

INDICE

1.	INTRODUZIONE	Pag.	1
	1.1. Educazione ambientale e politiche ambientali	"	1
	1.2. I limiti di un'educazione tradizionale	"	2
	1.3. L'audience: un bersaglio incerto	"	2
	1.4. L'esperienza dei Paesi esteri	"	3
2.	I CASI ESAMINATI	"	5
	2.1. Guida alla lettura	"	5
	2.2. 20 casi di educazione ambientale	"	5
	2.3. Uno sguardo d'assieme	"	23
	2.4. Un confronto possibile: il riciclaggio del vetro in Europa	"	30
3.	CONCLUSIONI	"	35
	3.1. Orientamenti comuni nell'educazione ambientale	"	35
	3.2. Tipologie di approcci educativi	"	36
	3.3. Errori e carenze nell'esperienza recente: cosa non fare	"	37
4.	ALLEGATI	"	41
	4.1. I supporti informativi ricevuti	"	41
	4.2. Elenco degli enti contrattati	"	41

1. INTRODUZIONE

1.1. Educazione ambientale e politiche ambientali

L'educazione ambientale è quasi sempre stata concepita, in un contesto strettamente ecologico, come informazione sul "funzionamento" della macchina ambiente e sui danni arrecati a questo dalle attività umane in generale.

Questa concezione è strettamente legata ad un certo tipo di politiche ambientali: fino a quando si tratta di normare l'attività produttiva di un numero relativamente ristretto di operatori economici di per sè potenzialmente molto dannosi (es. industrie chimiche) o di motivare determinate spese del settore pubblico nel campo della difesa ambientale (es. costruzione di depuratori per le acque), l'educazione ambientale, intesa nel senso che si è visto, può essere di grande aiuto, soprattutto per giustificare, di fronte all'opinione pubblica, le scelte effettuate.

I proprietari di grossi impianti inquinanti sono relativamente pochi e l'imposizione di vincoli alla loro attività ha un'incidenza (sui prezzi, sull'occupazione) non trasparente e pertanto ignorata dalla maggior parte dei cittadini, così come accade, ad esempio, per la costruzione di infrastrutture pubbliche di tutela ambientale, perlomeno fino a quando i costi di impatto delle opere stesse, che sono invece trasparenti, non diventano eccessivi, come nel caso delle discariche per rifiuti solidi.

In queste condizioni e con questi obiettivi l'educazione ambientale esistente può ritenersi sufficiente sia quantitativamente che qualitativamente.

L'acquisizione da parte di uno studente di una generica consapevolezza degli effetti negativi di determinate attività umane sull'ambiente, ma soprattutto del valore rappresentato da questo, non mancherà di esercitare i propri benefici effetti quando, in un vicino futuro, e- gli dovrà, come cittadino ed elettore, decidere se avallare certe spese o dare il proprio consenso all'introduzione di normative del tipo di quelle viste, che cioè colpiscono poche persone a vantaggio di tutti.

1.2. I limiti di un'educazione tradizionale

Quando invece le politiche ambientali comportano effetti redistributivi più trasparenti rispetto al passato (es. impediscono la costruzione di un'autostrada o la localizzazione di un impianto industriale in una certa zona), introducono vincoli sulle attività produttive che colpiscono un numero elevato di persone (es. produttori agricoli) o ancora richiedono ai cittadini una partecipazione attiva alle politiche e non un semplice consenso (es. raccolta differenziata dei rifiuti urbani), l'educazione ambientale di tipo tradizionale mostra i suoi limiti.

Si richiede in questo caso un'informazione più mirata e rivolta alla soluzione di un problema specifico e non generico (es. l'inquinamento da mercurio dovuto alle pile usate e non le cattive condizioni di salute del Mediterraneo). Ciò richiede a sua volta una conoscenza estesa del fenomeno di cui si tratta da parte di chi pianifica l'attività di educazione, nonché la necessità di legare quest'ultima a fini e obiettivi precisi e dunque di disporre di politiche ambientali nelle quali inquadrare i sacrifici che si chiedono ai cittadini in termini di collaborazione attiva, di diminuzione nell'uso di certe sostanze o di diversa accessibilità a determinati servizi.

Questo è ancor più necessario quando si tende ad incentivare comportamenti dei cittadini che implicano l'esistenza di strutture pubbliche di supporto (es. raccolta differenziata dei rifiuti urbani). Uno sforzo educativo che richiami il pericolo in termini ambientali insito in certe attività e che non proponga nel contempo soluzioni e strumenti pratici per attuarle ottiene il solo risultato di creare allarmismo e insoddisfazione nei cittadini.

1.3. L'audience: un bersaglio incerto

Un secondo limite dell'educazione ambientale tradizionale consiste nell'utilizzo dei canali di diffusione delle informazioni.

Quando si vogliono ottenere risultati in un orizzonte temporale relativamente breve e concernenti uno specifico problema bisogna agire

nei confronti della popolazione adulta, generalmente meno raggiungibile di quella in età scolare, sia per l'assenza di strutture educative sia per l'assenza di incentivi all'apprendimento.

Quest'ultimo è un problema rilevante, in quanto esistono categorie di cittadini che, per condizione anagrafica, lavorativa o di istruzione, sfuggono alle iniziative educative.

Molto spesso si tratta proprio delle categorie che costituiscono il "target" più interessante per le politiche di educazione ambientale (si pensi agli operai che lavorano in proprio come secondo lavoro, agli artigiani dell'economia sommersa, agli agricoltori, alle casalinghe).

Anche la diffusione di semplici informazioni o di una generica coscienza dei problemi ambientali risulta poco efficace quando attuata tramite le strutture scolastiche (se i problemi sono molto mirati) poichè quanto divulgato o suggerito ora, potrebbe essere non adeguato alle politiche e ai problemi che saranno all'ordine del giorno fra cinque o dieci anni, quando gli studenti di oggi saranno entrati a loro volta nel mondo della produzione.

1.4. L'esperienza dei Paesi esteri

Le caratteristiche relativamente nuove del campo nel quale si opera inducono a considerare con grande attenzione le esperienze già attuate altrove.

Nel prosieguo di questo lavoro vengono esaminati diversi casi relativi soprattutto a Paesi esteri e privilegiando, fra questi, quelli che, per analogie e attinenze nel tipo di fornitura del servizio "educazione ambientale", meglio si adattano alla situazione italiana e piemontese in particolare.

Non si tratta ovviamente di un rapporto esaustivo, anche perchè quasi mai questo tipo di iniziative fanno capo ad un unico centro direttivo e spesso non esiste neppure un loro censimento. Il maggiore consolidamento dei temi ambientali nei Paesi del Nord-Europa o negli Stati Uniti ha condotto infatti ad una più grande diffusione di singole iniziative piuttosto che ad una maggiore razionalità di intervento pubblico, cosicchè si assiste spesso ad un finanziamento "a

pioggia" di iniziative fra loro molto diverse e soprattutto senza un controllo sull'efficacia della spesa.

Accanto ai casi relativi ai Paesi esteri si sono considerate anche alcune iniziative di enti pubblici italiani, scelte fra quelle sviluppate in Lombardia, unica Regione italiana, al momento, ad avere effettuato un censimento di tutte le esperienze di educazione ambientale svolte sul proprio territorio, il che ha consentito di puntare l'attenzione su un paio di casi (su oltre 800) che per le loro caratteristiche si rivelavano interessanti per il Piemonte e per Torino in particolare.

2. I CASI ESAMINATI

2.1. Guida alla lettura

Per l'insieme dei 20 casi esaminati viene presentata nel paragrafo 2.2. una scheda illustrativa compilata sulla base delle informazioni raccolte tramite i singoli questionari.

La struttura rigida di un questionario non consente di approfondire l'analisi sul piano descrittivo della singola esperienza ma dovrebbe essere d'ausilio per una più facile lettura d'assieme, rendendo possibili confronti e mettendo in evidenza analogie e differenze.

Il paragrafo 2.3. è dedicato ad un quadro sinottico dei dati. Esso va letto con l'avvertenza che non si tratta di dati casuali, ma ottenuti attraverso canali informativi che hanno privilegiato sia la facilità di acquisizione dei dati sia, come già ricordato, l'applicabilità e la trasportabilità, almeno entro certi limiti, allo scenario italiano.

Nel paragrafo 2.4. viene riportato un breve prospetto dello stato della campagna per la raccolta differenziata del vetro in Europa. Questa costituisce a tutt'oggi forse l'unico caso di iniziativa di educazione ambientale cui i diversi Paesi abbiano saputo dar vita con caratteri omogenei e in contesti fra loro confrontabili.

