

Le piattaforme *streaming* come ambienti mediali di sensibilizzazione al cambiamento climatico.

Due narrazioni visuali a confronto

All'interno dell'attuale contesto globale, il cambiamento climatico si configura sicuramente come una delle sfide più significative e complesse che il gruppo umano sta tentando di fronteggiare, richiedendo azioni transcalari riparative, previsionali e applicative tanto a livello ecologico, quanto politico e sociale. I media, in particolare i prodotti audiovisivi, grazie anche alla diffusione tramite piattaforme digitali di streaming, giocano un ruolo cruciale nei processi di sensibilizzazione e comunicazione. Questi strumenti, precedentemente accessibili solo in contesti specifici, svolgono oggi una funzione fondamentale nella traduzione culturale della complessità scientifica: attraverso l'uso dell'immagine, della testimonianza e delle emozioni, essi rendono tangibili fenomeni che spesso restano astratti o lontani dall'esperienza quotidiana. La presente ricerca esplora, dunque, il ruolo dei documentari sul cambiamento climatico come strumenti educativi e di mobilitazione sociale, concentrandosi su due casi studio emblematici: *Before the Flood* - Punto di non ritorno (2016) e *2040 - Salviamo il pianeta!* (2019). Tali documentari si muovono lungo due principali traiettorie contemporanee delle eco-narratives: quella catastrofica, che enfatizza la dimensione di crisi e di urgenza, e quella propositiva, che privilegia le soluzioni, l'adattamento e la speranza. Pur avendo approcci differenti offrono spunti di riflessione sulle sfide globali e locali, stimolando azioni politiche e individuali per contrastare la crisi climatica.

Streaming Platforms as Media Outlets for Raising Awareness of Climate Change. A Comparison of two Visual Narratives

In the current global context, climate change undoubtedly stands as one of the most significant and complex challenges humanity is attempting to address, requiring transcalar reparative, predictive, and applied actions at ecological, political, and social levels. Media, particularly audiovisual products, play a crucial role in awareness-raising and communication processes, especially with the widespread use of streaming digital platforms. These tools, previously accessible only in specific contexts, now perform an essential function in the cultural translation of scientific complexity: through the use of images, testimonies, and emotions, they make tangible phenomena that are often abstract or distant from everyday experience. This research thus explores the role of climate change documentaries as educational and social mobilization tools, focusing on two emblematic case studies: *Before the Flood* (2016) and *2040* (2019). These documentaries follow two major contemporary trajectories of eco-narratives: the catastrophic, which emphasizes crisis and urgency, and the solution-oriented, which privileges adaptation, feasible responses, and hope. Despite their differing approaches, both offer valuable insights into global and local challenges, fostering political and individual action aimed at addressing the climate crisis.

Parole chiave: cambiamento climatico, documentari, piattaforme streaming, narrazioni, relazioni locale-globale

Keywords: climate change, documentaries, streaming platforms, storytelling, local-global relationships

Sara Nocco, Università Telematica Pegaso, Dipartimento di Studi Letterari, Linguistici e Filosofici –sara.nocco@unipegaso.it

Gustavo D'Aversa, Università del Salento, Dipartimento di Scienze Umane e Sociali – gustavo.daversa@unisalento.it

Nota: i paragrafi 1, 2 e il sottoparagrafo 3.3 vanno attribuiti a Sara Nocco; i sottoparagrafi paragrafi 3.1, 3.2 e il paragrafo 4 a Gustavo D'Aversa.

1. Introduzione

Il cambiamento climatico si è affermato come una delle sfide più complesse e pervasive del XXI secolo, capace di ridefinire le relazioni tra società,

ambiente e territorio. L'intensificarsi di eventi meteorologici estremi, la perdita di biodiversità, la perturbazione degli ecosistemi e l'alterazione dei cicli biogeochimici non rappresentano soltanto questioni ambientali, ma sono fenomeni che hanno ri-

cadute anche dal punto di vista sociale, politico e culturale, in grado di incidere sulle geografie materiali e simboliche del pianeta¹. In tale contesto, la comprensione pubblica della crisi climatica non può prescindere dal ruolo dei media, che si pongono attualmente come spazi fondamentali di costruzione dell'immaginario e della consapevolezza ambientale (Hansen, 2009; Schäfer, 2015). Da questo punto di vista, il cambiamento climatico appare, dunque, anche come il prodotto delle narrazioni attraverso cui viene interpretato: le «geo-storie» dell'Antropocene attribuiscono significati, individuano cause e orientano soluzioni, configurandosi come dispositivi performativi che influenzano il modo in cui società e istituzioni agiscono nei confronti della crisi ambientale (Bonneuil, 2015).

Le piattaforme digitali di *streaming* – come Netflix, Disney+, Prime Video o altre realtà *on demand* – rappresentano spazi mediali all'interno dei quali, attraverso differenti forme di produzioni audiovisive (film, documentari etc.), le narrazioni sul cambiamento climatico vengono diffuse ed esperite. Questi *cyberspazi*, apparentemente smaterializzati², possiedono una forte dimensione geografica: attraverso la circolazione globale di immagini e storie, contribuiscono a creare connessioni transcolari tra i territori e, in potenza, possono contribuire a ingenerare un senso di partecipazione planetaria. La mediatizzazione della crisi climatica, infatti, non agisce soltanto come strumento informativo, ma come dispositivo culturale capace di orientare comportamenti e percezioni dello spazio. Come sottolinea Tagliapietra, infatti, l'evento mediatizzato spinge chi guarda (che congiuntamente è anche interprete di ciò che sta guardando) a focalizzarsi, più che sulla concettualizzazione del fenomeno, su quello che sta accadendo; dal momento che «non può più conservare il vantaggio di posizione del suo distacco teoretico [...] viene letteralmente gettato al centro dell'evento, viene coinvolto nella tensione delle forze che istituiscono e dominano la realtà in questione che, tuttavia, ormai non sono più in grado, da sole, di giustificarla» (Tagliapietra, 2005, p. 8).

In questo quadro, il documentario ambientale assume un valore strategico. La sua natura ibrida, a metà tra resoconto giornalistico, testimonianza viva e narrazione estetica, lo rende un mezzo privilegiato di educazione ecologica e di spinta alla mobilitazione sociale (Marcus, 2016; Bieniek-Tobasco e altri, 2019; Rosyidin, Ayu e Kusumawardhana, 2022). Attraverso l'intreccio di linguaggi audiovisivi e scientifici, i documentari sul cambiamento climatico costruiscono mappe simboliche del rischio, dell'urgenza e della possibilità, traducendo

fenomeni complessi in «esperienze» accessibili al pubblico generalista. Quando diffusi tramite piattaforme di *streaming*, tali prodotti si collocano in un ecosistema comunicativo globale, dove la ricezione individuale si intreccia con processi collettivi di apprendimento e azione.

