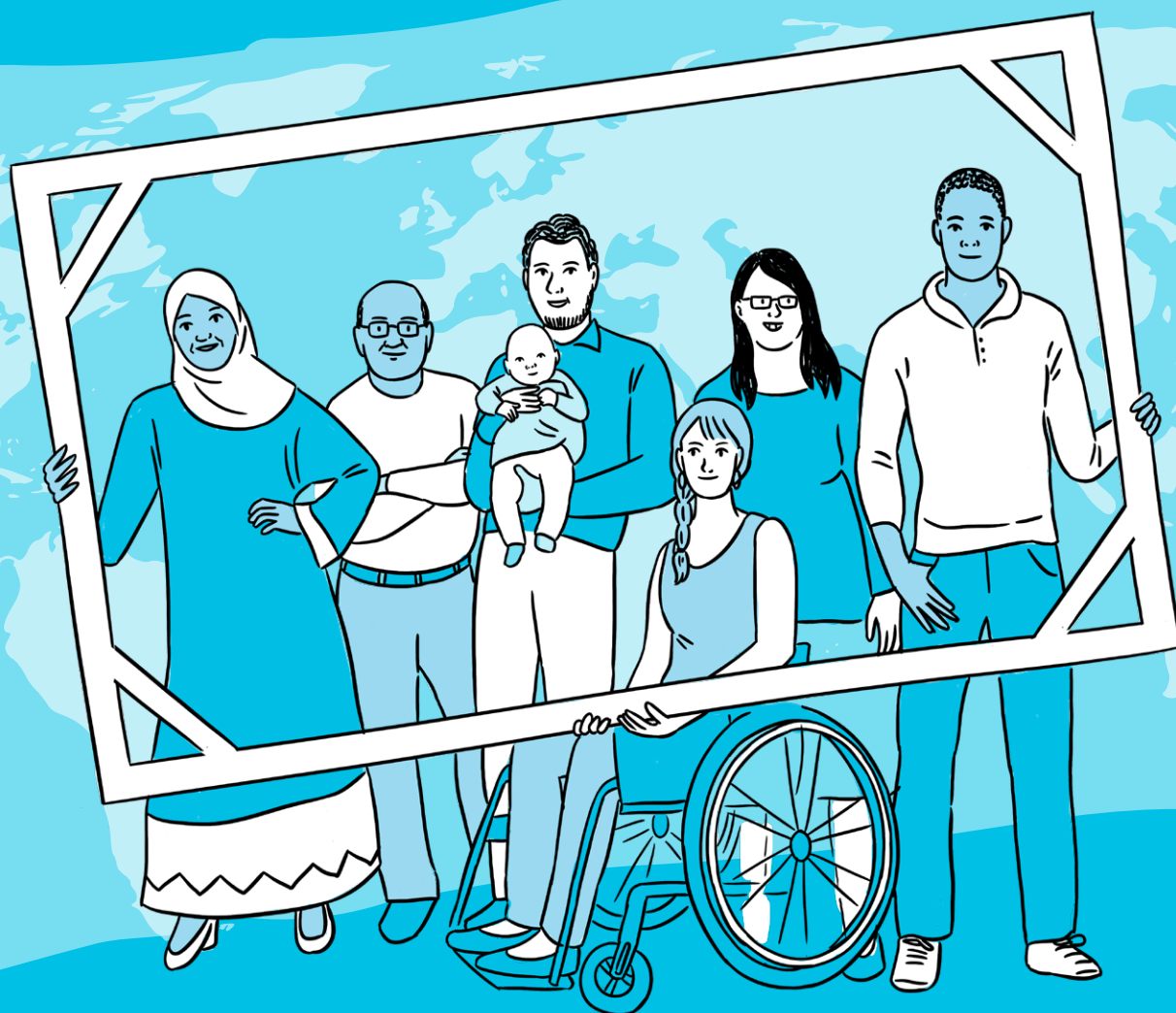


Come coinvolgere la cittadinanza nel raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile



Strumenti, spunti di riflessione e analisi di casi tratti da **Frame, Voice, Report!** – un progetto finanziato dal programma europeo DEAR volto a sensibilizzare e spingere all'azione la cittadinanza europea per il raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile



This project is funded by
the European Union

Editore: Finnish Development NGOs Fingo, 2020

Redazione: Pauliina Savola (Made in Pasila) e Johanna Harjunpää (Fingo)

Grafica e illustrazioni: Salla Vasenius

Traduzione dall'inglese a cura di Treducta Italy

Il presente documento è stato realizzato con il sostegno finanziario dell'Unione Europea. I contenuti del documento sono divulgati sotto l'esclusiva responsabilità di Fingo e non dovranno essere per nessun motivo considerati espressione della posizione dell'Unione Europea.

Indice

INTRODUZIONE	4
1. Discutere sugli OSS favorisce cambiamenti sistemici e diffonde senso di solidarietà	6
DANIMARCA: PICCOLE AGRICOLTRICI OFFRONO SOLUZIONI PER SISTEMI ALIMENTARI SOSTENIBILI	7
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES (FRANCIA): DISCUTERE DI SFIDE COMUNI TRA GIOVANI	7
2. Coinvolgere i gruppi target per renderli agenti di cambiamento	8
PAESI BASSI: METTERE IN RELAZIONE I GRUPPI TARGET PER PRODURRE MAGGIORE IMPATTO	9
FINLANDIA: IL VOLONTARIATO RIESCE A SCATENARE UNA MOBILITAZIONE INATTESA	9
3. Scegliere consapevolmente il frame fa la differenza	10
CATALOGNA (SPAGNA): ABBATTERE GLI STEREOTIPI E VALORIZZARE IL RUOLO DELLA DIASPORA PAKISTANA A BARCELONA	11
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES (FRANCIA): PRESENTARE IL COMMERCIO EQUO COME UNO STRUMENTO DI EMPOWERMENT E INTERCONNESSIONE	12
FINLANDIA: NUOVE PROSPETTIVE PER UNA COMUNICAZIONE ETICA SULLO SVILUPPO	12
4. Sfatate i luoghi comuni concentrandosi sulle soluzioni	13
BELGIO: CAMBIARE IDEA SULLA PRODUZIONE ALIMENTARE GRAZIE AL PENSIERO SISTEMICO	14
PIEMONTE (ITALIA): METTERSÌ NEI PANNI ALTRUI METTE ALLA PROVA IL NOSTRO MODO DI PENSARE	15
5. Un cambiamento consapevole nel modo di comunicare trasforma l'intera organizzazione	16
CATALOGNA (SPAGNA): CONCENTRARI SULLLE SOLUZIONI NELLA NARRAZIONE SU MIGRAZIONI E GENERE	17
PIEMONTE (ITALIA): MODIFICARE LA PROPRIA COMUNICAZIONE A PARTIRE DA UN PROGETTO	17
6. La collaborazione con i media amplifica l'impatto dei messaggi	18
CATALOGNA (SPAGNA): NARRAZIONI PIÙ RISPETTOSE SUL LAVORO DI CURA	19
PIEMONTE (ITALIA): ASSOCIAZIONI LOCALI RAGGIUNGONO I MEDIA NAZIONALI	19
BELGIO: NUOVI FRAME PER RACCONTARE LE DONNE DEL SUD DEL MONDO SUI MEDIA MAINSTREAM	20
7. Messaggi "su misura" attivano maggiormente i gruppi target	21
DANIMARCA: LA LOTTA PER IL LAVORO DIGNITOSO UNISCE DANIMARCA E NEPAL	22
FINLANDIA: ESPRIMERSI CON UN LINGUAGGIO PROFESSIONALE CONDIVISO AUMENTA L'EFFICACIA DEL MESSAGGIO TRASMESSO	22
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES (FRANCIA): COINVOLGERE LA COMUNITÀ LOCALE PER TROVARE PUNTI DI CONTATTO	23
8. Dare spazio alle voci del Global South garantisce storie più ricche di sfumature	24
BELGIO: REPORTER DAL SUD DEL MONDO PER ANALIZZARE IL CONTESTO BELGA	25
CATALOGNA (SPAGNA): DARE VOCE AI MIGRANTI ESPULSI	25
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES (FRANCIA): VOCI DI MIGRANTI DALLA GUINEA	26
9. Approcci innovativi e metodi creativi per coinvolgere nuovi gruppi target	27
FINLANDIA: LE ESCAPE ROOM CREANO AMBIENTI ACCATTIVANTI PER IMPARARE	28
DANIMARCA: LA CAROVANA DELLA SOSTENIBILITÀ HA ISPIRATO INGEGNERI E AZIENDE AD AGIRE	28
BELGIO: IL CIRCO ACROBATICO RACCONTA LE MIGRAZIONI	29
10. L'efficacia di reti ampie e diversificate	30
DANIMARCA: PARTNERSHIP AMPIE = MOBILITAZIONE PIÙ AMPIA	31
PAESI BASSI: L'APPROCCIO COMUNITARIO PER IL RAGGIUNGIMENTO DEGLI OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE	31
PIEMONTE (ITALIA): COLLABORAZIONI CHE SI FANNO SEMPRE PIÙ SOLIDE	32
Risorse	33

Introduzione

La finalità di questo documento è quella di condividere riflessioni, successi e lezioni apprese dal progetto europeo Frame, Voice, Report!.

