni basilare dell'esercizio dei vari doveri di informazione, riservatezza o trasparenza, imparzialità e correttezza. Dialogare con il cittadino è una condizione necessaria per riuscire a creare un rapporto di conoscenza, visibilità e fiducia con le comunità amministrative. Senza entrare in merito al discorso sui vari tipi di comunicazione che attuano le pubbliche amministrazioni (principalmente distinguibili in istituzionale, politica e sociale), si vuole porre l'attenzione sull'importanza della comunicazione per le pubbliche amministrazioni, specie nel processo di efficienza e avvicinamento ai cittadini: attraverso i giusti canali, con l'utilizzo di un corretto codice, anche la comunicazione ambientale, da parte delle pubbliche amministrazioni, verso cittadini ed aziende, come si è tentato di dimostrare nei capitoli secondo e terzo di questo lavoro, possono dare un grande contributo e una grande spinta alla risoluzione dei problemi. Il dramma ambientale, così come il problema delle ecomafie, sono tematiche di interesse nazionale e internazionale, quindi necessitano di attenzioni in più. Con il giusto apporto comunicativo, con la collaborazione delle amministrazioni locali e degli enti statali, tramite l'avvicinamento ai cittadini e alle aziende, protagoniste, carnefici e vittime allo stesso tempo del corso degli eventi, forse un giorno, magari non troppo lontano, si potranno cogliere i primi miglioramenti e le prime note positive. La costanza e la perseveranza, unite a una continua revisione e rielaborazione dei messaggi

e delle tematiche affrontate dalla comunicazione, riadattate ogni volta in base al contesto e allo stato socioculturale del destinatari, sono i presupposti necessari per creare la ricetta vincente per la causa trattata in questa tesi.

BIBLIOGRAFIA

Volumi

Aristotele, *Politica*, Bari, Laterza, 2007.

A.C. Cavallotto, M.T. Fiorentino, *Comunicazione e Tecniche relazionali*, Torino, Athena Editore, 2012.

F. De Saussure, *Corso di linguistica generale*, Bari, Laterza Editori, 2009.

M. Douglas, *Credere e pensare*, Bologna, il Mulino, 1994.

G. Fattori, P. Artoni (2007), *Marketing sociale per la prevenzione e la promozione della salute* in V. Marino e G. Serpelloni (a cura di), *Marketing Preventivo. Appunti per una nuova prevenzione del consumo di droghe*, pubblicazione realizzata nell'ambito del progetto della provincia di Varese "Gli stili di vita per la prevenzione delle tossicodipendenze".

L. Ferrajoli, *Principia iuris*, Bari, Editori Laterza, 2007.

A. Fossati (a cura di), *Economia pubblica*, Milano, Franco Angeli editore, 2002.

R. Giannatelli, F. Lever, P.C. Rivoltella, A. Zancchi (a cura di), *Dizionario enciclopedico di scienze e tecniche della comunicazione*, Roma, Eri-Rai, Elledici, LAS, 2001.

D. Goleman, *Intelligenza Sociale*, Milano, BUR, Biblioteca Universitaria Rizzoli, 2006.

M.C. Guerra, A. Zanardi, *La finanza pubblica italiana. Rapporto 2010*, Bologna, Il Mulino, 2010.

E. Guidotti, *Comunicazione integrata per l'impresa. Un modello per decidere, pianificare, gestire e valutare la comunicazione aziendale*, Milano, Franco Angeli Editore, 2004.

G. Hardin, *The tragedy of the Commons*, New York, Science, New Series, 1968.

P. Kammrater, *Il contributo dell'individuo alla costruzione del bene comune in La casa dei beni comuni*, Bologna, Emi, 2006.

R. Koselleck, *Futuro passato. Per una semantica dei tempi storici*, Genova, Marletti, 1986.

R. Marchionatti, F. Mornati, *Principi di economia politica*, Torino, Giappichelli Editore, 2012.

M. Mattei, *Beni Comuni, Un Manifesto*, Bari, Laterza Editori, 2012.

I. Musu, *Introduzione all'economia dell'ambiente*, Bologna, Il mulino editore, 2003.

M. Olson, *The Logic of Collective Action*, Cambridge, Harvard University Press, 1965.

Osservatorio Ambiente e Legalità di Legambiente, *Ecomafia 2012, le storie e i numeri della criminalità ambientale*, Milano, Edizioni Ambiente, 2012.

Osservatorio Ambiente e Legalità di Legambiente, *Ecomafia 2013, le storie e i numeri della criminalità ambientale*, Milano, Edizioni Ambiente, 2013.

E. Ostrom, *Governare i beni collettivi*, Venezia, Ricerche Marsilio editore, 2006.

E. Ostrom, R. Gardner, J. Walker, *Rules, Games, & Common-Pool-Resources*, Ann Arbor, the University of Michigan Press, 1994.

E. Ostrom, V. Ostrom, *Public Goods and Public Choices*, in *Alternatives for Delivering Public Services: Toward Improved Performances*, Boulder, Westview Press, 1977.

S. Pelino, *Manuale di contabilità e finanza pubblica*, Sant'Arcangelo di Romagna, Maggioli Editore, 2012.

H.S. Rosen, *Scienza delle Finanze*, Milano, McGraw-Hill, 2007.