2.2. 20 casi di educazione ambientale

CASO DI EDUCAZIONE AMBIENTALE n° 1

Il Comune di Monaco di Baviera ha allestito nella principale stazione della metropolitana un centro di informazione per consulenze su problemi ambientali.

Il centro ha l'aspetto di un negozio con alcune vetrine e dispone di due linee telefoniche alle quali si alternano (dalle 8.30 alle 18.00 per cinque giorni la settimana) due esperti, che forniscono con-

Scheda (mancante)

segue: Scheda (mancante)

segue: Scheda (mancante)

sigli sui sistemi da adottare per consumare meno energia e per produrre meno rifiuti.

In particolare, il centro:

- offre consulenze, non solo telefoniche, per l'individuazione della localizzazione ottimale degli impianti termici delle abitazioni (eseguendo anche l'analisi termografica degli immobili) e per il loro migliore dimensionamento.
- pubblica gli elenchi aggiornati di tutte le imprese, commerciali o artigiane, che producono o distribuiscono beni "ecologici", ossia caratterizzati, sia nella fase della loro produzione che del loro consumo, da scarso impatto ambientale;
- offre informazioni sul riciclo dei rifiuti urbani;
- organizza esposizioni, con fotografie e manifesti.

CASO DI EDUCAZIONE AMBIENTALE n° 2

L'università Popolare di Monaco (Volkshochschule Munchen, VHS) offre fra l'altro corsi di carattere ambientale.

L'associazione V.H.S. è controllata dal Comune, che è anche il maggiore finanziatore dell'iniziativa.

Nel semestre settembre 1987 - febbraio 1988 la V.H.S. ha fornito 3 corsi settimanali, 11 corsi con escursioni (a centrali elettriche o impianti di depurazione) e 7 cicli di conferenze su temi ambientali, con particolare riguardo per quelli legati alle scelte energetiche.

I corsi sono frequentati in massima parte da persone di sesso femminile (oltre il 70%), di età compresa fra 18 e 30 anni (oltre il 50%), di media scolarità e di ceto impiegatizio (49%). I corsi sono molto frequentati anche dalle casalinghe.

CASO DI EDUCAZIONE AMBIENTALE n° 3

La fondazione Sonnenberg è un ente privato che riceve finanziamenti dal Governo Federale, dalla Camera della Bassa Sassonia e da municipalità e distretti. Conta oltre 3.000 membri in Germania e

altri 4.000 nel resto d'Europa e organizza seminari e corsi su vari temi.

Creata poco dopo la Seconda Guerra Mondiale con lo scopo di promuovere l'immagine della Germania, si è prevalentemente occupata di problemi razziali e delle minoranze, in particolare legati all'antisemitismo.

Da una decina d'anni a questa parte anche il tema ambientale ha ricevuto una crescente attenzione e costituisce oggi uno dei principali campi nei quali opera la Fondazione.

La Fondazione può contare su un centro modernissimo, in grado di ospitare più di 200 persone contemporaneamente, dotato di caffetteria, ristorante, impianti per traduzione simultanea, sussidi audio-visivi, situata nel paese di St.Andreasberg, Oberharz.

L'attività di educazione ambientale consiste nell'organizzazione di seminari di studio e discussione incentrati su temi ambientali di carattere generale (si potrebbero definire macro-ambientali) per arrivare attraverso il lavoro comune ad una analisi precisa degli attori in gioco e dei singoli problemi sul tappeto.

Ogni anno vengono organizzati circa 80 seminari, una decina dei quali si occupano di ambiente, ed in particolare del legame con gli aspetti economici del problema.

La descrizione che segue si riferisce ad uno stage-tipo, quasi sempre presente nel programma degli ultimi anni, quello su "Politiche ambientali ed interessi economici".

Partecipano circa 40 persone di diversa nazionalità ed età. Il costo per un periodo di 10 giorni è di circa 150.000 lire, comprensive di vitto al ristorante della Fondazione, alloggio in camera doppia, consumazione alla caffetteria interna e materiale didattico (ciclostilati, riviste, cancelleria). Il prezzo dipende dal reddito dichiarato.

I lavori vengono aperti ogni giorno da un esperto che introduce un diverso argomento, talvolta con l'ausilio di strumenti audiovisivi. I partecipanti ricevono in anticipo un breve ciclostilato contenente sommarie informazioni sul tema da affrontare.

In seguito si apre una discussione comune sul tema con la possibilità di formare gruppi di studio su singoli aspetti.

Una successiva discussione, di solito la sera, mette a confronto i risultati raggiunti dai vari gruppi.

L'impegno richiesto è di circa tre ore al mattino e tre ore nel pomeriggio o alla sera.

Verso la fine del corso una relazione di un esperto, appartenente ad un ente pubblico per la salvaguardia del patrimonio boschivo, illustra lo stato delle politiche pubbliche in relazione ai temi trattati (piogge acide) ed in seguito guida i partecipanti ad una visita nelle foreste colpite. Vengono illustrati non solo i danni ma i piani federali di risanamento, nonché una serie di dispositivi (lotta biologica,...) impiegati nella difesa delle foreste.

Un'altra giornata viene dedicata ad un'escursione nella zona (Harz) e ad una visita al confine con la Germania Est. Le ultime due giornate sono dedicate ad un gioco di simulazione descritto in allegato.

Lo scopo della simulazione, come del resto tutto il corso, era di mettere in evidenza i conflitti di interesse che operano attorno all'uso delle risorse naturali ed il ruolo dell'operatore pubblico nel mediare a favore dell'uno o dell'altro.

Si allega il programma tipo e la descrizione del gioco di simulazione.

Bad Krautenburg è una piccola cittadina di 12.000 abitanti, situata in un'area di notevole bellezza naturale, non toccata dallo sviluppo industriale.

Gli ecologisti la considerano di grande interesse poichè nelle sue vicinanze nidifica la Grande Aquila Bianca, scomparsa nel resto d'Europa.

Nella zona si trova anche un grande castello medievale, un tempo sede degli imperatori germanici, e che costituisce una grande attrazione turistica.

Sfortunatamente la recente crisi dell'economia e la crescita della disoccupazione ha portato ad una verticale caduta delle presenze turistiche (da 110.000 nel 1978 a 40.000 nel 1985) e questo declino, a sua volta, ha prodotto nuovi disoccupati, attualmente 800 su una forza lavoro di 4.000 unità.

Tabella (mancante)

Il Ministero della Difesa intende installare nell'area una base aerea NATO, in grado di ospitare grandi bombardieri e di dare lavoro a 400 civili.

Altri posti di lavoro si verrebbero a creare come indotto per la presenza di 3.000 militari.

Gli ecologisti temono che il rumore prodotto dai bombardieri possa scacciare dalla zona l'Aquila Bianca.

Il Fronte della pace di Bad Krautenburg è contrario alla base per motivi di principio.

La Camera di Commercio ha condotto una campagna in favore della base.

Sulla base di un antico editto del 1324 la decisione finale compete ad un consiglio cittadino formato da 7 membri. Attualmente il consiglio conta 3 Social-democratici e 3 Conservatori. Un settimo posto è vacante e verrà assegnato con una votazione dei partecipanti al gioco, al termine della simulazione.

I Conservatori sono favorevoli alla base perchè ritengono che stimolerà l'economia locale, mentre i Social-democratici sono contrari perchè pensano che la base possa disturbare sia i turisti che la fauna della zona.

Tuttavia recentemente hanno avuto una dura polemica con il sindacato locale, accusato di non avere una politica contro la disoccupazione.

L'elezione del 7° membro del consiglio deve avvenire dopo una consultazione della durata di un giorno intero.

I partecipanti si dividono nei vari gruppi e si incontrano secondo un calendario da essi stessi stabilito. Ogni intesa viene riportata in un documento scritto, e consegnato a una commissione di controllo.

I gruppi sono:

- Gruppo ecologista
- Social-democratici
- Camera di commercio
- Fronte per la Pace
- Ente Turismo
- Conservatori
- Ministero della Difesa
- Sindacati

CASO DI EDUCAZIONE AMBIENTALE n° 4

"Program of Negotiation" è un consorzio inter-universitario avente lo scopo di migliorare la teoria e la pratica della risoluzione dei conflitti.

Uno dei mezzi utilizzati è quello di progettare e condurre negoziati simulati. L'idea di partenza è che qualsiasi decisione pubblica in merito a temi ambientali susciti opposizioni e resistenze tali da comportare forti ritardi nell'attuazione dei programmi. Questi conflitti spesso ingenerano anche maggiori costi e sfiducia nelle istituzioni.