Può essere utilizzato per trarre ispirazione dall'operato di altre Organizzazioni della Società Civile (OSC) che si occupano delle stesse tematiche oggetto del vostro lavoro, ma anche come fonte da cui trarre spunti per considerare temi classici in modo nuovo.

Il documento espone sia approcci teorici sia casi concreti realizzati e affrontati da diverse OSC europee. E questi casi sono esempi delle numerose iniziative finanziate dal progetto FVR.

Il progetto trae origine da precedenti progettualità di successo realizzate dalle organizzazioni partner e dagli approcci da queste testati. Lo scopo del progetto FVR era quello di garantire risorse alle OSC e supportarle nella creazione di attività e prodotti di Educazione alla Cittadinanza Globale e comunicazione di alto livello. La sua seconda finalità era quella di far conoscere alle organizzazioni più piccole le modalità di gestione di fondi europei e rafforzarne le capacità negli ambiti dell'Educazione alla Cittadinanza Globale e della comunicazione. In definitiva, l'obiettivo generale del progetto era quello di coinvolgere la cittadinanza europea nel raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (OSS).

Durante i tre anni di progetto, sono stati raggiunti risultati e trasformazioni sorprendenti. Per menzionarne solo alcuni: a seguito degli interventi finanziati con il progetto FVR, alcune autorità locali hanno integrato gli OSS all'interno delle politiche attuate nei propri territori (v. capitolo 1), società di ingegneria danesi hanno adottato piani di azione per il raggiungimento degli OSS nei propri luoghi di lavoro (v. capitolo 9), sono stati messi in discussione gli stereotipi sui migranti (v. capitolo 3) e giovani operatori edili in formazione sono stati coinvolti in prima persona nella lotta per ottenere ovunque maggiore tutela dei diritti dei lavoratori (v. capitolo 7).

Per alcuni attori coinvolti, il progetto ha prodotto effetti notevoli. Ad esempio, per una OSC ha significato cambiare il proprio modo di comunicare in materia di malnutrizione (v. capitolo 5), per un'altra OSC tenere conto degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile nel proprio operato ha cambiato il proprio modo di identificarsi.

Ci sono stati anche dei risultati inattesi. Per esempio alcuni documentari prodotti nell'ambito di FVR, come *The Climate Limbo* e *The Power of Passport* (v. capitolo 4), hanno partecipato al Global Migration

Film Festival dell'Organizzazione Internazionale per le Migrazioni, con proiezioni in più di venti Paesi. The Power of Passport ha anche vinto il secondo Refugees Welcome Film Festival. Anche le organizzazioni catalane CCAR e SCI hanno vinto un premio per il documentario prodotto nell'ambito del proprio progetto (v. capitolo 5).

Alcune organizzazioni finanziate sono riuscite a realizzare una notevole mobilitazione con risorse limitate. Per esempio, l'organizzazione di volontariato FinnWID, con un budget di 30.000 €, trenta volontari e una coordinatrice part-time, è riuscita a raggiungere il 40% della popolazione dell'intera Finlandia con una campagna di sensibilizzazione sul traffico di esseri umani (v. capitolo 2).

Uno dei risultati attesi era l'aumento delle competenze delle OSC partecipanti al progetto. Per raggiungere questo obiettivo, in diversi momenti del progetto sono state introdotte attività di formazione e capacity building. I partner di progetto hanno individuato i bisogni formativi delle OSC e organizzato momenti di formazione e peer learning per soddisfare queste esigenze.

Una delle lezioni apprese di FVR riguarda proprio la maggiore efficacia delle formazioni quando queste affrontano temi direttamente applicabili all'interno delle iniziative finanziate. Gli insegnamenti e le competenze acquisite durante le attività di formazione sono stati integrati nei progetti o hanno dato origine a riflessioni all'interno di molte OSC.

Affinché gli ambiziosi Obiettivi di Sviluppo Sostenibile siano raggiunti in tutto il mondo, la trasformazione deve avvenire anche a livello locale. È qui che l'operato di organizzazioni di piccole e medie dimensioni si dimostra di valore inestimabile. Lavorando sul territorio, le OSC possono raggiungere e coinvolgere persone che non potrebbero essere raggiunte con altri mezzi. E questo vale soprattutto per le organizzazioni medio-piccole, con le quali è più facile attivarsi ed essere coinvolti nelle attività.

Nei paragrafi seguenti si esamineranno più dettagliatamente l'aumento delle competenze e le lezioni apprese identificate dalle stesse organizzazioni partecipanti. I dieci risultati dei processi di apprendimento – che corrispondono ai titoli dei paragrafi seguenti – sono stati raccolti durante i seminari conclusivi. Ciascun paragrafo fornirà una panoramica sui risultati e sulle lezioni apprese, fornendo consigli e informazioni alle OSC alla ricerca di ispirazione, riportando anche esempi dei progetti finanziati in tutta Europa da FVR.

Al termine della pubblicazione troverete i link a strumenti per approfondire i concetti chiave alla base del progetto, come l'uso dei frame e la comunicazione costruttiva, oltre ai contatti dei partner di progetto.



1 Discutere sugli OSS favorisce cambiamenti sistemici e diffonde senso di solidarietà

Nei progetti FVR, gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile hanno rappresentato il terreno comune per far discutere persone e organizzazioni provenienti da Paesi e ambiti diversi sul modo in cui il loro lavoro incide a livello globale e sul grado di influenza sui cambiamenti sistemici.

Attraverso i progetti FVR, le OSC hanno scoperto che lavorare sugli OSS crea un senso di solidarietà così come un cammino condiviso tra

individui di Paesi diversi. All'interno dei progetti finanziati, questo ha significato analizzare le diverse sfide comuni relative all'agricoltura sostenibile, l'inquinamento ambientale, la parità di genere, e scambiarsi idee sulle soluzioni comuni.

Confrontarsi e scambiare idee sono componenti fondamentali di questo processo e possono alimentare il senso di solidarietà globale.

SPUNTI DI RIFLESSIONE:

- Anche se la solidarietà internazionale non è il principale ambito di lavoro della vostra organizzazione, gli OSS possono creare un collegamento con un programma più ampio. Questo può essere decisamente motivante in quanto è più semplice collegare gli obiettivi dell'organizzazione ad una causa di portata globale.
- Collegare la missione dell'organizzazione agli OSS può dare un peso maggiore alla mission portata avanti dall'OSC, aumentando così la credibilità e la rilevanza.
- Domande da porsi:
 - o Possiamo collegare in qualche modo il nostro lavoro agli OSS?
 - o Possiamo apportare idee nuove considerando la medesima questione dal punto di vista di altri Paesi del mondo? È un tema che può connettere gruppi di persone, per esempio i più giovani, in modo significativo a livello internazionale?
 - o A quali OSS è collegata la missione della nostra organizzazione e come possiamo considerarla da un punto di vista più sistemico?
 - o Chi sono gli attori e quali le problematiche toccati dalla nostra mission?