M. Siegel, L. Doner, *Marketing Public Health*, Gaithersburg, An Aspen Publishers, 1998.

R.K. Turner, D.W. Pearce, I. Bateman, *Economia Ambientale*, Bologna, Il Mulino editore, 2003.

E. Vitale, *Contro i Beni Comuni*, Bari, Editori Laterza, 2013.

Articoli

Associazione italiana della Comunicazione Pubblica e Istituzionale (2007), *Manifesto della Comunicazione Pubblica in campo ambientale* in http://www.urp.it/allegati/manifesto_comunicazione_ambientale_97741.pdf.

S. Cassese, A. Gambaro, U. Mattei, E. Reviglio, *Relazione di accompagnamento al Disegno di Legge delega*, Dipartimento del Tesoro, Marzo 2003 in <http://www.governo.it/backoffice/allegati/38954-4768.pdf>.

Conferenza ONU, *Dichiarazione di Rio sull'ambiente e lo sviluppo* in <http://www.terna.it/LinkClick.aspx?fileticket=MxVSVGzVe2o%3D&tabid=5221>.

E. Croci, *La convenzione di Aarhus: verso il cittadino consapevole*, Arpa Rivista N.2 Marzo-Aprile 2004 in <http://www.arpa.emr.it/documenti/arparivista/pdf2004n2/croci.pdf>.

Dispense Assolombarda, *Ambiente, linee guida per il marketing e la comunicazione ambientale: come valorizzare prodotti e servizi sostenibili ed evitare i rischi del greenwashing* in <http://www.assolombarda.it/servizi/ambiente/monografie/dispensa-linee-guida-per-il-marketing-e-la-comunicazione-ambientale-come-valorizzare-prodotti-e-servizi-sostenibili-ed-evitare-i-rischi-del-greenwashing>.

M. Ennas, *Elementi di Conjoint Analysis per le ricerche di Marketing* in http://www.mauroennas.eu/ita/phocadownload/report/04_conjoint_analysis.pdf.

C. Mazziotti, *Rifiuti in mare, cosa stiamo facendo?*, Ecoscienza, Numero 4 in http://www.arpa.emr.it/cms3/documenti/_cerca_doc/ecoscienza/ecoscienza2013_4/pdf4_2013/mazziotti_es4_2013.pdf.

Mb News, Giornale online di Monza e Brianza, *Desio, diciannove abusi edilizi abbattuti in otto mesi*, Articolo.

http://www.ilcittadinomb.it/stories/Homepage/267239_desio_abusi/?mediaon.trackers.autorefresh.Homepage.

Mb News, Giornale online della provincia di Monza e Brianza, *Desio, il sindaco sorvola in aereo la città a caccia di abusi edilizi* in <http://www.mbnews.it/2013/09/desio-il-sindaco-sorvola-con-laereo-la-citta-a-caccia-di-abusi-edilizi/> .

Protezione Civile, *Rapporto 2007 sulla mortalità nella Terra dei fuochi* in http://www.laterradeifuochi.it/documenti/Studio_Morti_Tumori.pdf.

Regione Calabria, *Rapporto sullo stato dell'ambiente, Calabria* in http://www.regione.calabria.it/ambiente/allegati/rapportoambiente/1volume_menu.html.

Regione Calabria, *Statuto* in http://www.regione.calabria.it/allegati/documenti/statuto_regcal.pdf.

La Repubblica, *Volontari all'opera per ripulire spiagge e fondali marini* in http://www.repubblica.it/news/ambiente/rep_rinnovabili_rifiuti-volontari-opera-ripulire-spiagge-fondali-marini-975.html.

Online News, *Paolo Berlusconi, false e farneticanti le accuse di schiavone* in <http://www.online-news.it/2014/01/23/rifiutipaolo-berlusconi-false-e-farneticanti-le-accuse-di-schiavone/> .

S. Rodotà, *Il valore dei beni comuni* in <http://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/2012/01/05/il-valore-dei-beni-comuni.html>.

K. Senior, A. Mazza, *Italian "Triangle of Death" linked to waste crisis*, rivista The Lancet Oncology, Elsevier Editore, Settembre 2004.

R.J. Smith, *Resolving the tragedy of the Commons by creating private property rights in wildlife* in <http://object.cato.org/sites/cato.org/files/serials/files/cato-journal/1981/11/cj1n2-7.pdf>.

Altri materiali

N. Carestiano, *Beni comuni e proprietà collettiva come attori territoriali per lo sviluppo locale*, Tesi di dottorato, 2007.

M. Di Menna, *Materiali didattici 2012/2013*.

G. Fattori, *Materiali didattici 2012/2013*.

M. Setti, *Materiali didattici 2012/2013*.

www.arpa.emr.it (consultato il 06/11/2013)

www.assolombarda.it (consultato il 09/11/2013)

www.camera.it (consultato il 28/10/2013)

www.cluetrain.com (consultato il 07/01/2014)

www.governo.it (consultato il 04/12/2013)

www.ilsemesottolaneve.org (consultato il 06/11/2013)

www.laterradeifuochi.it (consultato il 07/01/2014)

www.legambiente.it (consultato il 25/10/2013)

www.marketingsociale.net (consultato il 04/01/2014)

www.parlamento.it (consultato il 11/11/2013)

www.protezionecivile.it (consultato il 11/11/2013)

www.regione.calabria.it (consultato il 07/01/2014)

www.repubblica.it (consultato il 28/10/2013)