Per superare questo tipo di impasse "Program on Negotiation" ha messo a punto un pacchetto di gare interattive, tutte incentrate intorno a temi ambientali, quali:

- smaltimento di rifiuti tossici e nocivi in condizioni di emergenza;
- scelta fra diversi siti di smaltimento rifiuti;
- diritti di pesca in un lago;
- installazione di un impianto industriale chimico inquinante;
- dislocazione di un impianto di incenerimento rifiuti;
- costruzione di immobili ad elevato impatto ambientale.

Le note che seguono si riferiscono ad una simulazione svoltasi al Massachusetts Institute of Technology, a Cambridge (USA) il 14 dicembre 1984 con la partecipazione di 34 persone. Lo scenario prevede che in un ipotetico stato americano un ente pubblico venga incaricato della localizzazione di un impianto di smaltimento per rifiuti a bassa radioattività.

Dopo un anno di esame dei possibili siti, l'ente ne individua tre, tali da soddisfare i criteri richiesti.

L'ente pubblico dispone della necessaria autorità per l'attuazione del progetto, ma intende effettuare la scelta coinvolgendo i principali attori interessati, al fine di ridurre i conflitti.

Vengono in tal modo individuati 4 gruppi:

- I rappresentanti dei 3 Comuni coinvolti
- Una coalizione di gruppi ambientalisti
- L'Associazione dei Generatori di Scorie Radioattive
- Un rappresentante del Governo.

Il negoziato è diviso in due parti, benchè inizialmente i partecipanti lo ignorino. Nella prima i gruppi tentano di trovare un accordo prendendo in considerazione i criteri tecnici di scelta dei siti, mentre nella seconda si chiede loro di scegliere fra i tre siti prescelti dall'ente pubblico.

Lo scopo di ogni gruppo è fare quanti più punti possibile, secondo determinate regole, tali però da prevedere i maggiori guadagni solo attraverso complessi meccanismi di negoziato. Lo scopo è quello di spingere i partecipanti al negoziato.

Al termine viene presentato ai partecipanti un breve questionario.

CASO DI EDUCAZIONE AMBIENTALE n° 5

L'Environmental Action Coalition che ha patrocinato la campagna è un ente privato fondato a New York nel 1970. Conta 2.000 membri e 5 addetti a tempo pieno.

La finalità dell'associazione è di educare l'opinione pubblica sulla natura e le dimensioni dei maggiori problemi ambientali.

L'associazione dispone di un centro che mette a disposizione dei cittadini interessati informazioni e consulenze per la soluzione di problemi quali la raccolta differenziata dei rifiuti urbani e la installazione di piccoli siti di recupero.

Il programma di educazione viene attuato con la produzione e la diffusione di opuscoli, film e conferenze. Dispone di una biblioteca ambientale con oltre 2.000 titoli, fra libri, riviste e pubblicazioni specifiche. Le pubblicazioni principali sono:

- "Cycle", trimestrale in abbonamento postale per i soci;
- "Eco-news", periodico in abbonamento postale per bambini;
- "Recycling Directory", periodico;
- "Eco-Facts", non periodico.

Ha inoltre pubblicato "Waste-paper", manuale pratico per il riciclo della carta e un "Manual for Organizing and Operating a Community Recycling Center", manuale per la gestione di un centro di recupero di rifiuti.

Effettua continue campagne, soprattutto tramite posta, incentrate sulla necessità e praticabilità di un parziale riciclo dei rifiuti urbani.

Il materiale allegato si riferisce a due casi di educazione ambientale relativi a un ciclo di seminari sul riciclo urbano e un ciclo di serate di proiezioni di diapositive con discussione sul tema dei rifiuti urbani pericolosi e sulle tecniche per la prevenzione (urbana) dell'inquinamento delle acque e del terreno.

CASO DI EDUCAZIONE AMBIENTALE n° 6

Il Community Environmental Council è stato fondato nel 1970, conta 400 membri e 25 addetti, quasi tutti a tempo pieno.

Il fine del C.E.C. è principalmente educativo e viene attuato soprattutto tramite la fornitura al pubblico di informazioni pratiche per la soluzione di problemi ambientali.

L'enfasi maggiore negli ultimi anni è andata al riciclo dei rifiuti urbani. Il C.E.C. gestisce attualmente cinque piccoli centri di recupero rifiuti e fornisce consulenza ai cittadini interessati, anche tramite esperienze pratiche nei propri centri.

Dispone di una biblioteca ambientale computerizzata e pubblica "The Gildea Review" e "Newsletter" (trimestrali), oltre a numerosi manuali e guide pratiche sulla gestione di piccoli centri di recupero rifiuti.

Il materiale allegato si riferisce ad un ciclo di 10 seminari sul verde urbano, con un totale di 150 presenze. I partecipanti sono stati invitati tramite una campagna pubblicitaria postale.

CASO DI EDUCAZIONE AMBIENTALE n° 7

La campagna di riduzione dell'inquinamento atmosferico da veicoli diesel si è basata su normative e strutture già esistenti (D.P.R. 323/71 e Officina Comunale).

Si è trattato in sostanza di un manifesto che ricordava agli automobilisti le sanzioni previste per i proprietari di veicoli non in

regola (capacità dei fumi di scarico superiore al 70%), invitandoli ad un controllo gratuito presso le strutture comunali.

L'iniziativa ha avuto un riscontro positivo e molto vasto, anche fuori comune e fuori provincia e sarà probabilmente ripetuta in futuro con carattere quasi stabile.

CASO DI EDUCAZIONE AMBIENTALE n° 8

Si è trattato di un'iniziativa congiunta tra Provincia e l'Unione Artigiani, volta ad incrementare il conferimento di oli usati ai centri di raccolta autorizzati.

L'iniziativa fa parte di una più vasta campagna di informazione ambientale (parzialmente documentata dagli allegati) ma si rivolge ad un pubblico più specifico (artigiani, "secondo lavoristi").

I pieghevoli che pubblicizzavano l'iniziativa sono stati distribuiti nelle scuole, come forma di educazione ambientale in senso lato, mentre i manifesti sono stati affissi in corrispondenza e nelle vicinanze dei centri di raccolta.

Si è potuto constatare un aumento piuttosto marcato del conferimento di oli esausti.

CASO DI EDUCAZIONE AMBIENTALE n° 9

Documentazione distribuita al pubblico dei parchi londinesi (cittadini) dalla Forestry Commission.

L'intento è quello di pubblicizzare non solo l'esistenza e l'estensione dei parchi forestali inglesi, ma soprattutto lo sforzo per conciliare i differenti interessi che orbitano attorno ai boschi: conservazionisti, produttivi, ricreativi.

Un opuscolo fa riferimento anche ai risultati di un'inchiesta condotta in 13 aziende agricole allo scopo di dimostrare la compatibilità fra forestazione e produzione agricola. Vengono esposte le misure e le politiche adottate nei confronti di ognuna di queste differenti pressioni.

In alcune zone sono state costituite riserve naturali, sulla base di piani di conservazione, mentre le Commissioni Forestali hanno prodotto piani paesistici compatibili con le esigenze agricole.

La domanda ricreazionale viene soddisfatta con la costituzione di aree parzialmente attrezzate e ampiamente pubblicizzate.

CASO DI EDUCAZIONE AMBIENTALE n° 10

La notte del 15 ottobre 1987 una violenta perturbazione si abbattè sulla costa sud-orientale della Gran Bretagna (West e East Sussex e Kent).

Raffiche di vento da 64 nodi (118km/h) di media con punte di 90 nodi (162km/h) portarono alla distruzione, fra l'altro, di 15 milioni di alberi, il 25% dei quali situati in boschi diretti dalla Forestry Commission.

Da allora diversi gruppi ambientali si adoperano per il recupero dei boschi distrutti, ma soprattutto perchè la popolazione comprenda appieno il valore del patrimonio perduto e perciò di quello ancora esistente.

Qui sono riportate le iniziative, fra loro molto simili, di tre gruppi ambientalisti.

Il "Woodland Trust" invita ad una sottoscrizione di 1 sterlina per piantare un albero, 25 sterline per contribuire ad un progetto di forestazione, nei terreni (75 acri, 30 ha) di proprietà dell'associazione.

"Common Ground" invita i cittadini ad esercitare pressione sulle autorità competenti affinché intervengano efficacemente nell'opera di recupero.

Il "national trust" infine, sulla base dello slogan "L'ultima cosa che dobbiamo fare per riparare il danno è piantare alberi", invita ad una sottoscrizione per finanziare una complessa operazione preventiva alla riforestazione. Il "National Trust" sottolinea come tali donazioni siano deducibili dal reddito e fornisce informazioni e consulenze al riguardo.