“ Danimarca: PICCOLE AGRICOLTRICI OFFRONO SOLUZIONI PER SISTEMI ALIMENTARI SOSTENIBILI

NOAH – Friends of the Earth Denmark, un’organizzazione ambientalista, e Frie Bønder, Levende Land (FBLL - La via Campesina Denmark), un’organizzazione di piccoli agricoltori, hanno collaborato alla realizzazione del progetto **Women as climate fighters - A sustainable approach to farming** che ha messo in relazione agricoltrici danesi e del Ghana che condividono l’impegno per la trasformazione dei sistemi alimentari su scala globale.

Nell’ambito del loro progetto, NOAH e FBLL hanno intervistato delle agricoltrici in Danimarca e in Ghana ponendo quesiti sull’agricoltura sostenibile e sulle sfide che si trovavano ad affrontare come piccole coltivatrici. NOAH e FBLL hanno utilizzato le informazioni raccolte per informare e aprire una discussione con studenti e studentesse danesi di Agraria sulle coltivazioni sostenibili e su come questo si colleghi con la trasformazione dei sistemi alimentari e il cammino globale verso lo sviluppo sostenibile.

Il progetto inoltre ha fatto conoscere al pubblico danese le problematiche legate agli attuali sistemi alimentari e commerciali e ha incoraggiato i consumatori danesi ad acquistare cibo prodotto a livello locale e in modo sostenibile.

Riflettendo sui concetti di giustizia ambientale e sovranità alimentare, NOAH e FBLL hanno fatto conoscere il contributo delle piccole aziende agricole, della produzione locale e del consumo a km 0 per un futuro sostenibile su scala globale.

“ AUVERGNE-RHÔNE-ALPES (FRANCIA): DISCUTERE DI SFIDE COMUNI TRA GIOVANI

Robins des Villes è un’organizzazione francese che lavora nell’ambito dell’educazione non formale. Organizza dibattiti, seminari e incontri per migliorare la qualità della vita all’interno delle città, per favorire la condivisione di questo spazio comune e renderlo accessibile a chiunque.

Il progetto **Cap ou pas cap** è stato realizzato in collaborazione con **Apoyo Urbano**, un’organizzazione che promuove la partecipazione della cittadinanza alla pianificazione delle città. Il progetto ha coinvolto giovani provenienti da tre diverse aree: Saint Fons in Francia, Atiquizaya in El Salvador e Llanavilla in Perù.

I giovani hanno discusso sulla realizzazione degli OSS nei rispettivi Paesi durante seminari, interviste in strada e partecipando a un concorso di brainstorming. Inoltre, hanno individuato le principali sfide ambientali e come queste si manifestano a livello locale. I risultati emersi sono stati poi condivisi con i giovani partecipanti al progetto nei diversi Paesi. Lo scopo delle attività è stato quello di comprendere l’interconnessione di fenomeni globali come l’inquinamento ambientale o le disuguaglianze di genere o le migrazioni, che possono essere affrontati insieme, come comunità.

Durante il progetto i ragazzi e le ragazze hanno comunicato tra loro mediante videochiamate per scambiarsi riflessioni sulle sfide che si trovavano ad affrontare nel proprio territorio. Nel periodo di lockdown legato all’emergenza COVID-19, è stato creato un gruppo WhatsApp per mantenere vivo il dialogo e continuare a sviluppare insieme il progetto.

I giovani provenienti dai tre diversi Paesi hanno apportato contributi in varie forme, come filmati, tracce audio e una mostra sugli OSS volta a sensibilizzare e informare la cittadinanza. Per mostrare il lavoro fatto, sono stati organizzati eventi nella regione Auvergne-Rhône-Alpes, come mostre d’arte, serate di approfondimento, visite guidate virtuali.



2 Coinvolgere i gruppi target per renderli agenti di cambiamento

Coinvolgere attivamente i gruppi target nei progetti finanziati da FVR è stato individuato come un aspetto importante per una buona riuscita degli stessi. Grazie a questo tipo di coinvolgimento, le OSC di piccole e medie dimensioni possono raggiungere un vasto pubblico, anche con disponibilità economiche limitate.

Il coinvolgimento si è ottenuto in diversi modi: offrendo opportunità di fare volontariato e contribuire alla realizzazione delle attività, fornendo strumenti e ispirazione a persone già sensibili alla causa per divenire agenti di cambiamento.

Creare un legame emotivo con il quale i gruppi target possano identificarsi e offrire delle opportunità pratiche per agire sono dei fattori di riuscita in grado di trasformare i gruppi target e renderli agenti di cambiamento. Il volontariato è un'ottima via per coinvolgere le persone e portarle a sostenere la vostra causa.

Ad esempio, nei Paesi Bassi il risultato è stato un impegno profondo e duraturo al percorso di cambiamento oggetto del progetto e in Finlandia l'argomento del traffico di esseri umani ha suscitato un'attenzione inattesa a livello nazionale.

SPUNTI DI RIFLESSIONE:

- Domande da porsi:
 - o Qual è il legame emotivo che possiamo creare?
 - o L'argomento è importante per un determinato gruppo di persone? Per quale motivo?
- È importante collegare il vostro messaggio alla vita quotidiana delle persone che desiderate raggiungere, ad esempio, includendo un invito ad attivarsi o fornendo idee concrete per agire sulla causa. Il gruppo target può anche essere coinvolto nella pianificazione o nella valutazione del vostro progetto.
- Il coinvolgimento del gruppo target, compreso quello di possibili volontari, comporta una notevole responsabilità. Sostenete i volontari e le volontarie nel loro lavoro e accertatevi che ciò rientri tra le attività e nel budget del progetto.
- Se si desidera promuovere un impegno maggiore del gruppo target, è fondamentale organizzare incontri e attività dal vivo.

“ PAESI BASSI: METTERE IN RELAZIONE I GRUPPI TARGET PER PRODURRE MAGGIORE IMPATTO

La missione della **Fondazione Riforest**, un'organizzazione di volontariato, è il recupero ecologico ed economico di terreni agricoli esausti nella regione montuosa del Rif, in Marocco. L'organizzazione porta avanti le sue attività con la collaborazione della popolazione locale. Il sogno della Fondazione è che il Rif divenga un'area verde e feconda, dalla quale nessuno sia costretto ad emigrare alla ricerca di un'esistenza dignitosa. L'obiettivo del progetto **Permaculture, an opportunity for the Rif mountains of Morocco** è stato quello di fare in modo che più persone possibile credessero in quel sogno.

Le attività si sono concentrate soprattutto sulla diffusione delle conoscenze sulla permacoltura. Questo è avvenuto attraverso nove seminari tenuti sia nei Paesi Bassi sia nell'area montana del Rif. I seminari sono stati organizzati a beneficio e con la collaborazione di svariati gruppi target: comunità locali in Marocco, ecologisti, organizzazioni attive nel settore educativo ed esponenti della diaspora nei Paesi Bassi.

Un altro obiettivo era quello di creare connessioni tra tutti i diversi gruppi interessati. Dal numeroso gruppo di persone che hanno partecipato al seminario introduttivo sulla permacoltura è nato un sottogruppo attualmente ancora molto impegnato nella realizzazione del progetto, che se ne è fatto portavoce. Alcuni partecipanti vogliono persino entrare a far parte del comitato direttivo della Fondazione Riforest.

Un altro gruppo di partecipanti al progetto sono i migranti provenienti dalla regione del Rif che vivono nei Paesi Bassi e nelle Fiandre. Per il successo della missione della Fondazione Riforest queste persone sono fondamentali: mantengono un legame profondo con la regione d'origine e desiderano essere coinvolte nelle attività di sviluppo dell'area. Grazie ai seminari organizzati in Marocco, la Fondazione Riforest ha ricevuto molta attenzione da parte delle persone residenti in loco che hanno amici e familiari in Europa.

La Fondazione Riforest è convinta che l'Obiettivo di Sviluppo Sostenibile al quale ha maggiormente contribuito è il 17 -Partnership per gli obiettivi. La forza dell'iniziativa è la dimostrazione che solo insieme è possibile migliorare lo stato della Terra e, in questo caso, del Rif, in modo ecologico.

