

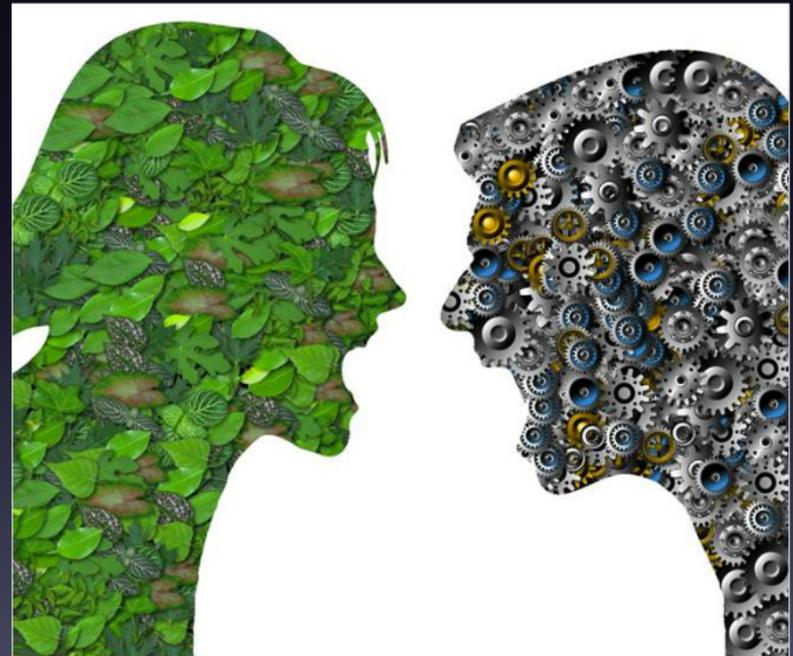
Risorse e generazioni future

Le sfide dell'etica ambientale

Michele Bocchiola

Università degli Studi di Pavia

L'ambiente come oggetto di riflessione etica



I destinatari dell'enciclica



I destinatari dell'enciclica

- Data l'interrelazione tra gli spazi urbani e il comportamento umano, **coloro che progettano edifici, quartieri, spazi pubblici e città**, hanno bisogno del contributo di diverse discipline che permettano di comprendere i processi, il simbolismo e i comportamenti delle persone. **Non basta la ricerca della bellezza nel progetto**, perché ha ancora più valore servire un altro tipo di bellezza: **la qualità della vita delle persone**, la loro armonia con l'ambiente, l'incontro e l'aiuto reciproco. **Anche per questo è tanto importante che il punto di vista degli abitanti del luogo contribuisca sempre all'analisi della pianificazione urbanistica (§ 150)**

La tesi filosofica



- «Il clima è un **bene comune** di tutti e per tutti» (§23)
- «La terra è essenzialmente una eredità comune, i cui **frutti devono andare a beneficio di tutti**» (§93)
- «L'ambiente è un bene collettivo, patrimonio di tutta l'umanità e responsabilità di tutti. **Chi ne possiede una parte è solo per amministrarla a beneficio di tutti**» (§95)

Le generazioni future

Ogni comunità può prendere dalla bontà della terra ciò di cui ha bisogno per la propria sopravvivenza, ma ha anche il dovere di tutelarla e garantire la continuità della sua fertilità per le generazioni future (§ 67)

Che fare?

Che fare?