CASO DI EDUCAZIONE AMBIENTALE n° 11

Il "London Borough of Camdeu" è un ente di governo territoriale simile alle nostre Circostrizioni, ma dotato di maggiori poteri e da un'area di giurisdizione molto vasta. Da questo punto di vista può più correttamente assimilarsi ad un Comune.

Si tratta di uno dei quartieri centrali di Londra ed il progetto in questione è la trasformazione di uno spazio aperto di proprietà pubblica.

Il "London Borough" ha cercato il coinvolgimento del pubblico per prendere una decisione e scegliere fra i diversi progetti di trasformazione.

Ciò che si è potuto constatare è che esiste una risposta consapevole e partecipativa quando vengono proposti progetti specifici, precisi e ben articolati.

CASO DI EDUCAZIONE AMBIENTALE n° 12

Il "London Wildlife Trust" è un organismo relativamente giovane, essendo stato fondato nel 1981.

Il fine principale è quello di salvaguardare animali e piante rare in Londra, attraverso la creazione di aree protette (ne esistono già più di 30 nella città) e l'educazione dei cittadini all'osservazione delle forme di vita allo stato libero.

Questa campagna ha portato a 2.000 avvistamenti di volpi in due settimane all'interno di Londra, oltrechè di gufi e di varie specie vegetali.

CASO DI EDUCAZIONE AMBIENTALE n° 13

Il "London Wildlife Trust" organizza numerosi corsi riguardanti temi ambientali, per lo più a carattere naturalistico.

Il piano per l'anno 1987/88 prevede corsi di ornitologia, botanica, ecologia, storia naturale oltre ad alcuni corsi misti. E'

fra questi ultimi che si possono ritrovare contenuti di educazione ambientale di tipo non naturalistico.

In particolare il corso "London for People" affronta, in 24 lezioni di un'ora l'una, argomenti quali l'inquinamento urbano, il risparmio energetico, il verde pubblico.

CASO DI EDUCAZIONE AMBIENTALE n° 14

L'"Islington Adult Education Institute" è un'organizzazione privata di educazione ambientale che opera attraverso il "London Borough of Islington", ente pubblico che si situa a metà fra la Circonscrizione e il Comune.

L'"Islington Environment" è un programma di corsi della durata di 4 mesi e copre una vasta gamma di temi ambientali.

Fra gli altri esistono due corsi di giardinaggio, attività molto diffusa in Gran Bretagna.

Un corso introduttivo, della durata di 5 lezioni settimanali di due ore l'una, intende fornire alcune basilari nozioni sui metodi di coltivazione organica: fertilizzazione del suolo, preparazione del "compost", controllo delle patologie vegetali senza uso di prodotti chimici.

Un secondo corso, trimestrale, fornisce informazioni più approfondite sui sistemi di lotta biologica, sulla coltivazione in condizioni fisiche disagiate, sulla coltivazione in spazi non antropizzati e sulla progettazione degli orti.

CASO DI EDUCAZIONE AMBIENTALE n° 15

Il "Woodland Trust", ente senza scopo di lucro, possiede e gestisce diversi appezzamenti di terreno destinati a bosco.

In queste aree sta cercando, tramite progetti di gestione del patrimonio boschivo di tipo tradizionale, di migliorare i rapporti con la popolazione locale ed in particolare di diminuire per quanto possibile l'ostilità di questa nei confronti degli strumenti di protezione ambientale.

CASO DI EDUCAZIONE AMBIENTALE n° 16

Si tratta di una campagna per la riforestazione resasi necessaria in seguito ai danni causati dalla perturbazione del 15 ottobre 1987, nel Sussex e nel Kent.

Nella notte tra il 15 ed il 16 il vento prese a soffiare ad una velocità media di circa 120 km/h., con punte oltre i 160 km/h., causando la distruzione di 15 milioni di alberi.

Il "British Trust for Conservation Volunteers" ha lanciato una campagna per la rimozione degli alberi abbattuti, la preparazione del terreno dissestato e l'impianto di nuovi alberi.

Il "B.T.C.V." richiede sottoscrizioni e aiuto volontario per la campagna e informa anche i cittadini delle iniziative pratiche intraprese e dei risultati raggiunti, tramite il proprio periodico "The Conserver".

CASO DI EDUCAZIONE AMBIENTALE n° 17

Durante l'anno europeo dell'ambiente il Governo inglese ha preso diverse iniziative nel campo dell'educazione ambientale, in particolare lanciando la campagna denominata E.Y.E., acronimo che significa "occhio", ma anche European Year of the Environment.

Da maggio a novembre sono state organizzate settimane di iniziative pratiche, conferenze, campagne informative, dedicate a temi specifici quali la gestione dei parchi, il verde urbano, la gestione delle acque, il riciclo dei rifiuti.

Un periodico appositamente creato, "Eye-news", riporta in dettaglio le iniziative prese e quelle in programma.

Il periodico, come d'altronde gran parte della pubblicistica ambientale, compresa quella di produzione pubblica, è stampato su carta riciclata.

CASO DI EDUCAZIONE AMBIENTALE n° 18

Il "London Wildlife Trust", ente senza fine di lucro, in collaborazione con il Dipartimento per il tempo libero del Governo inglese, ha lanciato una campagna informativa sul riutilizzo del legname nelle opere di servizio nei boschi e nei giardini.

L'intento è quello di diminuire, tramite il riciclo, l'uso del legname nuovo e quindi l'abbattimento di alberi, nonchè di preservare l'habitat di numerose specie viventi per le quali il legno marcio costituisce una parte integrante del loro ecosistema.

Un secondo opuscolo, prodotto esclusivamente dal "L.W.T." illustra l'utilità delle rane e cosa bisogna evitare di fare per danneggiarle, durante l'attività agricola o di giardinaggio.

CASO DI EDUCAZIONE AMBIENTALE n° 19

Il "Council for Environmental Education" è un ente senza scopo di lucro, fondato nel 1968 con lo scopo di favorire il dibattito e l'educazione sui temi ambientali.

Il C.E.E. fornisce informazioni e consulenze a svariate organizzazioni che si occupano di educazione ambientale. Il finanziamento è in parte statale (stipendi e affitti) e in parte municipale o privato.

Il fine del C.E.E. è quello di incoraggiare la sensibilità dei cittadini verso i problemi ambientali, rendendoli consapevoli delle conseguenze ambientali, ma anche economiche, legate a determinate scelte.

Il C.E.E. dispone di un centro informazioni dotato di una ricca biblioteca che comprende materiali vari, fra cui molte ricerche ambientali sviluppate in ambito locale.

CASO DI EDUCAZIONE AMBIENTALE n° 20

Si tratta di un articolo, pubblicato su un periodico giovanile, e dedicato ad una organizzazione volontaria (Brontosaurus) di ambientalisti.

Sullo stesso numero sono pubblicate diverse vignette satiriche su temi ambientali, sia di carattere molto generale (come l'inquinamento da piogge acide, un fenomeno particolarmente grave in Cecoslovacchia) sia di tipo più specifico e rivolte alla critica dei comportamenti individuali sono anche pubblicati articoli divulgativi su particolari problemi ambientali, con una commistione di stili educativi tipica di un approccio di recente esperienza, dato che fino a poco tempo fa i problemi ambientali erano ufficialmente ignorati.

2.3. Uno sguardo d'insieme

I temi trattati toccano un po' tutti gli argomenti di maggiore interesse in campo ambientale, con particolare riguardo per l'ambiente urbano.

Gli enti proponenti sono sia pubblici che privati, con una ovvia prevalenza nel finanziamento dell'operatore pubblico, che però raramente realizza in proprio l'iniziativa, preferendo affidarla ad organismi privati.

La periodicità delle iniziative è piuttosto disomogenea, mentre queste si collocano per lo più in programmi ambientali più vasti.

La tipologia più ricorrente è la campagna pubblicitaria, seguita in ordine di frequenza dai corsi per adulti e dalle attività sul territorio. Queste ultime costituiscono in molti casi il principale fattore incentivante alla partecipazione. Tipologie quali seminari o conferenze con esperti appaiono poco utilizzate.

La finalità è quasi sempre quella di fornire informazioni ai partecipanti, anche se un numero significativamente elevato di casi intende risolvere uno specifico problema.

I supporti informativi diretti, ossia facenti parte integrante dell'iniziativa di educazione ambientale, sono quasi sempre pieghevoli e ciclostilati.