In tale contesto, dunque, la presente ricerca analizza il ruolo delle piattaforme di *streaming* come luoghi mediali di sensibilizzazione al cambiamento climatico, attraverso un confronto tra due documentari emblematici: *Before the Flood – Punto di non ritorno* (2016), diretto dal regista Fisher Stevens, prodotto e interpretato da Leonardo DiCaprio, distribuito da National Geographic e presente, al momento della scrittura dell'articolo, per la visualizzazione in *streaming* su cinque diverse piattaforme – incluso tra i contenuti in abbonamento su Disney+ e caricato da diversi utenti su YouTube (tanto nella versione integrale in lingua inglese, quanto in quella in italiano), è anche disponibile per l'acquisto o il noleggio su Prime Video, Apple TV e Rakuten TV (fino al 2020 è stato presente anche tra i contenuti di Netflix) – e *2040 – Salviamo il pianeta!* (2019), del regista e interprete Damon Gameau, presente tra i contenuti in abbonamento su Prime Video e disponibile per l'acquisto o il noleggio su Apple TV e Rakuten TV. Entrambi affrontano la questione climatica, ma da prospettive differenti: il primo adotta un approccio investigativo e si rivolge agli spettatori attraverso i toni dell'urgenza, evidenziando l'esigenza di rapide azioni a scala globale; al contrario, il secondo propone una visione propositiva e orientata al futuro, mettendo al centro il tema del contesto in cui vivono e vivranno le nuove generazioni, combinando testimonianze reali e possibili scenari futuri e ponendo l'accento sulle soluzioni locali e sulle buone pratiche già ad oggi esistenti.

Tali documentari, pertanto, sono stati presi in considerazione sulla base dei diversi elementi che li rappresentano: rilievo e caratteristiche dei personaggi; disponibilità su piattaforme di *streaming* internazionali che assicurano un'ampia diffusione agli stessi³; rilevanza tematica e contrasto narrativo. Entrambi, infatti, rappresentano tipologie distinte di *eco-documentary* e, grazie alla diffusione *online*, permettono di riflettere su alcune delle forme contemporanee di comunicazione ambientale.

L'obiettivo di questo lavoro di ricerca è, dunque, duplice: da un lato, esplorare le modalità con cui questi documentari rappresentano le geografie del cambiamento climatico e costruiscono narrazioni visuali di responsabilità ambientale; dall'altro, riflettere su come la loro diffusione digitale con-



tribuisca alla configurazione di uno spazio aperto di discussione globale, legato ai temi della salvaguardia ambientale, all'interno del quale le distanze geografiche si riducono e il coinvolgimento emotivo e cognitivo si amplifica. Attraverso un approccio qualitativo e comparativo⁴, la ricerca intende quindi indagare, da un lato, il potenziale dei prodotti audiovisivi in *streaming* come strumenti di *geographical awareness*, capaci di tradurre la crisi climatica in esperienza condivisa, promuovendo nuovi immaginari territoriali di sostenibilità e cooperazione, e al tempo stesso costruendo narrazioni geografiche sul cambiamento climatico; dall'altro, il ruolo delle piattaforme di *streaming* come mezzi di veicolazione di specifiche narrazioni sul cambiamento climatico. L'analisi è stata condotta attraverso una triangolazione di fonti (visione diretta dei docu-film, revisione della letteratura scientifica e raccolta di materiali complementari già esistenti – interviste ai registi, recensioni, siti web ufficiali, campagne di sensibilizzazione correlate ai documentari, etc.) ed è stata articolata su tre livelli principali:

a) analisi semiotico-discorsiva, che a sua volta ha previsto l'identificazione dei temi dominanti (crisi, responsabilità, emozioni prevalenti, chiamata all'azione); l'analisi dei codici visivi e verbali (colori, simboli, tono, retoriche narrative) e lo studio delle strategie comunicative (uso della voce narrante, testimoni, interviste, luoghi);

b) analisi spaziale e geografica, articolata attraverso la rilettura dei luoghi rappresentati (aree di crisi, soluzioni locali, connessioni transcolari), l'esame della costruzione visiva delle «geografie climatiche» (mappature, spostamenti, contrasti Nord/Sud presentati all'interno della narrazione dei due documentari); la valutazione del rapporto tra globale e locale come asse narrativo e politico;

c) analisi contestuale e mediale, realizzata attraverso lo studio della piattaforma di distribuzione (modalità di accesso, target, linguaggi promozionali); l'attenzione nei confronti delle dinamiche di fruizione (dal consumo individuale alla discussione collettiva *online*) e la lettura della funzione educativa e mobilitante dei documentari come strumenti di *public engagement*.

L'indagine si colloca nell'alveo tanto della geografia culturale dei media, quanto in quello della geopolitica critica, integrando prospettive di analisi semiotica, discorsiva, ecocritica e visuale. L'obiettivo, pertanto, non è verificare un'ipotesi causale, ma comprendere le modalità con cui le immagini, le parole e i dispositivi narrativi producono significati geografici e valori ecologici.

2. Geografia dei media e *cyberspace*: narrazioni ambientali e sensibilizzazione ecologica

Negli ultimi decenni, la riflessione geografica ha progressivamente esteso il proprio campo d'indagine alla dimensione mediale, riconoscendo nei media non solo strumenti di comunicazione, ma veri e propri agenti spaziali. La cosiddetta *media geography* (Falkheimer e Jansson, 2006; Adams, 2009) analizza come le pratiche di produzione, distribuzione e fruizione dei contenuti audiovisivi contribuiscano a modellare la percezione e la rappresentazione dello spazio. In questa prospettiva, i media non sono entità astratte o immateriali, ma influenzano i processi di territorializzazione: essi creano luoghi o li trasformano – non solo dal punto di vista pratico, ma anche percettivo –, strutturano relazioni e ingenerano mobilità.

In tale contesto, le piattaforme di *streaming* rappresentano una forma di spazialità mediale, definita da Couldry e McCarthy (2004) come *media space*: un ambito in cui le tecnologie digitali organizzano esperienze collettive e individuali di appartenenza e partecipazione. Lo spazio digitale, infatti, non elimina la dimensione geografica, ma la trasforma, producendo connessioni globali (Robertson, 1995; Walmsley, 2000) e nuove territorialità simboliche. In particolare, la circolazione globale di contenuti audiovisivi ambientali contribuisce alla costruzione di un immaginario climatico condiviso, dove luoghi più o meno lontani dai potenziali spettatori – ghiacciai, foreste, città costiere etc. – diventano parte di una narrazione comune, all'interno di un'interconnessione che non è più esclusivamente ecologica.

In tal senso, le piattaforme di *streaming* possono essere interpretate come spazi mediali, ovvero spazi relazionali in cui, pur mancando l'interazione diretta *online* tra gli utenti, è possibile l'incontro tra differenti scale geografiche e culturali. Questi spazi digitali favoriscono una fruizione transnazionale, ma anche esperienze localizzate di visione e riflessione, grazie alla possibilità di personalizzare tempi, lingue e contesti di consumo. Da un punto di vista geografico, la loro rilevanza risiede nella capacità di mediatizzare la crisi climatica in forme sensibili, rendendola visibile e comprensibile al di là dei confini fisici.

Entrando nel merito della rappresentazione del cambiamento climatico nei media, essa è da tempo oggetto di analisi interdisciplinare, in particolare nell'ambito della *climate communication* e delle *environmental humanities* (Schäfer e Schlichting, 2014; Hansen, 2011, 2015). Più nello specifico, i prodotti audiovisivi, con particolare riferimento ai docu-

mentari, svolgono una funzione cruciale nella traduzione culturale della complessità scientifica: attraverso l'uso dell'immagine, della testimonianza e delle emozioni, essi rendono tangibili fenomeni che spesso restano astratti o lontani dall'esperienza quotidiana.