“ FINLANDIA: IL VOLONTARIATO RIESCE A SCATENARE UNA MOBILITAZIONE INATTESA

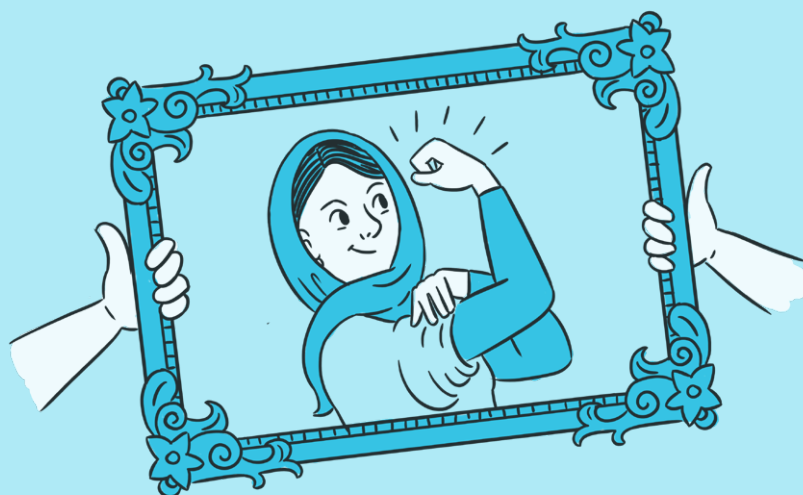
FinnWID – Finnish Women in Development è un'organizzazione di volontariato che promuove la parità di genere. Nel suo progetto finanziato da FVR, **Other Kind of Stories**, ha voluto accrescere la consapevolezza sul tema del traffico di esseri umani, in particolare delle donne nigeriane vittime della tratta. L'organizzazione ha voluto descrivere le cause profonde e le strutture attive su scala mondiale all'origine del traffico di esseri umani.

Nella propria campagna, FinnWID ha creato materiale didattico online sul traffico di esseri umani, ha collaborato con un giornalista freelance e ha organizzato dei laboratori con studenti. Si è trattato di un progetto relativamente piccolo, ma l'impatto prodotto è stato notevole.

Con un budget di neanche 30mila euro, trenta volontari e una coordinatrice part-time della campagna, l'organizzazione è riuscita a raggiungere due milioni di finlandesi (su una popolazione totale di 5,5 milioni) e ha contribuito a cambiare la narrazione del traffico di esseri umani in Finlandia.

Una delle attività di progetto consisteva nel formare un gruppo di trenta volontari e coinvolgerlo nella campagna di comunicazione. Gli attivisti e le attiviste hanno organizzato eventi in modo autonomo, hanno contattato i mezzi di informazione e sono stati ambasciatori della causa. I volontari hanno dimostrato un profondo coinvolgimento personale e molti di loro hanno continuato a svolgere attività volontaria e a fare campagna anche dopo la fine del progetto.

Nell'ambito del progetto, è stato anche organizzato un corso rivolto agli studenti di Servizi sociali. Studenti e studentesse hanno contribuito alla creazione dei materiali didattici diffusi online, dimostrando una grande motivazione.



3 Scegliere consapevolmente il frame fa la differenza

Le organizzazioni della società civile tendono a conoscere a fondo le cause che scelgono di difendere. Gli argomenti di cui le OSC si occupano vanno oltre le esperienze individuali, portando spesso alla luce questioni e temi che interessano il benessere o l'emancipazione di un gruppo di persone o dell'umanità nel complesso.

La forza delle OSC risiede nel fatto che esse si basano su valori molto solidi. Da ciò deriva la capacità di comunicare le tematiche di cui si occupano in maniera persuasiva con diversi tipi di pubblico. Il messaggio che portano avanti comprende le storie delle persone colpite dai fenomeni globali, non soltanto dati e numeri. Questo dà un aspetto umano alle tematiche oggetto di discussione e può evocare empatia e la volontà di agire per il cambiamento.

Grazie a questo bagaglio di conoscenze e informazioni, le OSC sono spesso in grado di identificare il quadro generale e la natura multidimensionale delle questioni considerate. Sono cioè in grado di esaminare le tematiche su cui lavorano da molteplici punti di vista.

Il framing (o contestualizzazione), uno dei concetti chiave di FVR, implica la consapevolezza dei valori e dei contesti utilizzati nei prodotti di comunicazione e, nello specifico, di come è rappresentato il Global South.

Per esempio, si può contestualizzare un tema con il "frame della vittima", mostrando una persona come colpita dalla sfortuna e incapace di cambiare la propria situazione. Una contestualizzazione del genere spesso suscita pietà e trascura il potenziale di miglioramento della persona ritratta e le cause alla base della problematica.

Cambiare frame significa rappresentare quella stessa persona come soggetto attivo, in grado di cambiare le cose, nonostante le difficoltà che si trova ad affrontare.

L'aspetto principale da comprendere è che i frame indicano dei valori di fondo. Per questo la scelta consapevole dei frame è importante nel promuovere la lotta contro le disuguaglianze e la povertà nel mondo. Potete trovare ulteriori strumenti su frame e valori alla fine di questa pubblicazione, nel capitolo "Risorse".

L'uso dei frame è anche un aspetto imprescindibile della comunicazione; è impossibile discutere di tematiche sociali senza fare riferimento alle contestualizzazioni, ma queste sono spesso utilizzate inconsapevolmente.

La profondità della conoscenza delle tematiche e la capacità di osservare i fenomeni globali da svariati punti di vista indicano che le OSC sono in grado di valutare l'uso dei frame nelle proprie comunicazioni con senso critico, evitando le scelte facili – come presentare un quadro semplificato e unilaterale della situazione – e uscendo dalla comfort zone.

I progetti descritti di seguito hanno analizzato temi come la diaspora pakistana in Spagna, il commercio equo e il lavoro minorile con una nuova ottica. In pratica, le OSC sono divenute più consapevoli dei valori che suggeriscono con la propria comunicazione, per esempio, quando si utilizzano delle fotografie all'interno di una campagna. Un altro cambiamento riscontrato è stato l'utilizzo diffuso di una comunicazione costruttiva e orientata alle soluzioni.

SPUNTI DI RIFLESSIONE:

- Spingere le OSC a fare attenzione alla scelta dei frame nella comunicazione ha avuto come obiettivo quello di aprire la discussione e spingere ad una scelta consapevole di questi.
- Domande da porsi:
 - o Che rappresentazione delle persone diamo nelle immagini e nelle storie che proponiamo?
 - o Diamo loro autorevolezza o le rappresentiamo come vittime?
 - o Diffondiamo l'idea delle OSC del Global North che portano le soluzioni o diamo spazio e valore alle soluzioni e agli attori locali?

“ CATALOGNA (SPAGNA): ABBATTERE GLI STEREOTIPI E VALORIZZARE IL RUOLO DELLA DIASPORA PAKISTANA A BARCELLONA

The Pakistani diaspora in Barcelona è stato un progetto giornalistico che puntava a far superare gli stereotipi, contrastare del razzismo e riconoscere il contributo apportato dalla comunità pakistana alla città di Barcellona. Il progetto è stato ideato dal **CIDOB**, un think-tank indipendente che si occupa di affari internazionali, con sede a Barcellona. Il CIDOB ha collaborato con due giornalisti. L'obiettivo del progetto è stato quello di ritrarre le realtà delle persone di origine pakistana che vivono a Barcellona, con lo scopo di abbattere gli stereotipi che accompagnano questa comunità.

Quella pakistana è una delle più grandi comunità straniere presenti in Catalogna e, allo stesso tempo, è una comunità sconosciuta alla maggior parte della popolazione. Nell'ambito del progetto sono stati realizzati una serie di articoli, un documentario e dei programmi radiofonici. Il documentario è stato diffuso anche in Pakistan, dove ha contribuito a mettere in discussione la percezione diffusa sulla vita dei pakistani emigrati all'estero.

Il progetto è un esempio di come le narrazioni, anche nei media mainstream, possono cambiare. Ha posto in discussione l'immagine stereotipata della comunità pakistana di Barcellona trasmessa dai mezzi d'informazione. CIDOB ha deciso di adottare consapevolmente un altro frame. E questo è stato fatto rappresentando la vita quotidiana delle famiglie, sia in Catalogna sia in Pakistan.