CASO N°	DESCRIZIONE	TEMA TRATTATO	ENTE PROPONENTE	ENTE FINANZIATORE	ENTE REALIZZATORE	PERIODICITA'	SPECIFICITA'
1	UMWELT LADENS, centro di informazione nella stazione più frequentata della metropolitana di Monaco. Fornisce informazioni su temi ecologici. Telefono "ecologico"	Dove buttare i rifiuti problematici, come lavorare in casa senza troppi prodotti chimici, come risparmiare energia, come e cosa riciclare. In generale problemi ambientali metropolitani	Comune di Monaco	Comune di Monaco	Comune di Monaco	Destinato a ripetersi senza modifiche sostanziali	Parte di un programma solo ambientale
2	VOLKSHOCHSCHULE, università popolare con numerosi corsi a carattere ambientale	Vari temi inerenti l'ambiente, con particolare enfasi per quelli legati a produzione e uso di energia	Comune di Monaco	Comune di Monaco	Associazione V.H.S.	Destinato a ripetersi senza modifiche sostanziali	Parte di un programma solo ambientale
3	Centro di documentazione e organizzazione di conferenze, corsi, incontri su temi soprattutto ambientali	Rapporti economia-ambiente. Piogge acide	Internationale Hans Sonnemberg	Governo Federale, Land Bassa Sassonia, Municipalità, Fondi propri	I.H.S.	Destinato a ripetersi senza modifiche sostanziali	Iniziativa singola
4	Gioco di simulazione	Smaltimento rifiuti	U.S. Department of Energy	U.S. Department of Energy	Program of Negotiation (Harvard Law School)	Non prevista continuazione	Parte di un programma anche ambientale
5 (a)	Seminari sulla possibilità del riciclo di rifiuti urbani e della raccolta differenziata. I seminari sono stati organizzati condominio per condominio	Rifiuti urbani	Enviroumental Action Coalition	Comune di New York	E.A.C.	Destinato a ripetersi con modifiche sostanziali	Parte di un programma solo ambientale
5 (b)	Breve ciclo di seminari con proiezione di diapositive e discussione sui rifiuti urbani pericolosi e sul modo per prevenire, in ambiente urbano, l'inquinamento	Rifiuti urbani	Enviroumental Action Coalition	Vari enti "non-profit"	E.A.C.	Non prevista continuazione	Parte di un programma solo ambientale
6	Ciclo di seminari sul verde urbano	Verde urbano	Community Enviromental Council	C.E.C.	C.E.C.	Destinato a ripetersi senza modifiche sostanziali	Parte di un programma solo ambientale
7	Campagna per la riduzione dell'inquinamento da veicoli diesel. Invito al controllo e predisposizione di strutture idonee	Inquinamento atmosferico	Comune di Varese	Comune di Varese	Comune di Varese	Destinato a ripetersi senza modifiche sostanziali	Parte di un programma solo ambientale
8	Campagna di recupero degli oli usati	Inquinamento delle acque	Provincia di Mantova	Provincia di Mantova (50%), Unione Provinciale Artigiani (50%)	Provincia di Mantova e Unione	Non prevista continuazione	Parte di un programma solo ambientale
9	Campagna pubblicitaria agli utenti dei parchi	Rapporti fra parchi forestali e interessi economici forestali	Forestry Commission	F.C.	F.C.	Destinato a ripetersi senza modifiche sostanziali	Parte di un programma solo ambientale
10	Campagna per il finanziamento della riforestazione dopo il disastro del 15.10.1987	Ripristino forestale	National Trust Trees and Gardens Storm Disaster, Woodland Trust, Common Ground	National Trust	National Trust	Non prevista continuazione	Iniziativa singola

CASO N°	TIPOLOGIA	FINALITA'	DIMENSIONI	SUPPORTI DIRETTI	SUPPORTI INDIRETTI	STRUTTURE	PERSONALE
1	Attività sul territorio	Informazioni ai partecipanti	100.000 partecipanti all'anno	Pieghevoli, video-cassette, audio-cassette, fotografie, manifesti, telefono, in-store marketing	Manifesti, radio, televisione, giornali	Create ad hoc	4 servizi full-time 4 didattica part-time
2	Corso sistematico, conferenza di esperti, attività sul territorio	Informazioni ai partecipanti	3 corsi settimana, 11 corsi anno con escursioni, 7 cicli anno di conferenze	Libri, visite guidate	Manifesti, giornali	Create ad hoc	19 didattica full-time n.d. servizi
3	Seminario una tantum, conferenza di esperti, attività sul territorio, gioco di simulazione	Informazioni ai partecipanti, informazioni dai partecipanti	10-12 corsi all'anno di 7-10 gg.	Pieghevoli, ciclostilati, video-cassette, fotografie, manifesti, materiale prodotto dai partecipanti, visite guidate	Giornali, posta	Create ad hoc	6 servizi full-time 12 didattica full-time
4	Gioco di simulazione	Soluzione ad un problema specifico, informazioni dai partecipanti, diminuzione dell'opposizione ad un progetto	1 giornata (simulazione), 34 partecipanti	Pieghevoli, ciclostilati, materiale prodotto dai partecipanti, questionari	Giornali, posta	Già esistenti	1 didattica full-time 2 progettazione full-time
5 (a)	Corso sistematico	Soluzione ad un problema specifico, informazioni ai partecipanti	100-150 lezioni, 10-50 partecipanti ciascuna	Pieghevoli, manifesti	Manifesti, giornali, posta	Già esistenti	4 full-time in totale
5 (b)	Proiezione diapositive	Soluzione di un problema specifico, informazioni ai partecipanti	5 lezioni, 200 partecipanti	Pieghevoli, diapositive	Giornali, posta	Già esistenti	1 full-time in totale
6	Corso sistematico, campagna pubblicitaria	Informazioni ai partecipanti	10 lezioni, 1.500 partecipanti in totale	Pieghevoli, posta	Posta	Già esistenti	4 full-time in totale
7	Campagna pubblicitaria	Soluzione ad un problema specifico	300 copie stampate	Manifesti	Manifesti, giornali	Già esistenti	1 servizi full-time 1 controllo full-time
8	Campagna pubblicitaria	Soluzione ad un problema specifico	1.500 manifesti, 15.000 pieghevoli	Pieghevoli, manifesti	Radio, giornali	Già esistenti	1 servizi part-time
9	Campagna pubblicitaria, pubblicistica	Informazioni ai partecipanti, diminuzione dell'opposizione ad un progetto	140 opuscoli circa dal 1978 disponibili su ordinazione	Pieghevoli, ciclostilati, libri	Giornali	Già esistenti	—
10	Campagna pubblicitaria	Soluzione ad un problema specifico	—	Pieghevoli	Radio, televisione, giornali, posta	Nessuna	—

CASO COSTI N°	AUDIENZE	PREZZO	INCENTIVI	EFFICACIA	ALLEGATI
1 Non conosciuti	Non conosciuta	Gratuito	Pubblicità	Non verificabile	2 opuscoli in tedesco, 1 pieghevole in tedesco, 1 lettera in tedesco
2 25 D.M. per lezione	Conosciuta per età, sesso, professione, titolo di studio	Gratuito e a pagamento (20 D.M. per semestre)	Pubblicità	Non verificabile	1 opuscolo in tedesco, 5 pieghevoli in tedesco
3 Non conosciuti	Conosciuta per età, sesso, professione, titolo di studio	A pagamento (150-250 D.M. per 7-10 gg. -tutto compreso-)	Pubblicità e una forma di vacanza offerta sottocosto	Non verificabile	2 opuscoli in tedesco, 3 pieghevoli in tedesco, francese e inglese
4 Non dichiarati	Conosciuta per età, sesso, professione	Gratuito (il "gioco" è in vendita a 13.65 \$)	Pubblicità, invito personale	Verificata tramite una complessa indagine sui partecipanti	1 opuscolo in inglese, 1 pieghevole in inglese, 1 ciclostilato in inglese
5 (a) Non conosciuti	Non conosciuta	Gratuito	Pubblicità, riduzione dei costi di smaltimento	Verificabile a riciclo effettuato, verificata: oltre 2.000 tonn. di materiale riciclato	1 pieghevole in inglese
5 (b) Non conosciuti	Non conosciuta	Gratuito	Pubblicità	Non verificabile	1 pieghevole in inglese
6 Non conosciuti	Conosciuta per età, sesso	Gratuito	Pubblicità, offerta gratuita di piante ai partecipanti , visita guidata (Tours of Environmental Facilities)	Verificabile tramite il grado di partecipazione	_____
7 Non conosciuti	Non conosciuta	Gratuito	Pubblicità, sanzioni alle auto non in regola	Verificabile tramite misurazione inquinamento prima e dopo. Non verificata	_____
8 Non conosciuti	Non conosciuta	Gratuito	Pubblicità	Verificabile tramite i fogli semestrali di consegna delle ditte di recupero. Non verificata	_____
9 Non conosciuti	Non conosciuta	Gratuito (le pubblicazioni più specifiche sono a pagamento, da 20p. a 5 £.)	Pubblicità	Non verificabile	3 opuscoli in inglese, 2 pieghevoli in inglese
10 Non conosciuti	Non conosciuta	Gratuito ma la campagna richiede una sottoscrizione	Pubblicità	Verificabile tramite la quantità di fondi sottoscritti	2 pieghevoli in inglese, 1 cartolina in in inglese

