

LET'S MEET UP

PARTECIPAZIONE, una chiave per combattere il razzismo

Un progetto di:



Erasmus+ KA3 – Azione che supporta il dialogo strutturato tra i giovani e i policy makers.

LET'S MEET UP

PARTECIPAZIONE, una chiave per combattere il razzismo



Come costruisco una campagna? Un toolkit pratico



LET'S MEET UP

PARTECIPAZIONE, una chiave per combattere il razzismo



Cos'è una campagna di comunicazione e sensibilizzazione?

Una campagna è un programma di attività organizzato per raggiungere un obiettivo particolare. Solitamente utilizza una serie di strumenti di comunicazione per condividere un messaggio e sensibilizzare su un argomento.

Uno o tutti gli strumenti presenti nel toolkit possono essere utilizzati per formare parte di una campagna.

LET'S MEET UP

PARTECIPAZIONE, una chiave per combattere il razzismo



Che cos'è l'advocacy?

L'advocacy ricomprende tutte le attività finalizzate a rappresentare e garantire i diritti di un gruppo di fronte ai decisori (politici o mediatici).

Sosteniamo una causa o denunciando un problema perché vogliamo:

- Informare o sensibilizzare su una causa o un problema;
- Costruire il sostegno per questa causa o problema;
- Influenzare i decisori politici e/o l'opinione pubblica per sostenere e/o cercare di influenzare

o cambiare la politica che riguarda la questione da affrontare.



LET'S MEET UP

PARTECIPAZIONE, una chiave per combattere il razzismo



Perché realizzare una campagna?

Se hai un messaggio che desideri condividere, lanciare una campagna è un modo efficace per garantire che la tua voce venga ascoltata.

Le campagne sono utili per raggiungere un numero relativamente grande di persone, spesso in luoghi diversi. Se ti concentri su piccoli gruppi, altri percorsi come formazione, seminari, riunioni individuali, e-mail e persino telefonate potrebbero essere più preziosi, a seconda del soggetto.

Un messaggio forte ed un obiettivo chiaro sono la base di ogni campagna. Questi ti aiutano a determinare con chi dovresti parlare (pubblico di destinazione o target) e come puoi raggiungerli al meglio, ad esempio quali strumenti di campagna dovresti utilizzare.

Una campagna può essere utilizzata per:



Far sapere



Ispirare



Motivare



Educare

LET'S MEET UP

PARTECIPAZIONE, una chiave per combattere il razzismo



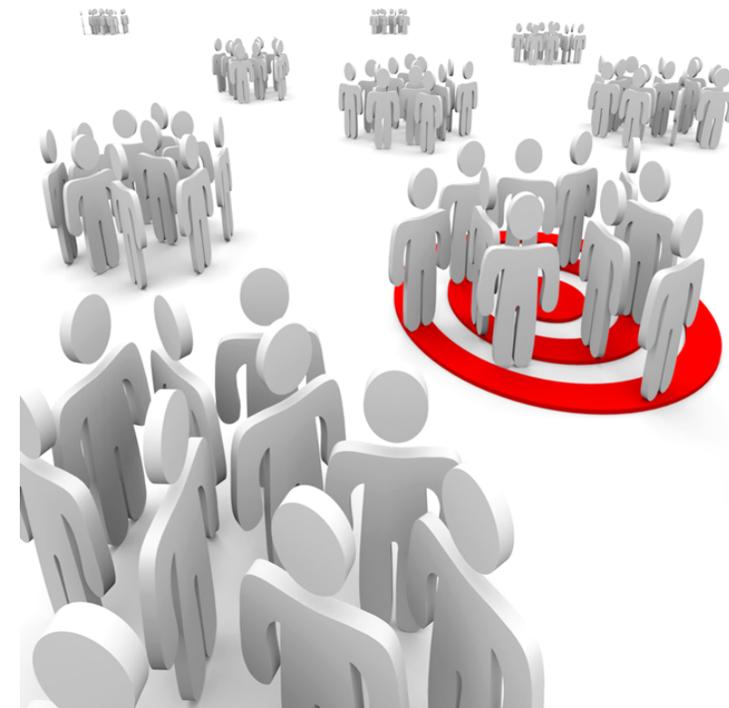
Cos'è una campagna di advocacy?

Si tratta di una serie di azioni mirate per influenzare i decisori e la popolazione in generale a sostegno di una causa o problema che si desidera modificare.