Le *eco-narratives* contemporanee si muovono lungo due principali traiettorie: quella catastrofica, che enfatizza la dimensione di crisi e di urgenza, e quella propositiva, che privilegia le soluzioni, l'adattamento e la speranza (Nisbet, 2009; O'Neill e Nicholson-Cole, 2009). Entrambe le forme agiscono come dispositivi di sensibilizzazione, ma producono effetti emotivi e cognitivi differenti. La prima tende a mobilitare l'attenzione attraverso l'allarme e la denuncia; la seconda attraverso la partecipazione e la costruzione di immaginari positivi. Nel contesto della geografia culturale dei media, tali narrazioni assumono un valore territoriale: i luoghi rappresentati nei documentari non sono meri sfondi, ma spazi discorsivi in cui si articolano relazioni di potere, responsabilità e appartenenza.

La geografia del cambiamento climatico, dunque, non si esaurisce esclusivamente all'interno di analisi legate a dati climatici di tipo quantitativo e georeferenziati, ma include parimenti l'analisi qualitativa (che può riguardare, altresì, aspetti semiologici come simboli, significati ed emozioni, veicolate e/o implementate dai media e non solo) connessa a fattori sociali, economici e politici spazialmente definiti. Come sottolinea Schäfer (2015), la dimensione mediale del discorso climatico influenza la percezione dello spazio globale e le forme di *agency* che ne derivano.

Il ruolo delle piattaforme digitali, inoltre, rafforza la componente partecipativa delle narrazioni ambientali. L'accesso immediato e personalizzato ai contenuti permette una democratizzazione della consapevolezza ecologica, facilitando la formazione di comunità virtuali e la circolazione di discorsi climatici oltre i confini di queste piattaforme e, parimenti, di quelli tradizionali della comunicazione scientifica. In questa prospettiva, dunque, le piattaforme di *streaming* si configurano come veri e propri ecosistemi comunicativi, dove le immagini del cambiamento climatico diventano strumenti di educazione, riflessione e mobilitazione politica. In questo senso, esse rappresentano nuove forme di spazio pubblico digitale, dove la visione individuale si intreccia con pratiche collettive di riflessione, discussione e apprendimento. Queste piattaforme agiscono come spazi globali: globali nella distribuzione e nel linguaggio, locali nella ricezione e nell'interpretazione. Lo stesso contenuto può generare letture differenti a seconda dei contesti geogra-

fici, socioculturali e linguistici di fruizione, ma resta un punto di contatto simbolico che unisce comunità distanti attraverso un discorso ambientale condiviso (Robertson, 1995; Jansson, 2013). In tal modo, il luogo della visione diventa parte integrante del messaggio: la casa, la scuola, la *community* diventano *micro-arene* della cittadinanza ecologica, dove l'incontro con le immagini del pianeta produce consapevolezza, discussione e, in alcuni casi, azione. La piattaforma non è dunque un semplice supporto tecnologico, ma un ambiente esperienziale che media la percezione dello spazio e dell'alterità ambientale.

Del resto, il rapporto tra media, ambiente e cittadinanza ha portato a un ripensamento del concetto di spazio pubblico. In un'epoca segnata dalla crisi climatica e dalla crescente interconnessione digitale, l'informazione ambientale non circola più soltanto nei luoghi tradizionali del dibattito politico o scientifico, ma anche nei nuovi spazi e luoghi mediali partecipativi (Couldry, 2012). Questi ambienti digitali – piattaforme *social*, siti/app di *streaming*, forum, circuiti educativi *online*, – generano uno «spazio pubblico ambientale» (Hansen, 2011, 2015; Pezzullo e Cox, 2025), dove cittadini, esperti e istituzioni negoziano significati, responsabilità e possibili soluzioni.

All'interno di questo spazio ibrido, le narrazioni audiovisive svolgono un ruolo decisivo nel trasformare la conoscenza scientifica in esperienza sensibile e condivisa. I documentari ambientali si configurano, in questa prospettiva, come strumenti di mediazione cognitiva e affettiva: attraverso il linguaggio visivo, rendono tangibili processi climatici globali, stimolando empatia e coinvolgimento (Ivakhiv, 2013). In altre parole, puntano sulle cosiddette reazioni «vicarie» (Léger-Goodes e altri 2022; Nocco e Rinella, 2025), trovano ossia un aggancio in quelle che Albrecht (2011) ha definito «emozioni psicoterratiche» – forme di risposta emotiva alla percezione del cambiamento climatico e ai modi in cui esso viene narrato – connettendo in tal modo la sfera psicologica individuale e il potenziale di azione alla sostenibilità ecologica. Essi non si limitano a rappresentare la crisi, ma invitano alla riflessione e all'azione, costruendo forme di partecipazione ecologica che si radicano nelle emozioni e nella responsabilità collettiva.

In tale dimensione, richiamare il concetto di *narrative transportation* (Merry e Payne, 2025) risulta particolarmente utile, in quanto consente di comprendere in modo più preciso i meccanismi attraverso cui i prodotti audiovisivi incidono sugli atteggiamenti del pubblico: l'immersione narrativa non si limita a generare coinvolgimento emotivo, ma ri-



duce la contro-argomentazione e favorisce l'identificazione con il racconto, aumentando così la probabilità che il messaggio venga interiorizzato e tradotto in orientamenti ambientalmente sostenibili.

Dal punto di vista educativo, inoltre, il documentario in *streaming*, rappresenta un dispositivo formativo diffuso (Rosyidin, Ayu e Kusumawardhana, 2022; Bendl, 2023). La sua accessibilità transnazionale, unita alla possibilità di visione individuale e condivisa, consente di raggiungere pubblici eterogenei, favorendo un apprendimento non formale e situato. Questo tipo di fruizione promuove la *eco-literacy*, ovvero la capacità di comprendere le relazioni ecologiche e le conseguenze spaziali delle proprie azioni (Clavin, 2023).

Nel caso specifico, prodotti come *Before the Flood* e *2040* operano come attori culturali nella costruzione di una cittadinanza climatica: il primo attraverso la denuncia e la visibilità delle disuguaglianze ambientali globali; il secondo proponendo una visione trasformativa e pedagogica basata su «pratiche di speranza». Entrambi, distribuiti su piattaforme di *streaming*, partecipano alla formazione di un immaginario planetario condiviso, in cui lo spettatore è al tempo stesso destinatario e agente del cambiamento.

3. Analisi dei casi di studio

3.1. *Before the Flood* – Punto di non ritorno (2016)

Diretto da Fisher Stevens, *Before the Flood* (96 min.), che annovera tra i propri produttori l'*eco-celebrità* Leonardo DiCaprio e tra i produttori esecutivi il regista Martin Scorsese, rappresenta una delle narrazioni più emblematiche della comunicazione climatica di stampo catastrofico e globale. Il film segue il noto attore DiCaprio in un viaggio attraverso diversi luoghi del pianeta – dalla Groenlandia all'Indonesia, dall'India agli Stati Uniti – in un percorso di scoperta e testimonianza che combina scienza, politica e attivismo. Il documentario si apre (e si chiude) con il celebre trittico di Hieronymus Bosch, *Il giardino delle delizie*, un'opera legata ai ricordi di infanzia del protagonista, il cui significato all'interno della narrazione filmica viene esteso all'impatto delle pratiche antropiche sull'ambiente. A queste prime immagini ne seguono altre legate strettamente all'immaginario sul cambiamento climatico (camini industriali, ghiacciai che si sciogliono etc.), il cui impatto viene accentuato attraverso le voci fuoricampo di diversi cronisti, le quali descrivono dati e fenomeni legati al riscaldamento globale. Le scene della catastrofe vengono interrotte

dal primo incontro di DiCaprio, quello con l'allora Segretario generale delle Nazioni Unite Ban Ki-Moon, che sancisce di fatto l'apertura del cerchio narrativo che si chiuderà nello stesso luogo alla fine del documentario. Nel 2014, nella sala dell'assemblea generale dell'ONU (New York), infatti, l'attore viene insignito della nomina a «messaggero di pace» delle Nazioni Unite contro i cambiamenti climatici e, in quella stessa sala, nel 2016, in occasione dell'apertura alla firma dell'Accordo di Parigi, terrà il discorso con il quale si chiude il docu-film. Questi due momenti, assieme alla tappa legata alla COP21 – tenutasi a Parigi nel 2015 –, ad alcune delle interviste condotte dall'attore nel corso del documentario (Barack Obama, Papa Francesco etc.) e a specifiche scene legate a personaggi politici statunitensi, mettono in luce un elemento interessante: la volontà di attenzionare non solo i dati, i fenomeni e le ricadute della crisi climatica, ma anche il panorama politico legato a questo tema.