Il progetto ha combattuto il razzismo ricostruendo le radici della comunità e mantenendo un atteggiamento di rispetto e una prospettiva non gerarchica e prendendo in considerazione elementi nuovi che fino a quel momento erano rimasti invisibili per i media.

“ AUVERGNE-RHÔNE-ALPES (FRANCIA): PRESENTARE IL COMMERCIO EQUO COME UNO STRUMENTO DI EMPOWERMENT E INTERCONNESSIONE

Con il progetto **Oddatara, Artisans du Monde Ancey** ha voluto mostrare alla cittadinanza dell'Auvergne-Rhône-Alpes che il commercio equo è un modo per contribuire al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile.

Artisans du Monde Ancey ha collaborato con un giornalista francese per produrre brevi video, che raccontano storie di individui vulnerabili, per esempio i Dalit indiani, che hanno ottenuto un lavoro dignitoso e un reddito grazie all'attività artigianale in India. Questi artigiani sono inseriti all'interno del circuito del commercio equo grazie a **Tara Project**, un'organizzazione indiana partner di Artisans du Monde. Per il progetto sono stati girati tredici video, disponibili sotto forma di webdoc.

Mostrando i meccanismi del commercio equo, si fa capire che la sussistenza degli artigiani è collegata al comportamento dei clienti di tutto il mondo. Un consumatore francese può fare la differenza: acquistando prodotti del commercio equo, sarà certo che gli artigiani abbiano un reddito e possano lavorare in condizioni dignitose.

I video pongono l'accento sul fatto che le nostre azioni ci rendono tutti interconnessi, evidenziato dall'uso del "frame del villaggio globale".

“ FINLANDIA: NUOVE PROSPETTIVE PER UNA COMUNICAZIONE ETICA SULLO SVILUPPO

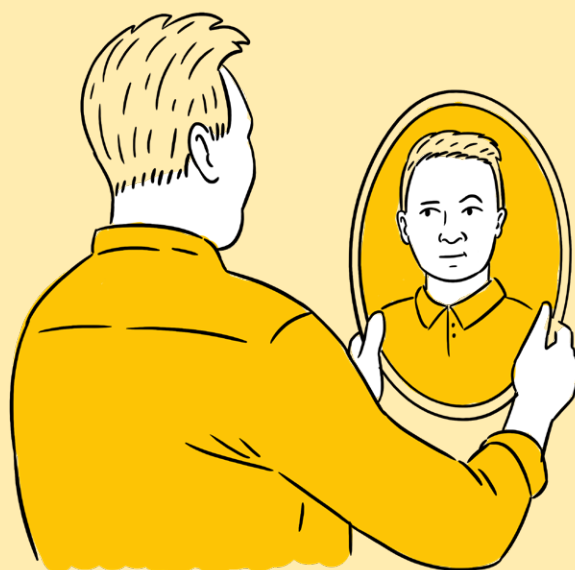
Interpedia è una OSC finlandese che opera per tutelare i diritti dei minori. Nel suo progetto FVR, **Whose voice? Perspectives to ethical communication in development issues**, ha voluto analizzare le proprie tecniche di comunicazione e capire come comunicare in maniera etica temi sensibili come il lavoro minorile.

I bambini lavoratori di solito sono rappresentati in modo da richiamare tristezza e pietà. Interpedia ha voluto trovare un modo per parlare delle cause alla base del lavoro minorile, delle soluzioni adottate a livello locale e dei progressi compiuti nel corso degli anni. Ha voluto trovare un equilibrio tra la tutela dei bambini che si trovano in una posizione vulnerabile e la possibilità di condividerne la storia. Per Interpedia era importante proteggere la privacy dei minori, ma anche raccontare le loro vere storie.

L'organizzazione ha presentato casi di violazione dei diritti dei minori emersi in Nepal in un mini-documentario, una serie di articoli e post su blog, una campagna di comunicazione e in laboratori per studenti universitari di Comunicazione. Per Interpedia era fondamentale mettere in evidenza le soluzioni sviluppate dalla società civile del Sud del mondo, i risultati del loro lavoro e i cambiamenti che si erano già prodotti. L'organizzazione ha documentato inoltre il proprio percorso di apprendimento sulla comunicazione etica e ha redatto una checklist per le OSC.

Le prospettive e le voci scelte hanno posto l'enfasi sulle soluzioni adottate a livello locale, sui progressi compiuti e sul ruolo svolto da **CWISH**, l'organizzazione nepalese partner di Interpedia.

Interpedia ha compiuto delle scelte efficaci e ponderate sui frame utilizzati nelle proprie comunicazioni, evitando stereotipi e vittimizzazione. La campagna ha aumentato all'interno dei gruppi target la consapevolezza delle forme, delle cause principali e delle conseguenze del lavoro minorile in Nepal.



4 Sfatare i luoghi comuni concentrandosi sulle soluzioni

Uno dei risultati dei progetti FVR è stato mettere in dubbio i tradizionali modi di pensare e la narrazione negativa su temi come le migrazioni, la parità di genere o i cambiamenti climatici. Ma prima di affrontare questa sfida, è stato importante per le OSC valutare in modo critico il proprio lavoro e le proprie forme di comunicazione.

Uno degli strumenti è stato il giornalismo costruttivo. Il giornalismo costruttivo non deve essere inteso meramente come sinonimo di notizie "positive" o "buone". Il suo approccio è critico, ma non cinico. Mostra molteplici prospettive di una situazione e cerca di coinvolgere il pubblico nel dibattito. Allo stesso tempo si concentra su possibilità, punti di forza e crescita.

Le notizie tendono ad avere un tono straordinariamente negativo. Pongono in evidenza conflitti, disastri e sviluppi problematici e spesso contribuiscono all'insorgenza di sentimenti di sconforto e di una visione del mondo distorta. Questa "propensione alla negatività" trattiene il pubblico dal farsi avanti e partecipare attivamente nella risoluzione di sfide globali. Invece di incoraggiare le persone ad agire, le priva della fiducia nel fatto che i problemi si possono affrontare

e risolvere insieme.

L'approccio costruttivo preserva i valori fondamentali del giornalismo, come la verità, la precisione, la trasparenza e l'indipendenza. Tuttavia, aggiunge qualche elemento in più alle consuetudini esistenti in campo giornalistico, stimolando domande diverse e l'emersione di potenziali soluzioni.

Applicando l'approccio costruttivo alla comunicazione, i progetti FVR sono riusciti ad accrescere la consapevolezza e a mettere in discussione il modo di intendere gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile. Ciò ha significato evitare la semplificazione e le soluzioni facili. Per le OSC coinvolte ha significato anche considerare in modo critico i metodi di comunicazione e i frame adottati, applicando una riflessione costante sul proprio lavoro.

I progetti selezionati come esempi hanno scelto di considerare da un'angolatura più ampia la produzione alimentare e le interrelazioni sistemiche connesse con il cibo che finisce nei nostri piatti. Nel racconto delle migrazioni, hanno deciso di lasciare la parola direttamente alle persone interessate dal fenomeno.

SPUNTI DI RIFLESSIONE:

- Per favorire un approccio fondato sulle soluzioni:
 - o Spingetevi oltre la mera descrizione dei problemi. Esponete soluzioni o proposte possibili, comprese quelle offerte dalla società civile locale, e prendete in considerazione i loro risultati.
 - o Adottate un punto di vista giornalistico critico che favorisca la riflessione.
- Domande da porsi:
 - o Stiamo discutendo di problemi o di soluzioni?
 - o Stiamo mostrando l'intero quadro della situazione o stiamo semplificando troppo?
 - o Stiamo parlando di contesto e cause all'origine dei fenomeni?
 - o Stiamo mostrando le persone in ruoli tradizionali, per esempio le donne unicamente in contesti familiari?
 - o Stiamo affrontando le tematiche in un modo eccessivamente semplificato?
 - o Utilizziamo un vocabolario tecnico difficile da comprendere per chi non appartiene al settore?
- Leggete i vostri testi, come quelli riportati sul vostro sito web o sulla vostra newsletter:
 - o Sono articolati in modo costruttivo? Cosa si potrebbe fare per rendere il contenuto più costruttivo?