Per iniziare una campagna di advocacy (sensibilizzazione) è necessario:

- Individuare la causa che stai sostenendo o il problema che stai denunciando; è necessario analizzarli e definirli con precisione
 - Decidere chi vuoi che sostenga la causa
 - chi stai cercando di influenzare o cambiare per avere il suo supporto?
- Decidere quale deve essere il risultato del tuo impegno di advocacy; quali risultati concreti si vogliono raggiungere.

Una campagna di advocacy non può essere lasciata a pochi individui. Serve l'impegno e il sostegno di tutti coloro che lavorano in un'organizzazione e anche al di fuori di esse.



LET'S MEET UP

PARTECIPAZIONE, una chiave per combattere il razzismo



Facciamo un piano insieme

Un piano per la gestione della tua campagna ti consentirà di mantenere tutti i passaggi necessari nel tuo obiettivo.

- Stabilire un obiettivo misurabile
- Concentrarti su destinatari specifici
- Sviluppare un messaggio chiaro
- Adattarlo al pubblico di destinazione e includere idealmente raccomandazioni su cui poter agire
- Identificare i media più adatti per raggiungere i tuoi target di riferimento
- Ipotizzare un budget
- Trovare una buona data di lancio
- Valutare la tua campagna

LET'S MEET UP

PARTECIPAZIONE, una chiave per combattere il razzismo



Primo step: fissare gli obiettivi chiave

Prima di sviluppare il messaggio specifico della campagna e gli argomenti di supporto necessari, è necessario definire un obiettivo chiaro.

Avere un obiettivo chiaro ti aiuterà a:

- Formulare un messaggio efficace.
- Strutturare la tua campagna.
- Consentire la verifica dei risultati.



LET'S MEET UP

PARTECIPAZIONE, una chiave per combattere il razzismo



Mantieni il tuo obiettivo abbastanza specifico e realistico, tenendo conto delle risorse disponibili. Ecco alcuni parametri che potrebbero aiutarti a stabilire il tuo obiettivo:

- Copertura mediatica
- Cambiamento di comportamento da parte del pubblico di destinazione
- Numero di persone raggiunte dalla campagna

Una volta che hai deciso i tuoi obiettivi, puoi determinare il modo migliore per raggiungerli.



LET'S MEET UP

PARTECIPAZIONE, una chiave per combattere il razzismo



Esempio: ChainRelAction (2017)

Una campagna social che vuole contrastare l'estremismo violento in Italia, ideata e realizzata da un gruppo di studenti dell'Università Cattolica di Milano dei corsi di Laurea Linguaggi dei Media e CIMO. L'intento è di creare una catena virtuale composta da persone solidali ai valori di integrazione, tolleranza e convivenza di cui ChainRelAction si fa portavoce.

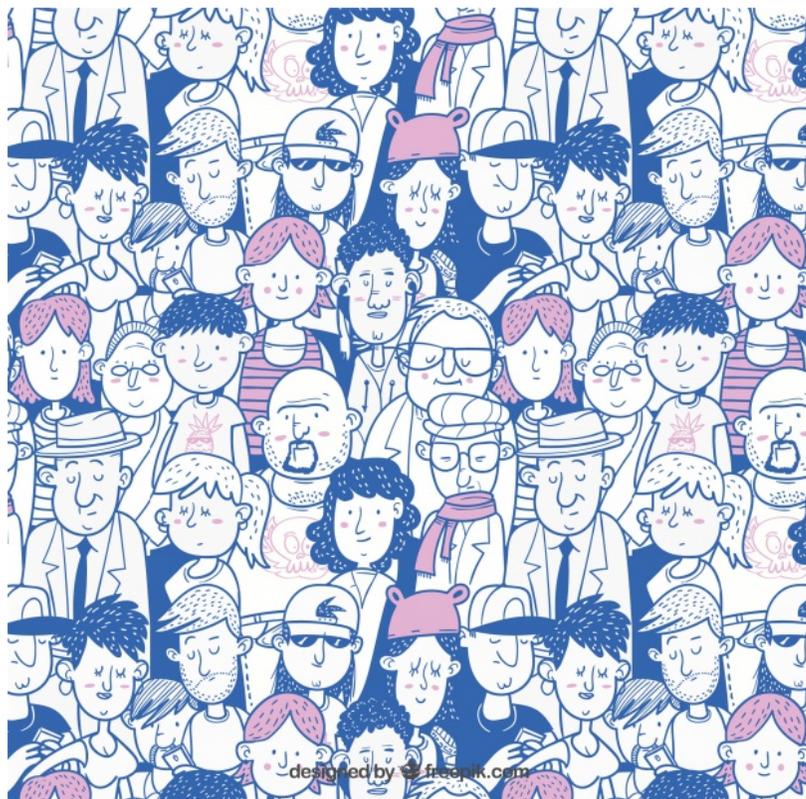
La campagna sensibilizza l'opinione pubblica verso l'aumento degli 'hate crime', atti violenti alimentati dall'intolleranza razzista, etnica, religiosa, culturale, politica o di genere, cresciuti del 2500% negli ultimi sette anni, alimentati dai cosiddetti 'hate speech', discorsi xenofobi, misogeni, discriminatori che trovano nel web un terreno fertile.