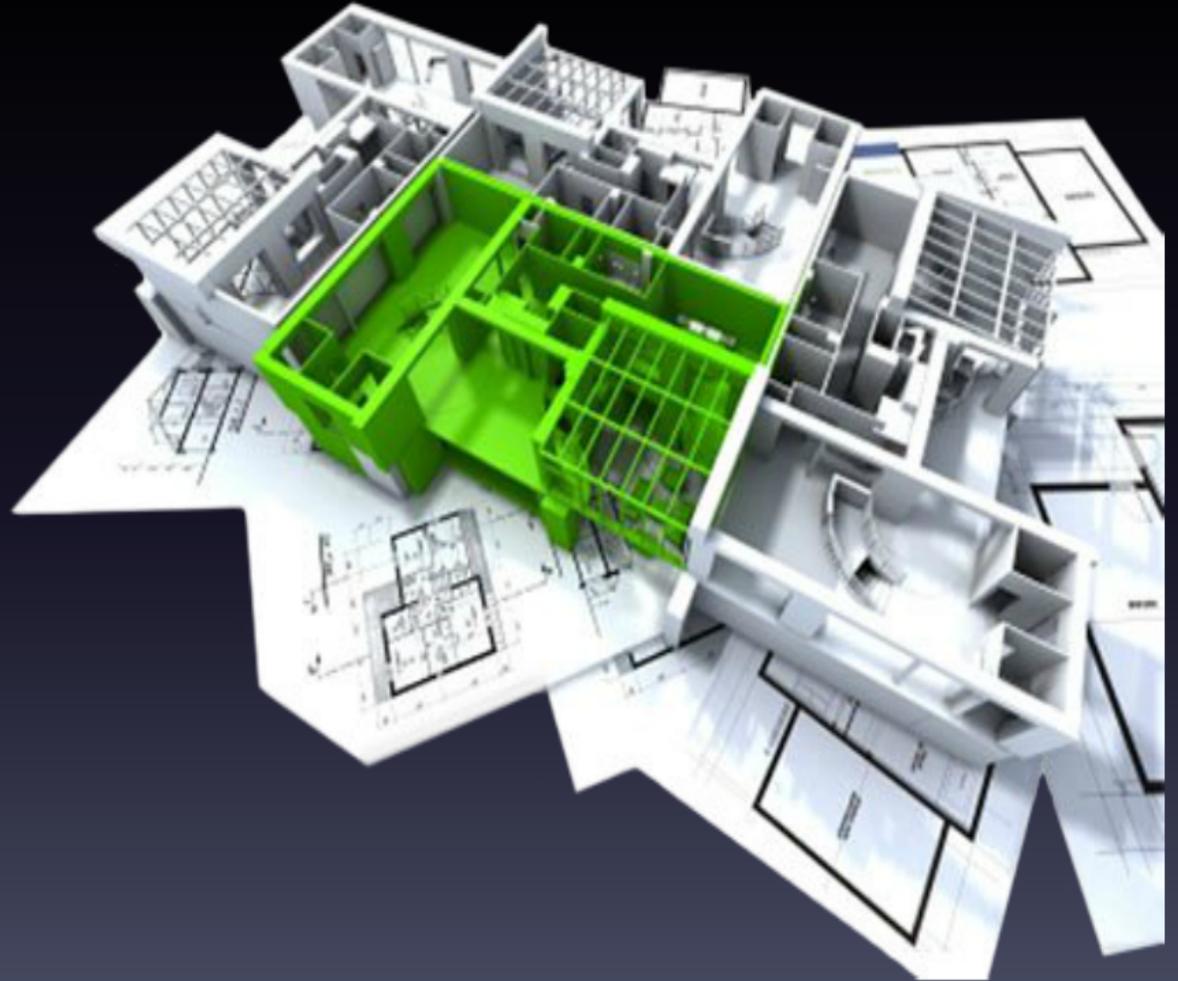
- Decrescita felice

Etica del consumo come nuova etica ambientale

- Un cambiamento negli stili di vita potrebbe arrivare ad esercitare una sana pressione su coloro che detengono il potere politico, economico e sociale. È ciò che accade quando i movimenti dei consumatori riescono a far sì che si smetta di acquistare certi prodotti e così diventano efficaci per modificare il comportamento delle imprese, forzandole a considerare l'impatto ambientale e i modelli di produzione. È un fatto che, quando le abitudini sociali intaccano i profitti delle imprese, queste si vedono spinte a produrre in un altro modo. Questo ci ricorda la responsabilità sociale dei consumatori (§206)

Sostenibilità

- Costruire meglio
- Tecnologie innovative
- Utilità sociale



Grazie!

m.bocchiola@unipv.it