CASO N°	DESCRIZIONE	TEMA TRATTATO	ENTE PROPONENTE	ENTE FINANZIATORE	ENTE REALIZZATORE	PERIODICITA'	SPECIFICITA'
11	Riprogettazione di uno spazio verde urbano con coinvolgimento dei residenti	Spazi verdi urbani	London Borough Camden	L.B.C.	L.B.C. Recreation Dept. (progettazione), L.B.C. Planning Dept. (consultazione pubblica)	Non prevista continuazione	Iniziativa singola
12	Campagna per l'osservazione e la tutela dell'ambiente (nel senso di wildlife) nel verde urbano	Verde urbano	London Wildlife Trust	L.W.T., Greater London Council e sponsor privati	L.W.T.	Destinato a ripetersi senza modifiche sostanziali	Parte di un programma solo ambientale
13	Corso su inquinamento, trasporti, energia (per adulti)	Inquinamento, energia	London Wildlife Trust	L.W.T.	L.W.T.	Destinato a ripetersi senza modifiche sostanziali	Parte di un programma solo ambientale
14	Corso introduttivo e di perfezionamento sulla coltivazione di orti privati senza uso di prodotti chimici	Agricoltura senza prodotti chimici	Islington Adult Education Institute	Inner London Education Authority	I.A.E.I.	Destinato a ripetersi senza modifiche sostanziali	Parte di un programma anche ambientale
15	Campagna pubblicitaria sul recupero forestale e per la cooperazione con le comunità locali	Ripristino forestale	Woodland Trust	Enti locali (County, District), Countryside Commission, Nature conservancy Council	W. Trust	Destinato a ripetersi senza modifiche sostanziali	Parte di un programma solo ambientale
16	Campagna per il recupero dei boschi colpiti dal cataclisma del 15 ottobre 1987	Ripristino forestale	British Trust for Conservation Volunteers	B.T.C.V. e sponsor privati	B.T.C.V.	Non prevista continuazione	Iniziativa singola
17	Campagna pubblicitaria sull'anno europeo dell'ambiente	Anno europeo dell'Ambiente	U.K. Committee for the European Year of the Environment	U.K. Government	U.K. Committee for the E.Y.E.	Non prevista continuazione	Parte di un programma solo ambientale
18	Campagna informativa sull'utilità delle rane e sul riciclo del legname vecchio	Conservazione del verde extra-urbano	London Wildlife Trust e Dept. for Recreation	L.W.T., enti locali, Dept. for Recreation, sponsor privati	L.W.T., Dept. for Rec.	Non prevista continuazione	Parte di un programma solo ambientale
19	Centro di educazione ambientale	Ambiente in genere	Council for Environmental Education	Dept. of the Environment, Dept. of Education	C.E.E.	Destinato a ripetersi senza modifiche sostanziali	Parte di un programma anche ambientale
20	Pubblicazione di vignette satiriche su temi ambientali in un giornale per giovani, pubblicità di un gruppo ecologista	Inquinamento in genere	Periodico Mlady' Svét	Non dichiarato	Periodico Mlady' Svét	Non prevista continuazione	Iniziativa singola

CASO N°	TIPOLOGIA	FINALITA'	DIMENSIONI	SUPPORTI DIRETTI	SUPPORTI INDIRETTI	STRUTTURE	PERSONALE
11	Consultazione pubblica	Soluzione ad un problema specifico, informazioni dai partecipanti, diminuzione dell'opposizione ad un progetto	130 partecipanti, 1 assemblea pubblica, 3 assemblee locali	Assemblee di quartiere	Manifesti, posta	Nessuna	4 planning full-time in totale
12	Campagna pubblicitaria, attività sul territorio	Informazioni ai partecipanti, informazioni dai partecipanti	Osservazioni di animali: 2.000 volpi in 2 settimane	Pieghevoli, ciclostilati	Manifesti, posta	Create ad hoc	6 servizi full-time, 5 didattica full-time
13	Corso sistematico	Informazioni ai partecipanti	24 lezioni di 1 ora	Pieghevoli, ciclostilati	Manifesti, giornali	Create ad hoc	1 servizi part-time 1 didattica full-time
14	Corso sistematico	Informazioni ai partecipanti	5 lezioni di 2 h. (1°), 12 lezioni di 2 h. (2°)	Pieghevoli, ciclostilati	Manifesti, giornali	Già esistenti	1 servizi full-time, 1 didattica part-time
15	Campagna pubblicitaria	Informazioni ai partecipanti, diminuzione dell'opposizione ad un progetto	55.000 iscritti al W. Trust	Pieghevoli, ciclostilati	Contatti diretti con la popolazione locale	Già esistenti	20 full-time in totale
16	Campagna pubblicitaria, attività sul territorio	Soluzione ad un problema specifico, informazioni ai partecipanti	30.000 copie stampate, 8.000 copie di giornali	Pieghevoli, ciclostilati, manifesti, giornale "the Conserver"	Manifesti, radio, giornali	Già esistenti	30 tra part-time e full-time in totale
17	Campagna pubblicitaria	Informazioni ai partecipanti	Non dichiarate	Pieghevoli, ciclostilati, posta, giornale "EYE News"	Manifesti, radio, televisione, giornali	Create ad hoc	Non dichiarato
18	Pubblicistica	Informazioni ai partecipanti	Non dichiarate	Pieghevoli, ciclostilati, manifesti	Manifesti, giornali	Già esistenti	4 servizi full-time
19	Corso sistematico, attività sul territorio	Informazioni ai partecipanti	Non dichiarate	Pieghevoli, ciclostilati, libri, programmi computer	Manifesti, giornali	Create ad hoc	Non dichiarato
20	Campagna pubblicitaria	Informazioni ai partecipanti	Diverse decine di migliaia di copie stampate	Periodico	_____	Già esistenti	Non conosciuto

CASO COSTI N°	AUDIENZE	PREZZO	INCENTIVI	EFFICACIA	ALLEGATI
11 Non conosciuti	Non conosciuta	Gratuito	Pubblicità	Non verificabile	1 lettera in inglese
12 Personale: 105.000 £ all'anno materiale: 37.000 £ strutture: 27.000 £	Non conosciuta	Gratuito	Pubblicità	Verificabile tramite numero di avvistamenti di animali, verificata: 2.000 volpi in 7 giorni	1 opuscoli in inglese, 2 pieghevoli in inglese
13 Non dichiarati	Conosciuta per età, sesso, professione, titolo di studio	Gratuito	Pubblicità	Non verificabile	1 opuscolo in inglese
14 Non dichiarati	Conosciuta per età, sesso, professione, titolo di studio	A pagamento (1 £ per introduzione, 5 £ per perfezionamento)	Pubblicità	Verificabile tramite controlli sugli ex-allievi, ma non verificata	1 pieghevole in inglese, 1 lettera in inglese, 1 ciclostilato in inglese
15 Costi specifici non dichiarati; costi totali non disaggregabili	Non conosciuta	Gratuito	Pubblicità	Verificabile tramite n° di iscritti in costante aumento	2 opuscoli in inglese, 1 pieghevole in inglese
16 Non dichiarati	Non conosciuta	Gratuito (si richiede spesso la sottoscrizione, l'abbonamento a "The Conserver" costa 8 £)	Pubblicità	Verificabile tramite l'entità della sottoscrizione, non pubblicata	2 pieghevoli in inglese, 1 giornale in inglese
17 Non dichiarati	Non conosciuta	Gratuito	Pubblicità	Non verificabile	1 pieghevoli in inglese 1 giornale in inglese
18 Non dichiarati	Non conosciuta	Gratuito	Pubblicità	Verificabile tramite controllo delle condizioni locali post-campagna. Non verificata	2 opuscoli in inglese
19 Non dichiarati	Conosciuta per età, sesso, professione, titolo di studio	A pagamento (le pubblicazioni costano da 40 a 80 p.)	Pubblicità	Non verificabile	1 opuscoli in inglese, 3 pieghevoli in inglese
20 Non dichiarati	Non conosciuta, verosimilmente giovane	A pagamento (2 corone ogni numero)	Pubblicità	Non verificabile	1 giornale in cecoslovacco

L'utilizzo di mezzi relativamente innovativi quali audio e video-cassette o software per computer è minimo.