Per saperne di più sul giornalismo costruttivo, potete consultare il [Vademecum per un'informazione internazionale responsabile.](#)

“ BELGIO: CAMBIARE IDEA SULLA PRODUZIONE ALIMENTARE GRAZIE AL PENSIERO SISTEMICO

Hi Europe, n(r)ice to m-eat/eet you. Benin è stata un'iniziativa congiunta della **Fondazione Hubi & Vinciane**, che realizza progetti su sicurezza alimentare e assistenza sanitaria in Benin, e Djapo, un'organizzazione esperta in educazione allo sviluppo sostenibile. **Djapo** incoraggia i professionisti che lavorano con bambini e giovani a spronarli all'uso del pensiero sistemico e creativo, all'approccio filosofico e orientato all'azione quando sono in classe.

La prima fase del progetto ha previsto la realizzazione di brevi documentari e video informativi sulle abitudini alimentari degli abitanti della regione di Parakou-N'dali in Benin. I documentari e i filmati hanno costituito la base di un programma didattico destinato a insegnanti delle scuole primarie e a studenti e studentesse di Scienze della Formazione. Attraverso l'organizzazione di diversi eventi, la cittadinanza belga è stata coinvolta nella discussione incentrata sui principi di un'alimentazione equilibrata e sulla produzione alimentare sostenibile.

Un altro output è stato uno strumento didattico prodotto da Djapo. Questo strumento supporta gli insegnanti, coloro che studiano per diventare insegnanti e i governi locali nella trasmissione di competenze ai bambini per l'utilizzo del pensiero critico e creativo.

Nell'ambito di questo progetto si è utilizzato il pensiero sistemico nel considerare differenze e analogie nelle abitudini alimentari diffuse in Belgio e in Benin. Djapo ritiene che anche con i bambini piccoli è possibile parlare di sistemi complessi come le catene alimentari. Ad esempio si può considerare il percorso che il riso compie per finire nei nostri piatti. Rendere le persone in grado di ragionare maggiormente in termini di "sistemi" offre una visione più sfumata del mondo dal momento che considera i diversi attori (agricoltori, compratori, supermarket, consumatori) e i loro punti di vista in un contesto specifico. Abituare i bambini a questo modo di pensare li aiuterà a fare delle scelte più consapevoli, per esempio in qualità di futuri consumatori o elettori.

“ PIEMONTE (ITALIA): METTERSI NEI PANNI ALTRUI METTE ALLA PROVA IL NOSTRO MODO DI PENSARE

MAIS è una OSC che promuove progetti di autosviluppo e difesa dei diritti umani, contro ogni forma di sfruttamento e di esclusione sociale. Il suo progetto, **The Power of Passport**, ha evidenziato i limiti al diritto alla mobilità, una delle più gravi disuguaglianze dei nostri tempi, collegandola ad altre disuguaglianze come quella di genere, quella verso le minoranze, quella legata alle condizioni sociali.

Il fenomeno delle migrazioni è uno dei temi più dibattuti dai mezzi d'informazione. Tuttavia, si inizia a parlare di migrazioni solo quando le persone si trovano vicino ai nostri confini. Per questo motivo, può essere difficile comprendere i contesti dei Paesi di origine e di transito o le cause principali che hanno spinto le persone a partire. È necessario considerare la tematica con una visione più ampia per comprendere la migrazione come fenomeno.

MAIS, in collaborazione con la giornalista Simona Carnino, ha realizzato un documentario su alcune donne indigene guatemalteche che hanno cercato di trasferirsi negli Stati Uniti. Maria, Petrona, Isabel e Sabina vivono nella regione maya Ixil in Guatemala. Sognano di trovare un lavoro dignitoso negli Stati Uniti. Troppo povere per ottenere un visto secondo i criteri statunitensi, non hanno avuto altra scelta che quella di viaggiare verso gli Stati Uniti anche se prive dei documenti necessari.

Concentrandosi su un'area geografica lontana dall'Italia, dall'Europa e dalle notizie quotidiane, il documentario è riuscito a far capire i paradossi e le disuguaglianze delle attuali politiche sull'immigrazione.

Oltre al documentario, MAIS ha prodotto anche un gioco da tavolo e il corrispondente gioco di ruolo. Il gioco si basa sulle storie e sulle esperienze vissute dalle persone intervistate nel documentario. Le rotte migratorie, la posizione dei rifugi, i gruppi criminali, le barriere naturali e i pattugliamenti dei confini sono resi in modo assolutamente realistico. La modalità di gioco è concepita in maniera tale che i giocatori si identifichino al massimo con i migranti in molte situazioni di vita reale.

Assumere il ruolo dei migranti nel gioco di ruolo rende i partecipanti consapevoli delle difficoltà del viaggio e delle limitazioni al diritto alla mobilità e migliora la comprensione generale delle migrazioni e delle sfide ad essa connesse.



5 Un cambiamento consapevole nel modo di comunicare trasforma l'intera organizzazione

I progetti FVR dimostrano che ripensare il modo in cui le OSC comunicano le proprie priorità può trasformare l'organizzazione nella sua interezza. Alcuni dei risultati attesi nei progetti prevedevano lo sviluppo di una strategia di comunicazione o l'adozione di nuove linee di lavoro strategiche.

Il contributo ricevuto da FVR ha consentito alle OSC di abbandonare la comunicazione tradizionale e scegliere una nuova prospettiva – cosa che altrimenti non avrebbero fatto. In alcuni casi, un simile approccio ha significato delle modifiche globali alla strategia di comunicazione

dell'organizzazione o persino alla sua identità. Un'organizzazione ha dichiarato che, per via del collegamento del proprio operato agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile, la sua identità è cambiata, passando da una prospettiva focalizzata unicamente sul contesto locale alla specializzazione in Educazione alla Cittadinanza Globale.

I cambiamenti illustrati in questo paragrafo includono l'adozione di forme di comunicazione basate sulle soluzioni, sulla ricerca delle cause principali delle problematiche e su una contestualizzazione più ampia.

SPUNTI DI RIFLESSIONE:

- Esistono delle cause sottostanti alla problematica che stiamo affrontando? Come cambierebbe la situazione se invece mettessimo in luce le cause e non l'effetto finale?
- Se non conosciamo a sufficienza il tema, possiamo stringere delle collaborazioni che ci portino ad ampliare le nostre conoscenze e integrare quanto appreso nelle nostre strategie di comunicazione?
- Ci stiamo concentrando solo sui problemi? Come possiamo porre maggiormente l'accento sulle soluzioni?

“ CATALOGNA (SPAGNA): CONCENTRARSI SULLE SOLUZIONI NELLA NARRAZIONE SU MIGRAZIONI E GENERE

La **CCAR**, Commissione catalana di aiuto ai rifugiati, e il **Servei Civil Internacional Catalunya**, hanno unito le proprie forze per realizzare il progetto **Escaping to love and be: clandestinity and exile of the LGBTI community in Morocco**. Hanno collaborato con due giornaliste e un giornalista alla sensibilizzazione della cittadinanza catalana sulla situazione della comunità LGBTI in Marocco. A causa della loro identità di genere, le persone appartenenti alla comunità sono discriminate nel Paese di origine, durante il percorso migratorio e quando fanno richiesta di protezione internazionale in Catalogna.

Il progetto è nato dagli obiettivi a lungo termine delle due organizzazioni, inserendosi nei loro piani strategici di trasformazione sociale. Ciò ha garantito la sostenibilità dei risultati e delle lezioni apprese. L'esperienza del progetto ha permesso a entrambe le organizzazioni di rafforzare le sinergie tra di loro oltre che con giornalisti e mezzi di informazione catalani con cui hanno collaborato.