Dal punto di vista geografico, tale documentario costruisce una sorta di cartografia visuale della crisi climatica, in cui il viaggio funge da dispositivo narrativo per connettere luoghi distanti in un'unica trama di interdipendenze. Le immagini satellitari, i panorami devastati dalla deforestazione o dallo scioglimento dei ghiacci e i volti delle popolazioni colpite, delineano una geografia del rischio che travalica i confini nazionali. La dimensione spaziale, così come rappresentata, si carica di un significato morale: ogni luogo diventa prova tangibile dell'impatto umano sull'ambiente.

Sul piano comunicativo, *Before the Flood* adotta una retorica della testimonianza e dell'urgenza all'interno della quale il ruolo di DiCaprio è centrale: in quanto figura pubblica riconosciuta, egli funge da intermediario tra il sapere scientifico e il grande pubblico, conferendo al discorso ambientale una forte visibilità mediatica. Questa scelta rientra nella logica del *celebrity activism* (Boykoff e Goodman, 2009; Doyle, Farrell e Goodman, 2017), che utilizza la notorietà come leva per amplificare il messaggio.

L'estetica del documentario si fonda su un linguaggio visivo, realistico e immersivo: la colonna sonora e la fotografia ad alto contrasto contribuiscono a creare un'atmosfera di urgenza e inquietudine. Tale impostazione, tuttavia, non è puramente allarmistica: il film si conclude con un appello alla responsabilità politica e individuale, proponendo un modello di cittadinanza ecologica globale.

Un contesto narrativo, dunque, che consente a *Before the Flood* di attivare le emozioni *psicoterratiche* legate alla percezione della perdita ambientale e della vulnerabilità planetaria: chi guarda sperimenta

ta sentimenti di solastalgia, inquietudine e senso di impotenza, che in assenza del messaggio finale, inhibirebbero l'azione, mentre in tal modo costituiscono la premessa per un potenziale risveglio della coscienza ecologica; al tempo stesso, esso si inserisce in quel quadro di narrazioni della catastrofe che, secondo Bulfin (2017), rendono culturalmente percepibile la crisi climatica, traducendola in una condizione umana immediata, emotivamente intensa e storicamente condivisa. La rappresentazione della distruzione e del rischio agisce, così, come dispositivo di «shock emotivo», mentre il messaggio finale apre un ventaglio di possibilità attraverso cui ogni individuo può agire singolarmente e collettivamente. Elemento quest'ultimo non necessariamente scontato, in quanto, come sottolineato da Sakkellari (2014), il ricorso a rappresentazioni catastrofiche e al *fear framing*, ampiamente utilizzato nella comunicazione climatica, produce effetti ambivalenti: se da un lato, aumenta la percezione del rischio; dall'altro, difficilmente genera un coinvolgimento duraturo e può favorire disimpegno o resistenza. Si tratta di un fenomeno che segnala come la dimensione affettiva sia centrale, ma non automaticamente trasformativa.

In definitiva, *Before the Flood* si configura come una narrazione indubbiamente *top-down* della crisi climatica: il discorso parte dall'alto (scienziati, esperti, figure istituzionali) e si rivolge a un pubblico internazionale attraverso una prospettiva universalizzante. La sua forza risiede nella capacità di rendere visibile la scala planetaria del problema; il suo limite, nella difficoltà di rappresentare le specificità locali e le esperienze quotidiane del cambiamento climatico, nonché nell'assenza di problematizzazione della struttura economica che ha prodotto la crisi. Il capitalismo, infatti, compare solo in forma indiretta o attenuata, attraverso riferimenti alle industrie fossili, agli interessi economici o ai consumi occidentali, ma non viene tematizzato come sistema. Ne deriva una discontinuità tra la scala sistemica del problema e la scala limitata delle soluzioni proposte: una tensione che rischia di tradursi in una forma di *eco-opportunismo* moderato, in cui la gravità della crisi è riconosciuta, ma neutralizzata da una risposta blandamente riformista e individualizzata che ne limita la portata trasformativa (Truscillo, 2018).

3.2. 2040 - Salviamo il pianeta! (2019)

Diretto e interpretato da Damon Gameau, *2040* (92 min.) propone un approccio radicalmente diverso rispetto a *Before the Flood*, orientato verso la speranza e la trasformazione positiva. Il film nasce

come una lettera del regista (che è anche l'interprete principale del docu-film) indirizzata alla figlia, immaginando il mondo che potrebbe esistere nel 2040 se venissero applicate immediatamente le soluzioni già disponibili per contrastare la crisi climatica (energie rinnovabili, istruzione femminile, permacultura marina, agricoltura rigenerativa, elettrificazione dei trasporti con particolare attenzione al trasporto pubblico e ai veicoli a guida autonoma, economia circolare).

Da un punto di vista narrativo, il documentario adotta una struttura pedagogica e propositiva, che intreccia testimonianze, animazioni, interviste⁴ e ricostruzioni futuristiche. L'estetica luminosa, la grafica colorata e l'uso di un linguaggio accessibile mirano a trasmettere un messaggio di fiducia e possibilità, contrapponendosi alle retoriche della catastrofe tipiche dei documentari tradizionali.

Sul piano geografico, il film mette in luce la dimensione globale delle soluzioni climatiche. Le esperienze virtuose raccontate provengono da contesti differenti – Bangladesh, Svezia, Australia, Stati Uniti, Africa Orientale –, ma vengono presentate come tasselli di un mosaico comune. L'obiettivo non è mostrare la scala della crisi, bensì la pluralità dei luoghi del cambiamento, sottolineando che l'azione locale può generare impatti globali.

In termini comunicativi, *2040* costruisce un immaginario partecipativo e inclusivo. La narrazione diretta del regista, che si rivolge costantemente al pubblico e alla figlia, crea una relazione empatica e intima, stimolando l'identificazione. Il documentario, inoltre, a cui è seguita anche la pubblicazione di un *e-book* dal titolo *2040: A Handbook for the Regeneration* (Gameau, 2019)⁵, è parte del progetto *The Regenerators*, una piattaforma interattiva creata da Regen Studios, «una società di produzione cinematografica e d'impatto con sede in Australia, dedicata alla produzione e all'amplificazione di contenuti per lo schermo che informano, ispirano e attivano il pubblico», che offre materiali educativi e opportunità di attivismo: un esempio di estensione transmediale del messaggio ecologico⁶.