I supporti informativi indiretti, ossia quelli che pubblicizzano l'iniziativa, sono quasi sempre manifesti e giornali locali e in molti casi gli avvisi postali, nonostante richiedano una professionalità più elevata rispetto ad altri mezzi.

Nella quasi totalità dei casi le iniziative studiate si avvalevano di strutture, in genere già esistenti.

Il personale utilizzato è quasi sempre solo full-time, in alcuni casi affiancato da personale part-time.

Le informazioni sui costi sono pressochè nulle, il che è abbastanza normale trattandosi di iniziative che rientrano in programmi più vasti.

Le informazioni sulla audience sono scarse e relative per lo più a età e sesso.

La quasi totalità delle iniziative sono fondamentalmente gratuite, con alcuni casi di richiesta di sottoscrizione o materiale messo in vendita, collateralmente all'iniziativa.

La pubblicità è, nella maggior parte dei casi, l'unico incentivo alla partecipazione, con ben poche eccezioni.

L'efficacia è difficilmente verificabile, anche se lascia perplessi il fatto che non venga verificata neppure quando è possibile.

2.4. Un confronto possibile: il riciclaggio del vetro in Europa

La Germania Federale ha iniziato il riciclaggio del vetro nel 1974. Dieci anni più tardi, nel 1984, il totale raccolto ammontava a 884.000 tonnellate di vetro di cui 795.000 derivanti dalle bottiglie raccolte dai cittadini negli appositi contenitori. Tale quantità, che corrisponde al 31% del consumo nazionale, è tuttavia considerata insufficiente.

La Gran Bretagna ha lanciato nel 1977 la campagna "Bottle Banks" e nel 1984 era in grado di raccogliere 161.000 tonnellate di vetro con circa 2.000 contenitori di raccolta, una quantità considerata

piuttosto scarsa in rapporto sia al numero di abitanti che al consumo di vetro.

L'Austria opera nel riciclaggio del vetro dal 1975. Da allora al 1984 la percentuale di vetro riciclato sul totale dei consumi è passata dal 3 al 30. Questo risultato è considerato in Austria piuttosto soddisfacente.

La Francia ricicla il vetro dal 1974 ed è arrivata, nel 1984, ad un totale di 560.000 tonn., con oltre 20.000 contenitori di raccolta.

L'iniziativa è molto conosciuta in Francia, grazie sia alla diffusione dei contenitori che alle campagne promozionali (il 92% dei francesi è a conoscenza delle attività di riciclo, il 34% vi aderisce).

In Italia la raccolta è iniziata nel 1976 con alcuni casi-pilota e nel 1982 su vasta scala. La quantità raccolta nel 1984 era di 428.000 tonnellate pari al 24% del consumo, con 16.000 contenitori.

La Svizzera raccoglie il vetro dal 1973 e nel 1984 era arrivata ad una percentuale di riciclo del 45%. Dal 1976 il vetro viene riciclato con distinzione per colore.

Il Portogallo ha iniziato le prime prove di raccolta nel 1983 e riciclava nel 1984 appena il 10% del consumo.

L'Irlanda ha dato vita ad una iniziativa simile a quella inglese (Banca delle Bottiglie). La percentuale di raccolta è ancora molto bassa (7%).

La Spagna partecipa alla raccolta del vetro dal 1983. Nel 1984 la percentuale di riciclo era del 13%, con 1.400 contenitori, risultato considerato buono.

Nei Paesi Bassi il riciclaggio è iniziato negli anni '70. La percentuale di raccolta era nel 1984 del 53%, la più alta in Europa, con 7.000 contenitori (uno ogni 2.000 abitanti).

La raccolta di vetro è una iniziativa molto interessante perchè consente confronti altrimenti impossibili in altre campagne di educazione ambientale.

Uno dei dati più interessanti che emerge dalla disamina appena vista è che l'efficacia di queste campagne non dipende tanto da una ipotetica maggiore o minore coscienza ambientale dei cittadini, quanto dal tipo di organizzazione e di servizi che costituisce la base di simili iniziative.

Il numero di contenitori per abitante e l'anno di inizio della campagna costituiscono i fattori determinanti del successo o dell'insuccesso: il cittadino inglese che si trova di fronte (nel 1984) un contenitore per 26.000 abitanti si dimostra molto meno disposto al riciclaggio di un italiano (1 contenitore ogni 3.000 abitanti, 1 ogni 900 a Milano).

Ciò sottolinea la necessità di fornire alle campagne di educazione ambientale un adeguato supporto di servizi da parte dell'operatore pubblico, la cui inefficienza costituisce il più delle volte, più che non lo scarso senso civico dei cittadini, una delle principali cause del comportamento "anti-ambientale" di questi ultimi.

Tabella (macante)

Figura (mancante)

3. CONCLUSIONI

3.1. Orientamenti comuni nell'educazione ambientale

Benchè i casi esaminati siano fra loro molto eterogenei e raccolti, è il caso di ripeterlo, in modo nè casuale nè sistematico, è possibile rintracciare alcune tendenze comuni a tutta l'esperienza europea nel campo dell'educazione ambientale.

Gli studi di qualche anno addietro tendevano ad enfatizzare l'aspetto extra-urbano dell'ambiente o a basarsi in modo specifico su elementi quali storia, botanica, geografia, fisica dell'ambiente. L'equilibrio si è ora spostato a favore degli aspetti urbani. Allo stesso modo si nota un interesse crescente per le connessioni fra uso dell'ambiente e processi sociali ed economici. L'educazione ambientale si avvale ora di apporti che arrivano da soggetti quali economia, politica, architettura, scienze sociali.

Un altro aspetto del cambiamento avvenuto è riflesso nei processi tecnici adottati, non più limitati alla semplice fornitura di informazioni, ma tendenti ad attribuire maggiore importanza ai comportamenti pratici.

L'esperienza anglosassone distingue fra educazione nell'ambiente, sull'ambiente e per l'ambiente.

L'educazione "nell'ambiente" è quell'approccio che considera l'esperienza diretta a contatto con la natura come una parte integrante e fondamentale del processo educativo.

L'educazione "sull'ambiente" considera rilevante la conoscenza del funzionamento dei sistemi ambientali sia dal punto di vista ecologico (il meccanismo della "macchina ambiente") che dal punto di vista socio-economico (fattori che concorrono nel determinare l'uso dell'ambiente).

L'educazione "per l'ambiente" infine, tende a promuovere tutti quei comportamenti e quegli stili di vita che si ritengono più compatibili con un uso predeterminato dell'ambiente.

Ciò che si nota, sulla base di questa tipologia, è un progressivo spostamento di interesse da parte dell'educatore dai primi due approcci verso il terzo.

3.2. Tipologie di approcci educativi

Sulla base del materiale raccolto è possibile effettuare alcune sommarie individuazioni di tipologie principali:

- corsi di tipo tradizionale;
- corsi con attività varie;
- centri informativi;
- campagne promozionali sui servizi ambientali.

Rientrano nella prima tipologia tutti i corsi di tipo tradizionale, i seminari, i cicli di conferenze, indipendentemente dal contenuto che può essere innovativo o non.

Si tratta quasi sempre di iniziative che coinvolgono un pubblico ristretto e molto interessato ai problemi di cui si tratta.

Non esistono in pratica informazioni e i mezzi usati sono discorsi di esperti o insegnanti e pubblicistica distribuita ai partecipanti.

La seconda tipologia si differenzia soprattutto per il fatto che la fornitura di informazioni astratte non è il solo obbiettivo presente. Ad esso si aggiungono l'acquisizione di informazioni "dal" pubblico, il tentativo di stimolare determinati comportamenti, lo studio delle reazioni dei partecipanti, l'offerta di esperienze pratiche.

Di solito esistono incentivi alla partecipazione costituiti dalla possibilità di fornire contatti diretti con l'ambiente naturale (inteso qui come verde extra-urbano) e di partecipare a processi educazionali più stimolanti.

Questo può espandere numericamente la base dei partecipanti, ma raramente ne modifica la composizione qualitativa rispetto alle esperienze che rientrano nella prima tipologia.

Fra i metodi usati, oltre quelli tradizionali, si possono annoverare giochi di simulazione, escursioni e visite guidate.