Video: <https://youtu.be/zHjQMoI17-U>

Sito: <https://www.facebook.com/chainrelaction/>

LET'S MEET UP

PARTECIPAZIONE, una chiave per combattere il razzismo



Secondo step: selezionare il target di riferimento

Conoscere il tuo pubblico di destinazione e la fascia di età ti aiuterà a scegliere gli strumenti necessari.

Naturalmente influenzerà anche il tono della tua campagna e gli argomenti che devi proporre per convincere il pubblico. Pensa attentamente al pubblico che desideri raggiungere e agli strumenti di comunicazione che meglio potranno raggiungerli nella loro vita quotidiana/professionale.

LET'S MEET UP

PARTECIPAZIONE, una chiave per combattere il razzismo



Esempio: #leparolefannomale

La campagna di Vox – Osservatorio Italiano sui Diritti ha coinvolto in primo luogo alcuni studenti dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano (Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione per l'impresa, i media e le organizzazioni complesse), che hanno raccontato il fenomeno del cyberbullismo dal loro punto di vista, realizzando quattro video. In un progetto di peer education, svolto sempre con il supporto degli studenti dell'università Cattolica, sono poi stati coinvolti anche un gruppo di ragazzi del Liceo classico Berchet, che hanno lavorato alla progettazione di una campagna di prevenzione del cyberbullismo da proporre ai loro coetanei. In uno dei video della Cattolica compare Gianluigi Buffon, portiere della Juventus e capitano della Nazionale Italiana.

Video: <https://youtu.be/wlarBUDiEvk>

Video: <https://www.youtube.com/watch?v=YIPXoJQvt5M>

Sito: <http://www.voxdiritti.it/leparolefannomale/>



Erasmus+ KA3 – Azione che supporta il dialogo strutturato tra i giovani e i policy makers.

LET'S MEET UP

PARTECIPAZIONE, una chiave per combattere il razzismo



Esempio: #TEAMRIPOSTE!

SOS Racisme lancia la sua campagna online per mitigare l'incitamento all'odio su Internet. Si tratta di un gruppo Facebook: #TEAMRIPOSTE!, che vuole essere un vero e proprio database per gli attivisti informatici. #TEAMRIPOSTE! è regolarmente alimentato con vari contenuti (video, testi, immagini, ecc.) per fornire quante più informazioni possibili agli utenti di Internet in modo che possano rispondere a messaggi razzisti, antisemiti, ecc. Quindi, ogni individuo motivato dalla volontà di rispondere a discorsi di odio su Internet può chiedere di unirsi a questo gruppo che, attraverso la creazione di argomentazioni argomentate e alimentate da dati concreti, "meme" (Immagine che costituisce un fenomeno di massa preso e in molte forme su Internet) e sensibilizzazione dell'opinione pubblica, lotta contro il razzismo e la discriminazione.

Video: <https://youtu.be/gcAhW1Vsbsw>

Sito: <https://www.facebook.com/groups/550891622003644/>

#TEAMRIPOSTE!

@SOS_Racisme



Erasmus+ KA3 – Azione che supporta il dialogo strutturato tra i giovani e i policy makers.

LET'S MEET UP

PARTECIPAZIONE, una chiave per combattere il razzismo



Terzo step: trovare il messaggio e le parole chiave

Per avere la possibilità di avere un impatto sulle persone che vuoi raggiungere, il titolo della tua campagna dovrebbe essere il più breve e semplice possibile e pertinente al tuo pubblico di destinazione.