L'estetica della speranza, centrale nel film, contribuisce a ridefinire la percezione dello spazio ambientale come campo di possibilità, non solo di minaccia; il sentimento dominante non è la *solastalgia* o una delle altre *emozioni psicoterratiche* negative (Albrecht, 2011; Innocenti, 2022), bensì una forma di desiderio di rigenerazione, che traduce l'angoscia per la crisi in una sorta di immaginazione progettuale verso nuovi e più sostenibili scenari. In questo caso, il coinvolgimento narrativo si attiva attraverso l'identificazione empatica e la proiezione in futuri desiderabili, facilitando – in termini di *narrati-*



ve transportation – l'adesione a visioni maggiormente sostenibili in termini ambientali (Merry e Payne, 2025). *2040* stimola, quindi, una risposta emotiva orientata alla speranza e alla possibilità, trasformando l'ansia ecologica in energia propositiva e senso di appartenenza planetaria. In questo senso, il documentario propone una visione *geo-pedagogica* del cambiamento climatico: lo spettatore è invitato a riconoscersi come attore di un futuro collettivo e sostenibile. Ulteriore elemento di rimarco, che distanzia tale documentario da altre narrazioni eco-opportunistiche e anti-catastrofiste (Truscello, 2018), riguarda l'introduzione di elementi di critica al paradigma economico dominante, in particolare attraverso il riferimento esplicito alla teoria della *doughnut economics* sviluppata da Kate Raworth (2012, 2017; cfr. nota 1). Elemento che mette in luce, almeno parzialmente, il carattere sistemico della crisi ecologica e della necessità di ripensare i modelli economici oltre la logica della crescita illimitata. Tuttavia, tale apertura non viene sviluppata fino a una piena problematizzazione delle strutture di potere e delle dinamiche del capitalismo globale. Il riferimento alla *doughnut economics* resta, infatti, integrato in una narrazione complessivamente orientata all'ottimismo, alla praticabilità e alla compatibilità con assetti esistenti, senza assumere una valenza esplicitamente conflittuale o trasformativa.

Il documentario privilegia un repertorio di soluzioni basato su innovazione tecnologica, iniziativa locale e cambiamenti comportamentali, mantenendo una forte enfasi sull'azione individuale e sulla possibilità di un cambiamento graduale. Da questo punto di vista, *2040* rappresenta un esempio di integrazione non sviluppata della critica sistemica, la

quale viene introdotta, ma al tempo stesso assorbita e neutralizzata all'interno di una narrazione rassicurante.

3.3. Le due retoriche della sensibilizzazione: confronto critico tra urgenza e speranza

Il confronto tra *Before the Flood* e *2040* evidenzia due paradigmi narrativi complementari, riconducibili a due distinte geografie della rappresentazione ambientale (tab. 1). Queste due narrazioni delineano una tensione fondamentale nella comunicazione climatica contemporanea: da un lato, la necessità di visualizzare il rischio globale e la dimensione di responsabilità nei confronti della crisi ambientale; dall'altro, quella di stimolare l'azione attraverso uno sforzo, anche immaginifico, nei confronti di un futuro non necessariamente catastrofico, ma realizzato attraverso una presa di coscienza, anche materiale, in grado di cambiare una deriva che, ad oggi, sembra quasi inevitabile. Entrambe le strategie producono geografie simboliche: *Before the Flood* costruisce una «mappa della colpa e dell'urgenza», mentre *2040* disegna una «mappa della possibilità e della cura».

In tal senso, i due documentari incarnano forme complementari di cittadinanza ecologica – la prima basata sulla consapevolezza critica; la seconda sulla speranza attiva –, nel mentre congiuntamente contribuiscono a popolare lo spazio pubblico ambientale con immagini, voci e storie che stimolano non solo la conoscenza, ma anche l'empatia e la responsabilità verso il pianeta. In entrambi i casi, le emozioni *psicoterratiche* provate dagli spettatori agiscono come dispositivi di mediazione tra la rappresen-



Fig. 1. Locandine cinematografiche dei due documentari analizzati

Tab. 1. Comparazione analitica dei due casi di studio.

Titolo	Before the Flood	2040
Tono narrativo	Allarmistico, testimoniale, politico	Costruttivo, ottimistico, educativo
Scala geografica	Globale e macro-territoriale	Glocale e comunitaria
Protagonismo	Figura celebrità-mediatore (DiCaprio)	Figura genitoriale-pedagogica (Gameau)
Obiettivo principale	Sensibilizzare sull'urgenza dell'azione	Mostrare la praticabilità delle soluzioni già esistenti
Spazio rappresentato	Luoghi del disastro, frontiere della crisi	«Luoghi della speranza» e dell'innovazione
Effetto sul pubblico	Shock cognitivo ed emotivo	Coinvolgimento empatico e proattivo

Fonte: elaborazione degli autori

tazione audiovisiva e l'esperienza soggettiva degli stessi, rendendo la visione un atto di partecipazione emotiva.

Il confronto tra i due documentari mostra, dunque, come la comunicazione climatica si muova lungo un *continuum* che va dall'urgenza catastrofica alla speranza trasformativa. Un contesto all'interno del quale le emozioni *psicoterratiche* assumono un ruolo centrale: dalla solastalgia al desiderio rigenerativo, le reazioni affettive dello spettatore delineano due forme di risposta *psicoterritoriale* al mutamento climatico, entrambe funzionali alla costruzione di consapevolezza e partecipazione ecologica.

In entrambi i casi, la capacità di coinvolgere lo spettatore attraverso il racconto si configura come elemento chiave. *Before the Flood* utilizza la retorica della crisi globale: attraverso l'impatto emotivo delle immagini e la testimonianza diretta, costruisce una geografia del disastro e della colpa. Il film punta a un effetto di *shock* cognitivo, volto a mobilitare la responsabilità individuale e politica. *2040*, invece, adotta una retorica costruttiva e pedagogica, orientata verso la progettualità e la partecipazione. La speranza non è rappresentata come ingenuo ottimismo, ma come strategia narrativa capace di rendere il cambiamento desiderabile e attuabile. In questo senso, *2040* può essere interpretato come una risposta critica alle narrazioni catastrofiste, proponendo un immaginario alternativo in cui la crisi non è solo collasso, ma anche opportunità di trasformazione socio-ecologica, in linea con le più recenti riflessioni sugli immaginari della transizione e dell'innovazione ambientale. Differenze, quelle appena delineate, rimarcate anche dallo stile adottato per la realizzazione delle locandine dei due documentari (Fig. 1).

Queste due modalità, pur divergenti, svolgono entrambe una funzione educativa: la prima stimola la consapevolezza del rischio e la necessità dell'azione; la seconda propone visioni e pratiche di futuro sostenibile. Tuttavia, in entrambi i casi emer-

ge la difficoltà di articolare una narrazione capace di coniugare efficacemente la rappresentazione della crisi con la proposta di trasformazioni sistemiche. Da un punto di vista geografico, dunque, potremmo definirle due forme complementari di «cartografie emotive del clima»: l'una volta a mappare la paura e la vulnerabilità, mentre l'altra la possibilità e la resilienza.

4. Conclusioni

L'analisi comparativa dei due documentari consente di riflettere sul ruolo delle piattaforme di *streaming* come spazi mediali di costruzione dell'immaginario e della consapevolezza ambientale. Questi prodotti audiovisivi, infatti, non sono semplicemente veicoli di informazione, ma strumenti di produzione culturale che plasmano l'immaginario geografico del cambiamento climatico. In entrambi i casi, il film documentario diventa un dispositivo di territorializzazione simbolica: attraverso le immagini e le narrazioni, il pianeta è reinterpretato come luogo condiviso di crisi e possibilità, in cui i confini tra locale e globale si dissolvono per lasciare spazio a una percezione interconnessa dell'ecosistema terrestre.