Il progetto ha dato origine a diversi prodotti, tutti finalizzati a rivendicare la protezione internazionale e il diritto alla mobilità per la comunità LGBTI marocchina e a evidenziare le violazioni ai diritti umani che i componenti subiscono sia in Marocco sia durante il percorso migratorio. L'intera strategia di comunicazione si è basata su un approccio orientato alla ricerca di soluzioni. La finalità è stata quella di cambiare le metodologie di comunicazione e i contenuti, prestando attenzione alle voci delle persone che vivono le storie raccontate e focalizzandosi sulle soluzioni che stanno sviluppando – come ad esempio la creazione di una Ong a supporto della loro causa. Il progetto si è concentrato sul rivolgere l'attenzione alle azioni delle comunità, degli attivisti e delle attiviste LGBTI in Marocco, che combattono per la libertà di poter vivere la propria vita secondo la propria identità di genere, invece di limitarsi a descrivere le violazioni dei diritti umani, aspetto che di solito vittimizza i soggetti interessati.

Il progetto ha previsto la pubblicazione di una piattaforma su cui sono state raccolte le storie della comunità LGBTI marocchina. Ciò ha offerto alla CCAR e al SCI l'opportunità di fare rete con associazioni e persone in Marocco e di aprirsi a nuove possibilità di collaborazione in futuro. Inoltre, ha permesso alle due organizzazioni di approfondire la propria conoscenza dei rifugiati e delle rifugiate che fuggono a causa dell'identità di genere o dell'orientamento sessuale e di modificare di conseguenza la propria comunicazione sulle migrazioni.

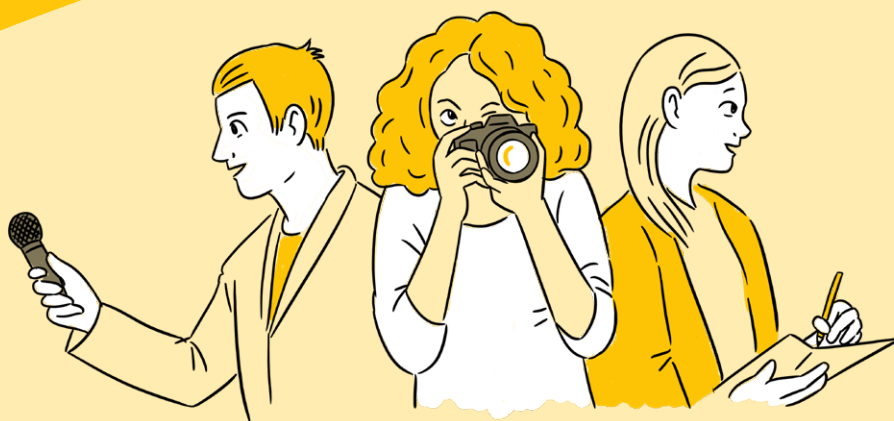
“ PIEMONTE (ITALIA): MODIFICARE LA PROPRIA COMUNICAZIONE A PARTIRE DA UN PROGETTO

Prima della realizzazione del progetto **Butterfly effect**, l'organizzazione **Nutriaid International** aveva iniziato a valutare modalità diverse di comunicare le tematiche su cui lavora da anni: la malnutrizione e la sicurezza alimentare in alcuni Paesi africani. Il finanziamento FVR ha offerto l'occasione di mettere in pratica queste idee con la collaborazione di un giornalista e di un videomaker.

La volontà di fondo era quella di allontanarsi dalle immagini e dai messaggi tradizionalmente associati al fenomeno della malnutrizione in Africa. La narrazione comune della malnutrizione in Africa è associata a immagini di bambini sofferenti e inermi, un esempio concreto di “frame della vittima”. Nutriaid ha individuato nei cambiamenti climatici una delle principali cause della malnutrizione, per via degli effetti negativi che producono sulle attività dei piccoli agricoltori locali.

Nutriaid ha ritenuto che fosse importante dare spazio alle soluzioni individuate dai professionisti locali e con risorse locali, dimostrazione di un atteggiamento proattivo. Per farlo, ha raccontato la strategia di adattamento ai cambiamenti climatici adottata in Senegal da ricercatori e agricoltori locali, che hanno anche riscoperto il valore di un cereale tradizionale e dimenticato, il fonio, capace di resistere alle nuove condizioni climatiche e pertanto in grado di contribuire alla risoluzione del problema della malnutrizione nella regione.

A partire da questa esperienza, Nutriaid ha modificato la sua intera comunicazione, presentando malnutrizione e insicurezza alimentare come conseguenze dei cambiamenti climatici.



6 La collaborazione con i media amplifica l'impatto dei messaggi

Le sfide in materia di sviluppo e solidarietà internazionale stanno diventando sempre più complesse, urgenti e interdipendenti. Ne consegue che è fondamentale fornire al pubblico delle informazioni adeguate e comprensibili. Il giornalismo e le OSC devono sviluppare nuovi metodi per informare e sensibilizzare l'opinione pubblica europea su questioni che sembrano lontane dalla vita di ogni giorno, ma che hanno un'importanza fondamentale per le persone in tutto il mondo. Sia le OSC sia i mezzi di informazione hanno bisogno di rinnovare il proprio modo di esprimersi per migliorare la qualità delle informazioni offerte.

Aver collaborato con i mezzi di informazione

nella realizzazione dei progetti FVR ha portato a una maggiore conoscenza da parte delle OSC sul lavoro giornalistico e sul funzionamento dei media.

Il risultato è stato abbandonare relazioni strumentali, aprirsi alla fiducia reciproca e riconoscere una responsabilità condivisa nella realizzazione di trasformazioni sociali. Nell'ambito dei progetti FVR, questo ha significato portare tematiche come le disuguaglianze di genere, le migrazioni e i cambiamenti climatici all'attenzione dei media e della politica.

Con questa modalità di lavoro le giornaliste e i giornalisti coinvolti hanno avuto anche il ruolo di agenti del cambiamento.

SPUNTI DI RIFLESSIONE:

- È importante collaborare ampiamente con i mezzi di informazione, compresi i media mainstream, per raggiungere nuovi gruppi target e persone che hanno delle riserve su temi come lo sviluppo sostenibile o le migrazioni.
 - o Quali sono gli argomenti sui quali potreste offrire delle informazioni approfondite?
 - o Conoscete un/a giornalista particolarmente interessato/a ai temi di cui vi occupate?
- La collaborazione con i mezzi di informazione amplia la diffusione del vostro messaggio e produce effetti sui frame utilizzati dai media.
 - o Come deve cambiare il frame utilizzato dai media?
 - o In che modo il vostro messaggio o il vostro operato può contribuire a questo cambiamento?
 - o Quali informazioni mancano quando i media affrontano le questioni globali, come le disuguaglianze o le migrazioni?

“ CATALOGNA (SPAGNA): NARRAZIONI PIÙ RISPETTOSE SUL LAVORO DI CURA

Cooperacció è una OSC che agisce per l'empowerment femminile, affinché le donne possano esercitare appieno i propri diritti e raggiungere la parità di genere, condizioni essenziali per ottenere giustizia sociale, sviluppo sostenibile e pace. Il progetto **Cuidar entre terres. Qui sosté la vida quan les dones migren?** si è basato sulla collaborazione con La Directa, un giornale e sito di notizie catalano che si occupa di temi sociali. La Directa ha apportato al progetto la propria esperienza nel campo del giornalismo sociale e la collaborazione di svariate figure professionali del settore dell'informazione.

La sostenibilità del progetto è stata garantita dalla volontà di Cooperacció e di La Directa di considerarlo sin dal principio come parte dei propri piani strategici. Il documentario è stato proiettato a Bogotá (Colombia) e a San Salvador (El Salvador) e continua ad essere proposto in diverse località della Catalogna. Dal progetto è inoltre nato un webdoc multimediale.

Il progetto si propone di informare sul fenomeno delle catene di cura transnazionali, sensibilizzare sugli impatti di queste nel Nord e nel Sud del mondo e rendere visibile come parte del nostro "benessere" si basi sul lavoro invisibile e precario delle donne migranti, in gran parte latinoamericane, partite da contesti di povertà in cui troviamo l'impronta di aziende transnazionali, in molti casi spagnole. Inoltre il progetto spinge a riflettere su modi equi e sostenibili di organizzarci.

Il tema affrontato riguarda direttamente molte famiglie spagnole che delegano parte del lavoro di cura a donne straniere. Per questo motivo il documentario e il webdoc hanno avuto un notevole potenziale di interesse e coinvolgimento da parte del pubblico.