Dovrebbe essere: orecchiabile – facilmente memorizzabile - semplice da capire.

Il titolo dovrebbe essere adattato al tuo pubblico. A seconda che tu stia mirando direttamente agli alti dirigenti o agli operai di fabbrica, il messaggio, gli argomenti che usi e il tono saranno tutti diversi.



LET'S MEET UP

PARTECIPAZIONE, una chiave per combattere il razzismo



Astuzia: il messaggio

Pensa attentamente al messaggio principale della campagna e a cosa stai cercando di comunicare attraverso la tua campagna.

Dovresti essere in grado di riassumere il tuo messaggio in termini semplici, rilevanti per il tuo pubblico di destinazione.

Ad esempio: non utilizzare il telefono cellulare durante la guida.

Una volta che hai trovato il tuo messaggio, avrai bisogno di argomenti di supporto per spiegare in modo più approfondito perché il tuo target dovrebbe ascoltarti. E' qui che sottolinei la profondità del problema, possibilmente supportando le tue prove con alcuni dati statistici e dimostrando gli effetti benefici dei cambiamenti che stai chiedendo.

LET'S MEET UP

PARTECIPAZIONE, una chiave per combattere il razzismo



Esempio: « Le racisme, vous valez mieux que ça »

E' una campagna della Federazione Wallonie-Bruxelles, in collaborazione con l'RTBF e la Piattaforma di lotta al razzismo. Fornisce una breve panoramica della vita di Sarah, Isham, Fatou e Lazlo. Attraverso un ritratto sintetico di questi quattro uomini e donne "normali" di diversa provenienza, gli spot radio e i video mostrano che queste persone non si esauriscono a una sola caratteristica come la loro origine, religione o colore pelle, ma sono anche insegnanti, appassionati di calcio o cinema, ansiosi o spesso in ritardo. In altre parole, la campagna ci mostra che Sarah, Isham, Fatou e Lazlo sono persone dai mille volti, uguali a tutte le altre. Esseri umani ...

Video: https://youtu.be/j_RNKlp25CA

Sito: <http://www.vousvalezmeuxqueca.be/>



Erasmus+ KA3 – Azione che supporta il dialogo strutturato tra i giovani e i policy makers.

LET'S MEET UP

PARTECIPAZIONE, una chiave per combattere il razzismo



Esempio: “Conta fino a 10”

Amnesty International Italia ha lanciato una campagna di sensibilizzazione che mira al contrasto del discorso violento, aggressivo, discriminatorio e alla diffusione di un uso corretto delle parole, attraverso strumenti innovativi, partecipazione attiva e una nuova forma di attivismo digitale, con la consapevolezza che la diminuzione del linguaggio d’odio conduce a una società più inclusiva e accogliente. Alla vigilia delle elezioni politiche e regionali 2018, Amnesty International Italia ha mobilitato i suoi attivisti su tutto il territorio nazionale per prendere parte a un’iniziativa unica nel suo genere: un monitoraggio delle dichiarazioni e dei commenti postati sui profili social ufficiali da un campione rappresentativo di candidati alle elezioni per verificare il livello d’odio nel discorso politico, l’uso di stereotipi, espressioni offensive, razziste, d’incitamento alla violenza e l’utilizzo della narrativa del “noi contro loro” nei confronti di categorie vulnerabili e target discriminati.

Video: <https://youtu.be/-gNVpRJ9NGE> - Sito: <https://www.amnesty.it/barometro-odio/>



Erasmus+ KA3 – Azione che supporta il dialogo strutturato tra i giovani e i policy makers.



LET'S MEET UP

PARTECIPAZIONE, una chiave per combattere il razzismo



Astuzia: la calendarizzazione

E' un fattore chiave in qualsiasi campagna, sia in termini di quando lanciare la campagna sia per la durata della campagna.

