

## Cultura e formazione

Il 22% dei cittadini europei considera l'inquinamento dell'aria nelle città come l'aspetto ambientale più importante e di cui preoccuparsi, sostiene la Commissione Europea (2008). Il principio della sostenibilità sta entrando sempre più prepotentemente nelle logiche di management e di marketing.

Problematiche importanti che vanno comunicate in maniera appropriata. Nell'ambito della recente edizione di Eos alla Fiera di Udine l'ateneo friulano insieme ad Ambiente e Energia e ARPA FVG hanno dedicato all'argomento un convegno specifico. E'

emerso che a diffusione della conoscenza sui temi dell'energia e dell'ambiente non avviene necessariamente o esclusivamente nell'ambito di strutture o azioni tecnico-scientifiche, ma può essere veicolata anche attraverso strumenti culturali adatti a soddisfare esigenze formative e informative diffuse. Cultura e formazione diventano allora il leit motiv della comunicazione energetica quando questa viene trasferita in ambiti didattici e culturali che richiedono l'adozione di un approccio meno tecnico e più vicino ai "non esperti". A partire dall'imperativo della



comunicazione sociale ambientale oggi, al fine di promuovere comportamenti consapevoli a favore della tutela dell'ambiente attuale e di quello che sarà. Comunicare la sostenibilità significa incidere significativamente sugli stili di vita e di consumo attuali in una prospettiva di tutela del pianeta come patrimonio delle generazioni future.