Il confronto tra gli stessi ha evidenziato la coesistenza di due strategie discorsive e visive complementari: retorica dell'urgenza, centrata sulla rappresentazione del rischio e della crisi globale, e retorica della speranza, incentrata sulle soluzioni e sulla capacità umana di rigenerazione. Entrambe le prospettive, pur con toni differenti, concorrono alla formazione di una cittadinanza ecologica consapevole, dove la conoscenza del rischio si intreccia alla responsabilità e alla speranza.

Le due opere dimostrano che la rappresentazione visuale del cambiamento climatico non si limita a descrivere il mondo, ma contribuisce a produrre spazi di cittadinanza ecologica, rendendo al con-



tempo evidente come i prodotti audiovisivi non siano meri strumenti di divulgazione, ma veri e propri agenti spaziali e culturali, capaci di modellare l'immaginario collettivo e di ridefinire il rapporto tra società, ambiente e territorio. Attraverso le piattaforme digitali, queste «narrazioni geologiche» del presente (Bonneuil, 2015) entrano nella quotidianità degli spettatori, rendendo visibili le trasformazioni profonde del sistema Terra e il ruolo dell'azione umana, stimolando contestualmente processi di *eco-literacy* e di partecipazione simbolica alla cura del pianeta. Il documentario diventa così uno strumento di apprendimento informale che intreccia emozione e conoscenza, etica e geografia, invitando lo spettatore a riconoscersi come parte di un ecosistema globale.

L'educazione ambientale mediata dalle immagini⁷ trova qui una dimensione spaziale precisa: il *media space* e i *media place* del digitale si configurano come ambiente di apprendimento distribuito, dove l'esperienza visiva favorisce l'interiorizzazione di valori ecologici. Tale processo contribuisce alla costruzione di un senso di appartenenza planetaria, componente essenziale della sostenibilità (Puttilli, 2019). Effettivamente, in tale contesto, i concetti di *media space* e *media place* si configurano come estremamente rilevanti e divengono uno strumento fondamentale all'interno dell'analisi della comunicazione ambientale contemporanea: i media digitali non sono più solo veicoli di contenuti, ma ambienti esperienziali in cui si costruiscono identità, appartenenze e relazioni spaziali. In questo senso, i prodotti audiovisivi in *streaming* non si limitano a raccontare il cambiamento climatico, ma lo situano nello spazio e nel vissuto umano, trasformando lo spettatore in parte attiva di un racconto planetario condiviso.

Infine, i due documentari rivelano il potenziale della geografia visuale come strumento di indagine della crisi climatica. Le immagini, più delle parole, traducono la complessità del fenomeno in forme percepibili e affettivamente significative.

In definitiva, come già evidenziato, *Before the Flood* e *2040* mostrano indubbiamente due modalità opposte di rappresentare il mondo (l'una come spazio di perdita; l'altra come spazio di rigenerazione), ma entrambe mettono in atto una riconfigurazione dell'immaginario geografico, proponendo una visione del pianeta come entità viva, interdipendente e vulnerabile. Pur collocandosi su poli differenti del *continuum* tra catastrofismo e speranza, condividono infatti la capacità di tradurre il cambiamento climatico in una forma narrativa esperibile, emotivamente significativa e socialmente comunicabile, la quale contribuisce a rendere percepibile la «nuova condizione umana» (Bulfin, 2017) prodotta dal mu-

tamento ambientale globale. Questa duplicità riflette tensioni più ampie, proprie del discorso sull'Antropocene, in cui si confrontano narrazioni della crisi e narrazioni della trasformazione: da un lato, la rappresentazione catastrofica del collasso ecologico; dall'altro, la costruzione di immaginari rigenerativi e post-catastrofici. In tal senso, i documentari analizzati possono essere letti come espressioni mediali di questo passaggio, contribuendo a ridefinire il rapporto tra conoscenza scientifica, immaginario culturale e azione politica.

Dal punto di vista metodologico, l'approccio comparativo adottato ha permesso di evidenziare come la rappresentazione visiva del cambiamento climatico produca geografie emotive e discorsive, che orientano la percezione pubblica e l'azione sociale. In tale contesto, le piattaforme di *streaming* emergono come spazi globali di apprendimento e partecipazione, nei quali la dimensione tecnologica si intreccia con quella geografica. La visione individuale, resa possibile dall'accesso digitale, si traduce in esperienze collettive di riflessione e mobilitazione, contribuendo alla costruzione di uno spazio pubblico ambientale diffuso e interconnesso, nel quale i documentari analizzati si configurano come narrazioni visuali del mondo in cambiamento, capaci di veicolare non solo informazioni scientifiche, ma anche emozioni, valori e visioni del futuro. Tali piattaforme si affermano, dunque, come veri e propri spazi di mediazione ecologica, in cui la conoscenza scientifica incontra la sensibilità estetica e dove la narrazione visiva contribuisce a tradurre il cambiamento climatico in esperienza condivisa e responsabilità collettiva.

In prospettiva futura, tale ricerca potrebbe essere sviluppata ulteriormente al fine di indagare più in profondità la ricezione dei pubblici digitali e le metriche di interazione (commenti, condivisioni, visualizzazioni), per comprendere come i messaggi visivi si traducano in pratiche ecologiche concrete, così come la funzione delle piattaforme di *streaming* nella selezione, produzione, distribuzione e monetizzazione dei contenuti audiovisivi. Nel ruolo di distributori, infatti, tali piattaforme esercitano un potere di selezione e visibilità – spesso mediato da logiche algoritmiche – che contribuisce a costruire gerarchie di attenzione; nella funzione di produttori, esse incidono direttamente sulle scelte narrative, sui formati e sui *frame* attraverso cui il cambiamento climatico viene rappresentato. Nel caso dei documentari ambientali, tale distinzione implica che i contenuti semplicemente distribuiti e quelli commissionati o prodotti dalle piattaforme possano rispondere a logiche differenti, sia in termini di costruzione narrativa sia di posizionamento all'in-

terno dei cataloghi. In questo senso, le piattaforme non si limitano a veicolare narrazioni preesistenti, ma partecipano attivamente alla loro configurazione e diffusione, contribuendo a definire l'orizzonte di visibilità e di intelligibilità della crisi climatica. Più in generale, una delle sfide future per la geografia consisterà certamente nel continuare a interrogare questi spazi – ibridi, transcolari e partecipativi – per comprendere come la cultura digitale stia ridisegnando le mappe simboliche del pianeta e le forme del nostro abitare la Terra.