La decisione su entrambi questi fattori dipende da:

- Il tempo disponibile per le risorse interne necessarie e il periodo dell'anno in cui è probabile che siano più disponibili.
- Quanti soldi hai.
- Se si desidera comunicare informazioni «sensibili» al tempo (ad es. il lancio di un rapporto).
- Se ci sono eventi esterni da tenere in considerazione.
- Per quanto tempo dovrai raggiungere il tuo target di riferimento in modo efficace (durata)



LET'S MEET UP

PARTECIPAZIONE, una chiave per combattere il razzismo



Quarto step: raggiungere il target attraverso vari canali

La maggior parte delle campagne coinvolge diversi media, da comunicati stampa e articoli di riviste a poster e direct mail. Il mix preciso sarà determinato dal pubblico di destinazione, oltre a considerazioni finanziarie e temporali.

Le possibilità includono:

- Volantini pubblicitari, manifesti, pubblicità (stampa, TV, radio o cinema o poster su tabelloni, autobus, metropolitana)
- Attività di stampa: comunicati stampa, interviste, partecipazione a programmi televisivi o radiofonici
- Guide e opuscoli
- Newsletter
- Seminari, workshop, conferenze
- Flashmob, sit-in, manifestazioni pubbliche, pranzi di strada, mailbombing, guerrilla marketing



Erasmus+ KA3 – Azione che supporta il dialogo strutturato tra i giovani e i policy makers.

LET'S MEET UP

PARTECIPAZIONE, una chiave per combattere il razzismo



Esempio: #OLTRELODIO

UndeRadio e Save The Children lanciano la campagna nazionale #OLTRELODIO. Il progetto è interamente ideato e costruito da decine di ragazzi tra i 13 e i 20 anni che a Napoli Roma e Torino hanno lavorato in modo partecipato all'individuazione dell'hashtag, alla scrittura dei testi, alla realizzazione del video. La call to action consiste nello scriversi sul braccio #oltreloodio, abbracciare qualcuno, farsi un selfie e condividerlo sui social, taggando underadio e sfidando tre amici a fare altrettanto.

Video:

<https://www.facebook.com/UndeRadio.webradio/videos/1675730689184702/>

Sito: <https://www.savethechildren.it/blog-notizie/la-campagna-oltreloodio-contro-il-bullismo-e-le-discriminazioni>



LET'S MEET UP

PARTECIPAZIONE, una chiave per combattere il razzismo



Astuzia: mappatura delle risorse

Le campagne richiedono inevitabilmente tempo e denaro. Ne hai abbastanza di entrambi per rendere giustizia al problema che vuoi promuovere?

Una campagna efficace significa sfruttare al meglio le risorse esistenti.

Questo potrebbe includere:

Possibili partner e "alleati".

Mezzi finanziari (budget).

Strumenti di distribuzione / comunicazione esistenti.

Disponibilità di risorse interne.

Pensa attentamente alle risorse che hai già a disposizione e a come utilizzarle al meglio nella tua campagna. Ovviamente il budget a tua disposizione determinerà anche la portata e lo scopo della tua campagna

LET'S MEET UP

PARTECIPAZIONE, una chiave per combattere il razzismo

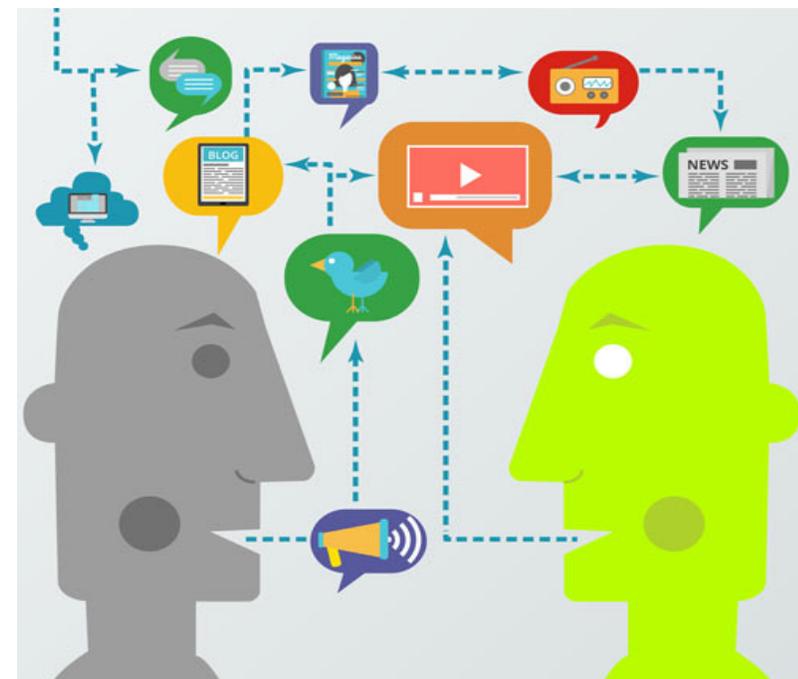


Astuzia: cercare partner e fare networking

Il passaparola è sempre uno strumento efficace. Pertanto, collaborare con partner affidabili e "alleati" può aiutare a diffondere ulteriormente il messaggio della campagna.