I centri informativi sono tutte quelle strutture, dislocate in genere nel territorio urbano, caratterizzati da una facile accessibilità fisica (fronte strada o all'interno di edifici o servizi pubblici, quali metropolitane o scuole) dotati di mezzi atti a divulgare notizie o fornire consulenze su problemi ambientali, di solito molto specifici.

L'incentivo alla partecipazione può essere costituito dall'assenza di barriere alla fruizione, ma anche dall'utilità pratica che può derivarne per l'utente (si pensi al risparmio energetico nelle abitazioni o all'ottimizzazione del riscaldamento domestico).

Questo tipo di iniziative necessitano di forti campagne promozionali e sono in genere in grado di raccogliere un pubblico molto più eterogeneo rispetto alle prime due tipologie.

L'ultima tipologia non richiede strutture di educazione ambientale in senso stretto quanto piuttosto l'adeguamento dei servizi esistenti affinché possano svolgere un ruolo più attivo nella difesa ambientale. Si pensi in particolare alla raccolta differenziata dei rifiuti urbani, alla raccolta dei rifiuti industriali di piccole e piccolissime industrie, al controllo degli impianti di combustione. I metodi utilizzati sono quelli classici delle campagne promozionali e pubblicitarie ed esiste la possibilità di coinvolgere virtualmente qualsiasi tipo di pubblico, a seconda dell'impostazione della campagna.

3.3. Errori e carenze dell'esperienza recente: cosa non fare

L'accresciuto interesse per l'educazione ambientale ha portato anche a bilanci più ricchi, non sempre utilizzati con l'attenzione dovuta.

Gli errori più tipici si possono così sintetizzare:

- problemi affrontati troppo generici;
- target, in termini di utenza, troppo impreciso;
- personale impreparato;
- mezzi qualitativamente scadenti.

Riguardo al primo punto si è già detto che il cittadino sembra essere molto più interessato dall'impatto ambientale di una singola pila usata piuttosto che dall'inquinamento da mercurio del mare Mediterraneo, specie se gli si dà modo di smaltirla comodamente ed in modo efficace.

Affrontare un problema preciso, anche in termini geografici (non tutto il Paese, ma un'area limitata), tende a facilitare il coinvolgimento dei cittadini.

La definizione della audience alla quale ci si rivolge è un problema legato al precedente. Ogni sottogruppo di cittadini è sensibile, a seconda delle proprie caratteristiche socio-anagrafiche, di istruzione, di professione e di reddito, a campagne e a stimoli informativi differenti: una grande campagna generica è molto meno efficace di tante piccole campagne ben mirate.

Anche la buona preparazione del personale è un elemento decisivo del successo di una iniziativa di educazione ambientale.

La formazione degli educatori ambientali richiede conoscenze specifiche e va dunque curata esattamente come quella di qualsiasi altro educatore: affidarla a personale impreparato o non sufficientemente attrezzato significa sottovalutare il problema; aumentare gli stanziamenti o il personale senza migliorare le capacità di questo non garantisce affatto un incremento proporzionale dei risultati.

Anche il quarto punto è legato al terzo: ogni iniziativa informativa, sia essa condotta tramite un corso o una campagna promozionale, richiede personale preparato e uso delle tecniche adatte.

Si nota come spesso i mezzi pubblicitari usati dal settore pubblico, specie da piccoli Comuni o piccoli gruppi privati finanziati con denaro pubblico, siano inadeguati rispetto a quelli impiegati sul mercato: un manifesto mal fatto annega nel mare della pubblicità ed ha un impatto del tutto trascurabile.

In conclusione una iniziativa di un certo peso (finanziario, in termini di impatto sull'opinione pubblica, di efficacia) nel campo dell'educazione ambientale deve tenere presenti tre punti.

- 1) Occorre definire obiettivi di politica ambientale e sulla base di questi definire gli obiettivi dell'educazione ambientale.
- 2) Definire gli obiettivi di educazione ambientale in modo preciso ed individuare un pubblico di riferimento ben selezionato.
- 3) Attrezzarsi in termini, più qualitativi che quantitativi, di risorse umane e materiali.

Se gli obiettivi sono di coprire il territorio con una varietà di vincoli ambientali (incentivi e disincentivi) che regolino lo svolgersi delle attività economiche nel rispetto di standard

ambientali prefissati, è presumibile che si origini un conflitto fra le prime e i difensori di questi ultimi.

Ad esempio una zona potrebbe essere dichiarata "a rischio" a causa dell'elevato utilizzo di fitofarmaci e della vulnerabilità delle sue falde: in quella zona, o in tutte quelle che hanno caratteristiche analoghe, potrebbe essere opportuna una campagna rivolta agli agricoltori per una limitazione di alcune precise sostanze in precisi tipi di coltivazione, il tutto supportato da un servizio pubblico (consulenza agronomica ma anche controllo) che consenta a chi viene coinvolto dalla campagna di educazione di aderire con facilità.

La campagna di educazione avrebbe in questo caso il duplice obiettivo di diminuire l'eventuale opposizione a misure di controllo o di limitazione delle attività agricole, di incentivare l'adesione alle iniziative di consulenza e, diminuendo le barriere fra coltivatori e personale consulente, favorire la collaborazione.

Infine, ma non è un particolare irrilevante, ogni iniziativa di questo genere dovrebbe essere valutata anche dal punto di vista dell'efficacia nell'ottenere il risultato prefissato, cosa questa che, almeno negli esempi trattati, sembra essere stata scarsamente considerata.

Ciò è particolarmente grave non solo perchè una sistematica rinuncia alla verifica dell'efficacia condurrà nel lungo periodo ad usare in modo inefficiente le risorse disponibili, ma anche in quanto l'informazione sugli esiti di una campagna educativa deve costituire parte integrante della campagna stessa.

In assenza di questo tipo di informazione, eventualmente non limitata ai soli risultati positivi, gli appelli ad attuare certi tipi di comportamento rischiano di essere recepiti come stucchevoli e fastidiose censure, fatalmente destinate a cadere nel vuoto.

4. ALLEGATI

4.1. I supporti informativi ricevuti

Qui di seguito sono riprodotti i frontespizi dei dossier che raccolgono il materiale informativo ricevuto. Una parte cospicua non è stata pubblicata, per difficoltà di duplicazione ma anche per rendere più agevole la lettura dell'intero documento.

Ciò che non è stato pubblicato è comunque disponibile per lettura presso la biblioteca dell'IRES, mentre ulteriore documentazione su singoli casi può essere richiesta tramite l'IRES stesso.

4.2. Elenco degli enti contattati

1. Umwelt-Laden, Monaco, tel. 2336666 (R.F.T.)
2. Munchner Volkshochschule, Monaco (R.F.T.)
3. Internationales Haus Sonnenberg, Postpach 2940
Baukplatz 8
D-3300 Brannschweig (R.F.T.)
4. Program on Negotiation, Harward Law School
Pound Hall 513
Cambridge, HA 02138 (USA)
5. Environmental Action Coalition, 625 Broadway
Newyork, NY 10012 (USA)
6. Community Environmental Council, 930 Miramonte Dr.
Santa Barbara, CA 93109 (USA)
7. Comune di Varese, ufficio ecologia, Varese (ITA)
8. Prov. di Mantova, coord. servizio guardie ecologiche, Mantova
(ITA)
9. Forestry Commission, 231 Corstorphine Rd,
Edinburgh EM12 7AT, (G.B.)
10. The National Trust, 36 Queen Anne's Gate
London SW1N 9AS (G.B.)
Common Ground, 45 Shelton Street,

- London WC2 9HJ (G.B.)
11. London Barough of Camden,
London (G.B.)
12. London Wildlife Trust, 80 York Way
London N19AG (G.B.)
13. London Wildlife Trust, 80 York Way
London N19AG (G.B.)
14. Islington Adult Education Institute
Nantem School Branch,
Hornsey Road
London N77QT (G.B.)
15. The Woodland Trust, Autumn Park,
Grantham Lincs.,
NG31 6LL (G.B.)
16. British Trust for Conservation Yolunteers,
The London Ecology Centrem
80 York Way,
London N19AG (G.B.)
17. E.Y.E. (U.K.), 20 Albert Embankment,
London SE17TJ (G.B.)
18. G.L.C. Hampstead Conservation,
Kenwod Staff yard,
Hampstead Lane,
London, N6 (G.B.)
19. Council for Environmental Education,
University of Reading
London Rd,
Reading RG1 5AQ (G.B.)
20. Mlady Svet, Postovni prihradka 746,
Pauska 8
112.22 Praha (CSSR)

(Figure mancanti)