Riferimenti bibliografici

- Adams Paul C. (2009), *Geographies of Media and Communication: A Critical Introduction*, Chichester (UK), Wiley-Blackwell.
- Albanese Valentina (2019), *Web semantico e Sentiment Analysis per indagare l'immagine territoriale. Aggiornamenti sul caso salentino*, in «Documenti Geografici», 2, pp. 39-66.
- Albanese Valentina e Teresa Graziano (2020), *Place, cyberplace e le nuove geografie della comunicazione. Come cambiano i territori per effetto delle narrazioni online*, Bologna, Bononia University Press.
- Albrecht Glenn (2011), *Chronic Environmental Change: Emerging 'Psycho-Terratic' Syndromes*, in Inka Weissbecker (a cura di), *Climate Change and Human Well-Being: Global Challenges and Opportunities*, New York, Springer, pp. 43-56.
- Bendl Tomáš (2023), *Storytelling within Documentaries as a Tool for Teaching Climate Change Impacts*, in «The Geography Teacher», 20, 3, pp. 136-140.
- Bieniek-Tobasco Ashley, Sabrina McCormick, Rajiv N. Rimal, Cherise B. Harrington, Madelyn Shafer e Hina Shaikh (2019), *Communicating Climate Change Through Documentary Film: Imagery, Emotion, and Efficacy*, in «Climatic Change», 154, pp. 1-18.
- Bonneuil Christophe (2015), *The Geological Turn. Narratives of the Anthropocene*, in Clive Hamilton, François Gemenne e Christophe Bonneuil (a cura di), *The Anthropocene and the Global Environmental Crisis. Rethinking Modernity in a New Epoch*, Londra, Routledge, pp. 17-31.
- Boos Tobias (2017), *Inhabiting Cyberspace and Emerging Cyberplaces. Geographies of Media*, Cham, Palgrave Macmillan.
- Boykoff Maxwell T. e Michael K. Goodman (2009), *Conspicuous redemption? Reflections on the promises and perils of the 'celebrization' of climate change*, in «GeoForum», 40, 3, pp. 395-406.
- Bulfin Ailise (2017), *Popular Culture and the New Human Condition: Catastrophe Narratives and Climate Change*, in «Global and Planetary Change», 156, pp. 140-146.
- Clavin Alma (2023), *Ecological Literacy*, in Filomena Maggino (a cura di), *Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research*, Cham, Springer.
- Cristante Stefano (2005), *Media Philosophy. Interpretare la comunicazione-mondo*, Napoli, Liguori Editore.
- Couldry Nick (2012), *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*, Londra, Polity Press.
- Couldry Nick e Anna McCarthy (a cura di) (2004), *MediaSpace: Place, Scale and Culture in a Media Age*, Londra, Routledge.
- Devriendt Lomme, Ben Derudder e Frank Witlox (2008), *Cyberplace and Cyberspace: Two Approaches to Analyzing Digital Inter-city Linkages*, in «Journal of Urban Technology», 15, 2, pp. 5-32.
- Doyle Julie, Nathan Farrell e Michael K. Goodman (2017), *Celebrities and Climate Change*, in «Oxford Research Encyclopedia of Climate Science», pp. 1-27.
- Gameau Damon (2019), *2040: A Handbook for the Regeneration*, Macmillan Australia.
- Falkheimer Jesper e André Jansson (a cura di) (2006), *Geographies of Communication: The Spatial Turn in Media Studies*, Göteborg, Nordicom.
- Hansen Anders (2009), *Media and environmental change*, in «Media Development», 56, 2, pp. 3-8.
- Hansen Anders (2011), *Communication, Media and Environment: Towards Reconnecting Research on the Production, Content and Social Implications of Environmental Communication*, «International Communication Gazette», 73(1-2), pp. 7-25.
- Hansen Anders (2015), *Communication, Media and the Social Construction of the Environment*, in Hansen Anders (a cura di), *The Routledge Handbook of Environment and Communication*, Londra, Routledge, pp. 46-58.
- Innocenti Matteo (2022), *Ecoansia. Cambiamenti climatici tra attivismo e paura*, Trento, Erickson.
- Ivakhiv Adrian J. (2013), *Ecologies of the Moving Image: Cinema, Affect, Nature*, Waterloo, Wilfrid Laurier University Press.
- Jansson André (2013), *Mediatization and Social Space: Reconstructing Mediatization for the Transmedia Age*, in «Communication Theory», 23, 3, pp. 279-296.
- Léger-Goodes Terra, Catherine Malboeuf-Hurtubise, Trinity Mastine, Mélissa Gagnéux, Pier-Olivier Paradis e Chantal Camden (2022), *Eco-Anxiety in Children: A Scoping Review of the Mental Health Impacts of the Awareness of Climate Change*, in «Frontiers in Psychology», 13, p. 872544.
- Marcus Daniel (2016), *Documentary and Video Activism*, in Marcus Daniel, Selmin Kara (a cura di), *Contemporary documentary*, Londra, Routledge, pp. 187-201.
- Meek David (2012), *YouTube and Social Movements: A Phenomenological Analysis of Participation, Events and Cyberplace*, in «Antipode», 44, 4, pp. 1429-1448.
- Merry Melissa K. e Rodger A. Payne (2025), *Narrative Transportation and the Persuasive Power of the Film Don't Look Up*, in «Politics & Policy», 53, e70014.
- Nisbet Matthew C. (2009), *Communicating Climate Change: Why Frames Matter for Public Engagement*, in «Environment: Science and Policy for Sustainable Development», 51, 2, pp. 12-23.
- Nocco Sara, Rinella Antonella (2025), *Emozioni e fumetti per piccoli eco-gesti perfetti. Educazione geografica alla sostenibilità nella scuola primaria con vignette e balloon*, Bari, WIP Edizioni.
- O'Neill Saffron J. e Sophie Nicholson-Cole (2009), *'Fear Won't Do It': Promoting Positive Engagement with Climate Change Through Visual and Iconic Representations*, in «Science Communication», 30, 3, pp. 355-379.
- O'Neill Saffron J., Maxwell Boykoff, Simon Niemeyer e Sophie A. Day (2013), *On the Use of Imagery for Climate Change Engagement*, in «Global Environmental Change», 23, 2, pp. 413-421.
- Pezzullo Phaedra C. e Robert Cox (2025), *Environmental Communication and the Public Sphere*, Londra, Sage Publications.
- Puttilli Matteo (2019), *Educare geograficamente all'Antropocene. Una proposta di agenda a partire dalla Carta Internazionale sull'Educazione Geografica*, in Cristiano Giorda (a cura di), *Geografia e Antropocene. Uomo, ambiente, educazione*, Roma, Carocci Editore, pp. 61-70.
- Raworth Kate (2012), *A Safe and Just Space for Humanity, Can We Live Within the Doughnut?*, Oxfam Discussion Paper.
- Raworth Kate (2017), *L'economia della ciambella. Sette mosse per pensare come un'economista del XXI secolo*, Milano, Edizioni Ambiente.
- Robertson Roland (1995), *Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity*, in Mike Featherstone, Scott Lash e Roland Robertson (a cura di), *Global Modernities*, Sage, pp. 25-44.
- Rockström Johan, Will Steffen, Kevin Noone, Asa Persson, F. Stuart Chapin III, Eric F. Lambin, Timothy M. Lenton, Marten Scheffer, Carl Folke, Hans Joachim Schellnhuber, Björn Nykvist, Cynthia A. de Wit, Terry Hughes, Sander van der