Dai un'occhiata alle organizzazioni che fanno parte delle tue reti o con le quali hai già lavorato.

Oltre ai loro canali di comunicazione, possono essere in grado di trasmettere materiale di comunicazione che è possibile riutilizzare o condividere lezioni apprese durante un'altra campagna sullo stesso problema.



LET'S MEET UP

PARTECIPAZIONE, una chiave per combattere il razzismo



Esempio: Racism. It Stops with Me

Dal 2012, Racism. It Stops with Me ha aiutato la comunità australiana a rispondere ai pregiudizi. È una campagna costruita sugli sforzi delle persone nei quartieri, scuole, università, club e luoghi di lavoro. In tutta l'Australia, oltre 400 organizzazioni - e migliaia di persone - hanno promesso il loro sostegno alla campagna.

Video: <https://youtu.be/2hzcHNiLoao>

Video: <https://youtu.be/rNjaLAib83o>

Sito: <https://itstopswithme.humanrights.gov.au/>



LET'S MEET UP

PARTECIPAZIONE, una chiave per combattere il razzismo



Astuzia: definisci i risultati attesi

La comunicazione è più efficace quando è collegata a qualcosa di pratico e tangibile. Pensa a come potresti misurare il successo della tua campagna e incorporare un sistema di valutazione nella tua campagna prima di avviarla.

La valutazione qualitativa misura la percezione pubblica della tua campagna. Non offre cifre complesse, ma aiuta a comprendere l'impatto della tua campagna, ad esempio, un cambiamento di atteggiamento tra il pubblico di destinazione.

Misure qualitative possono essere: Email/sondaggio online - Interviste telefoniche - Interviste sul posto

La valutazione quantitativa misura la portata e la visibilità della tua campagna.

Le misure quantitative sono più facili da presentare come risultati. Il successo della valutazione quantitativa può essere misurato da:

- quante persone hanno ascoltato il tuo messaggio?
- quanta visibilità hai ottenuto attraverso i media? Quanti articoli, rapporti, ecc. ha generato la tua campagna?

LET'S MEET UP

PARTECIPAZIONE, una chiave per combattere il razzismo



Ricapitoliamo gli step:

1. Qual è l'obiettivo della mia campagna? (ovvero cosa voglio ottenere)
2. Qual è il mio target di riferimento? (ovvero a chi mi rivolgo)
3. Quali messaggi utilizzo? (ovvero parole chiave efficaci)
4. Quali strumenti utilizzo per raggiungere il mio obiettivo? (ovvero i canali di comunicazione per raggiungere il mio target)
5. Qual è il mio network di riferimento? (ovvero i partner e la rete che danno sostegno e rafforzano l'efficacia della mia campagna)

LET'S MEET UP

PARTECIPAZIONE, una chiave per combattere il razzismo



Per approfondire alcune fonti d'ispirazione:

- <https://www.insidemarketing.it/guerrilla-marketing-esempi-campagne/>
- <https://www.afcformazione.it/blog/piano-di-comunicazione-un-semplice-modello-da-seguire>
- <http://danieleromei.com/relizzare-strategia-comunicazione/>
- <https://blog.insidecomunicazione.it/come-gestire-un-piano-di-comunicazione-integrata>
- <https://blog.ofg.it/costruire-un-piano-di-comunicazione-definizione-obiettivi-strategia-tattiche>
- <https://www.webinfermento.it/brand-advocacy-come-si-genera-nei-social-infografica/>
- [http://www.mediafriends.it/bin/61.\\$plit/lab05.pdf](http://www.mediafriends.it/bin/61.$plit/lab05.pdf)

LET'S MEET UP

PARTECIPAZIONE, una chiave per combattere il razzismo



Buon lavoro!



Erasmus+ KA3 – Azione che supporta il dialogo strutturato tra i giovani e i policy makers.