- Leeuw, Henning Rodhe, Sverker Sörlin, Peter K. Snyder, Robert Costanza, Uno Svedin, Malin Falkenmark, Louise Karlberg, Robert W. Corell, Victoria J. Fabry, James Hansen, Brian Walker, Diana Liverman, Katherine Richardson, Paul Crutzen e Jonathan A. Foley (2009a), *A Safe Operating Space for Humanity*, «Nature», 461, pp. 472-475.
- Rockström Johan, Will Steffen, Kevin Noone, Åsa Persson, F. Stuart Chapin III, Eric F. Lambin, Timothy M. Lenton, Marten Scheffer, Carl Folke, Hans Joachim Schellnhuber, Björn Nykvist, Cynthia A. de Wit, Terry Hughes, Sander van der Leeuw, Henning Rodhe, Sverker Sörlin, Peter K. Snyder, Robert Costanza, Uno Svedin, Malin Falkenmark, Louise Karlberg, Robert W. Corell, Victoria J. Fabry, James Hansen, Brian Walker, Diana Liverman, Katherine Richardson, Paul Crutzen e Jonathan A. Foley (2009b), *Planetary Boundaries: Exploring the Safe Operating Space for Humanity*, in «Ecology and Society», 14, 2, p. 32.
- Rosyidin Mohamad, Sabrina Ayu e Indra Kusumawardhana (2022), *One Film, Many Perspectives: Understanding the Issue of Climate Change in the Documentary Film Before the Flood*, in «Mandala: Jurnal Ilmu Hubungan Internasional», 5, 1, pp. 64-85.
- Sakellari Maria (2014), *Cinematic Climate Change. A Promising Perspective on Climate Change Communication*, in «Public Understanding of Science», 24, 7, pp. 827-841.
- Sakschewski Boris, Levke Caesar, Lauren S. Andersen, Max Bechthold, Lotta Bergfeld, Arthur Beusen, Maik Billing, Benjamin Leon Bodirsky, Svetlana Botsyun, Donovan P. Dennis, Jonathan F. Donges, Xinyu Dou, Axel Eriksson, Ingo Fetzer, Dieter Gerten, Tiina Häyhä, Sophie Hebden, Tim Heckmann, Adrian Heilemann, Willem Huiskamp, Annika Jahnke, Jonas Kaiser, Niklas H. Kitzmann, Jonathan Krönke, Dana Kühnel, Nicole C. Laureanti, Chaohui Li, Zhu Liu, Sina Loriani, Josef Ludescher, Sabine Mathesius, Albert Norström, Friederike Otto, Anja Paolucci, Dimitry Pokhotelov, Kasra Rafiezadeh Shahi, Emmanuel Raju, Masoud Rostami, Sibyll Schaphoff, Christian Schmidt, Norman J. Steinert, Fabian Stenzel, Vili Virkki, Katrin Wendt-Potthoff, Nico Wunderling e Johan Rockström (2025), *Planetary Health Check 2025 A Scientific Assessment of the State of the Planet*, Potsdam, Potsdam Institute for Climate Impact Research (PIK).
- Schäfer Mike S., Schlichting Inga (2014), *Media Representations of Climate Change: A Meta-Analysis of the Research Field*, in «Environmental Communication», 8, 2, pp. 142-160.
- Schäfer Mike S. (2015), *Climate Change and the Media*. Londra, Routledge.
- Steffen Will, Katherine Richardson, Johan Rockström, Sarah E. Cornell, Ingo Fetzer, Elena M. Bennett, Reinette Biggs, Stephen R. Carpenter, Wim de Vries, Cynthia A. de Wit, Carl Folke, Dieter Gerten, Jens Heinke, Georgina M. Mace, Linn M. Persson, Veerabhadran Ramanathan, Belinda Meyers e Sverker Sörlin (2015), *Planetary Boundaries: Guiding Human Development on a Changing Planet*, in «Science», 347 (6223), pp. 1259855 (1-10).
- Tagliapietra Andrea (2005), *Filosofia per i media: un'ermeneutica del futuro, un'ontologia del presente. Prefazione* in Stefano Cristante (a cura di), Media Philosophy. Interpretare la comunicazione-mondo, Napoli, Liguori Editore, pp. 1-12.
- Truscello Michael (2018), *Catastrophism and Its Critics: On the New Genre of Environmentalist Documentary Film*, in Jan Jagodzinski (a cura di), *Interrogating the Anthropocene*, Palgrave Studies in Educational Futures. Cham, Palgrave Macmillan, pp. 257-275.
- Walmsley D. Jim (2000), *Community, Place and Cyberspace*, in «Australian Geographer», 31, 1, pp. 5-19.
- Wellman Barry (2001), *Physical Place and Cyberplace: the Rise of Personalized Networking*, in «International Journal of Urban and Regional Research», 25, 2, pp. 227-252.
- ## Riferimenti filmografici
- Fisher Stevens (2016). *Before the Flood* [Film]. RatPac Documentary Films; National Geographic.
- Gameau Damon (2019). *2040* [Film]. GoodThing Productions; Regeneration Foundation.
- ## Note
- ¹ Rispetto a tale prospettiva, interessante risulta il modello teorizzato dall'economista Raworth (2012; 2017), la quale ha associato ai nove limiti planetari (Rockström e altri, 2009a, 2009b; Steffen e altri, 2015), undici confini sociali, derivanti dai *Sustainable Development Goals* (SDG) individuati dall'ONU nel 2015: acqua, cibo, salute, istruzione, reddito e lavoro, pace e giustizia, diritto di espressione, equità sociale, equità di genere, abitazioni, network, energia. Tetto ambientale e base sociale minima divengono, in tal modo, i due margini di una ciambella nel mezzo dei quali è posto uno spazio equo e sicuro per l'umanità. Ad oggi, sette dei limiti planetari sono già stati oltrepassati: cambiamento climatico, tasso di perdita della biodiversità (terrestre e marina), interferenza con i cicli dell'azoto e del fosforo, uso globale di acqua dolce, cambiamento nell'uso del suolo, inquinamento chimico, acidificazione degli oceani (Sakschewski e altri, 2025).
- ² Rispetto alla concettualizzazione dei termini *cyberspace* e *cyberplace* in via non esaustiva si rimanda a: Walmsley, 2000; Wellman, 2001; Devriendt, Derudder e Witlox, 2008; Meek, 2012; Boos, 2017; Albanese, 2019; Albanese e Graziano, 2020.
- ³ Ad oggi non sono disponibili dati quantitativi relativi al numero di visualizzazioni totali nette dei due documentari; tuttavia, la presenza su piattaforme di *streaming* internazionali con un ampio numero di utenti – oltre 150 milioni Disney+, oltre 300 milioni Prime Video, oltre 2 miliardi YouTube (thewaltdisneycompany.com; tivubiz.it; wearesocial.com) –, è indubbiamente significativa. In assenza di dati ufficiali, Google Trends permette di accedere ad alcune informazioni utili: inserendo come parole chiave i titoli in italiano dei due documentari, restituisce un confronto tra gli stessi, mettendo in luce la dimensione geografica (alle diverse scale) e diacronica dell'interesse manifestato nelle ricerche dagli utenti Google; mentre YouTube consente di accedere alle visualizzazioni per ciascun video caricato.
- ⁴ Tra gli intervistati compaiono diversi esperti come Paul Hawken e Kate Raworth e oltre 100 bambini di età compresa tra 6 e 11 anni provenienti da sette diverse località del mondo, i quali hanno condiviso le proprie preoccupazioni, speranze e idee rispetto al futuro del pianeta e orientato il processo ideativo del documentario (theregenerators.org).
- ⁵ Tale pubblicazione approfondisce i temi trattati all'interno del documentario, dando al lettore spunti immediati di azione.
- ⁶ Tale piattaforma, inoltre, consente di accedere ad alcuni dati legati al film, come per esempio i fondi raccolti per finanziare soluzioni climatiche (1.758.961 dollari australiani), il numero di piani d'azione attivati (39.924), di alberi piantati (59.450), di studenti coinvolti (1.402.410), di agricoltori registrati (560) e di partner d'azione (49).
- ⁷ A tal proposito interessante risulta lo studio condotto da O'Neill e altri (2013).