La collaborazione tra Cooperacció e La Directa ha dato origine a un processo di apprendimento reciproco. L'organizzazione ha imparato a utilizzare nuove forme di narrazione per comunicare con il grande pubblico, mettendo in discussione le strategie comunicative utilizzate fino a quel momento. Allo stesso tempo dopo essere entrate in contatto con le realtà raccontate e aver approfondito il concetto dell'interdipendenza tra Nord e Sud del mondo, le giornaliste coinvolte hanno cominciato ad occuparsi dell'argomento con maggior incisività.

“ PIEMONTE (ITALIA): ASSOCIAZIONI LOCALI RAGGIUNGO I MEDIA NAZIONALI

Agape e **ANOLF Alessandria** sono due piccole OSC, operative nella provincia di Alessandria. Prima del progetto **Many reasons to leave, a purpose to return**, non avevano mai collaborato con i media. Il finanziamento di FVR ha permesso loro di raccontare storie costruttive sulla migrazione. Per farlo hanno stretto una collaborazione con il giornalista Davide Demichelis, specializzato sui temi della migrazione e della cooperazione internazionale.

Il progetto ha avuto come obiettivo rendere comprensibile alla cittadinanza la complessità delle cause delle migrazioni, per favorire comportamenti e comunità più aperte e inclusive.

Le due OSC hanno coinvolto Ali Sonha, un giovane del Gambia arrivato in Italia dopo un tragico viaggio attraverso il Sahara e il Mediterraneo, e che ha superato questa esperienza traumatica grazie al teatro. Ali Sonha ha creato un'opera teatrale basata sulla sua esperienza e l'ha portata in Gambia, organizzando spettacoli nelle scuole che hanno direttamente coinvolto gli studenti e le studentesse. Lo spettacolo ha due obiettivi, a seconda di dove viene rappresentato: in Gambia, vuole far conoscere ai ragazzi e alle ragazze i pericoli della migrazione irregolare, mentre in Italia vuole aumentare la comprensione della complessità delle motivazioni che spingono molti giovani del Sud del mondo a partire.

Grazie al coinvolgimento del giornalista, notizie relative allo spettacolo e agli altri output hanno raggiunto la RAI e RadioRai. Inoltre, articoli sul progetto sono stati pubblicati su Avvenire. La rete di contatti del giornalista ha inoltre permesso di organizzare una tournée in diverse zone del Piemonte, coinvolgendo teatri locali, scuole di teatro, centri ricreativi.

66 BELGIO: NUOVI FRAME PER RACCONTARE LE DONNE DEL SUD DEL MONDO SUI MEDIA MAINSTREAM

Tre organizzazioni, **Moeders voor Vrede**, **Mama Kivu** e **Make Mothers Matter**, hanno unito le forze realizzando il progetto **No Man's Land - The She Side of War**. Moeders voor Vrede (Madri per la pace) lavora opera in Palestina, Somalia, Afghanistan, ex Jugoslavia e Sudafrica per favorire l'emancipazione femminile. Mama Kivu ha obiettivi analoghi e opera in Repubblica Democratica del Congo. Make Mothers Matter (MMM) è una ONG internazionale che promuove il riconoscimento del ruolo delle madri come fautrici di cambiamento e il sostegno al loro impegno.

Il progetto **No Man's Land** ha offerto a tre team di giornalisti la possibilità di raccontare storie ai margini dei conflitti, rendendo protagoniste le donne di quei territori. La collaborazione con la televisione pubblica e il popolare programma "Vranckx & de Nomaden" ha assicurato che queste storie non ancora raccontate arrivassero al grande pubblico.

Per la produzione dei reportage, è stato organizzato una campagna sui social media e un concorso a cui potevano partecipare giovani giornalisti/e e documentaristi/e. I vincitori e le vincitrici del concorso sono stati formati sulla rappresentazione delle donne nelle zone di conflitto e sul ruolo che spesso svolgono nei processi di pace. La diffusione dei loro documentari nei cinema ha permesso di raggiungere una ulteriore fetta di pubblico. I documentari sono stati girati in Brasile, Camerun e Nicaragua.

Uno dei risultati non previsti del progetto è stato l'aumento dell'attenzione e dello spazio dedicato ai Paesi del Sud del mondo all'interno del programma televisivo "Vranckx & de Nomaden", in particolare sui propri social media. Questo dimostra che anche canali di comunicazione mainstream, come una rete televisiva pubblica, possono essere disponibili a mettere in discussione i frame adottati finora.



7 Messaggi "su misura" attivano maggiormente i gruppi target

Comprendere i bisogni del target e cosa fa presa su di esso è fondamentale per il successo di un progetto. Ciò significa utilizzare strumenti e metodi adatti e indirizzare un messaggio mirato al proprio pubblico, anche se è composto da poche persone.

Il target scelto potrebbe non conoscere i temi della cooperazione allo sviluppo o dell'educazione alla cittadinanza globale. I concetti connessi con

lo sviluppo internazionale potrebbero essere considerati distanti e il linguaggio utilizzato in questi ambiti potrebbe essere avvertito come accademico. Questo può spaventare le persone. Un modo per superare questo ostacolo è collaborare con altri attori che possono aiutare ad adattare il messaggio alle esigenze di gruppi che già conoscono o a cui appartengono.

SPUNTI DI RIFLESSIONE:

- Incontri faccia a faccia che fanno uso di forme di dialogo diverse sono molto efficaci quando si vogliono produrre dei cambiamenti trasformativi nel proprio gruppo target.
- Sono necessari nuovi metodi per coinvolgere nuovi gruppi target:
 - o Potete coinvolgere il gruppo target come opinion leader per amplificare l'impatto del vostro messaggio
 - o Potete coinvolgere il vostro gruppo target nella pianificazione del progetto o nella realizzazione di iniziative sperimentali
- Conoscete il vostro pubblico target e i suoi interessi, per formulare il messaggio e scegliere gli strumenti adatti per rivolgersi a esso? In caso contrario, potete farvi aiutare?

66 DANIMARCA: LA LOTTA PER IL LAVORO DIGNITOSO UNISCE DANIMARCA E NEPAL

Quando l'**Agenzia per lo sviluppo del sindacato danese (Danish Trade Union Development Agency - DTDA)** ha saputo del progetto FVR, lo ha immediatamente visto come una fantastica opportunità per concentrarsi su un tema che è sempre stato al centro dell'attenzione dei sindacati: le migrazioni.

Nel 2019, i lavoratori migranti in tutto il mondo erano circa 272 milioni e i numeri sono in crescita. La DTDA ha scelto di avvicinare alla tematica i giovani operatori edili in formazione. Nell'ambito del progetto, **Migration and the Global Goals**, quattro apprendisti sono stati inviati in Nepal, dove hanno lavorato con dei colleghi nepalesi all'interno di cantieri edili.

Durante la loro permanenza in Nepal, gli operatori edili hanno anche incontrato lavoratori nepalesi che erano emigrati in Medio Oriente alla ricerca di un lavoro. La DTDA voleva dimostrare ai partecipanti del progetto che la lotta per il lavoro dignitoso è globale e non conosce confini.

Gli apprendisti danesi sono rimasti impressionati dalle misere condizioni di lavoro a cui sono costretti i lavoratori nepalesi. Sono stati inoltre profondamente toccati dall'incontro con giovani della loro età in procinto di lasciare le loro case e le loro famiglie alla ricerca di una vita migliore altrove. E sono rimasti affascinati dalle differenze che riscontravano nei processi di lavoro, nei materiali utilizzati e nelle soluzioni tecniche adottate.

Rientrati in Danimarca, gli operatori edili hanno raccontato la propria esperienza negli istituti tecnici, luoghi in cui l'educazione alla cittadinanza globale non rientra nel piano di studi. Hanno anche scritto articoli su riviste specializzate in edilizia e idraulica. In questo modo i racconti degli apprendisti partecipanti al progetto hanno raggiunto gli studenti degli istituti tecnici – sia per l'interesse professionale sia per il coinvolgimento emotivo suscitato dai racconti.

Per la DTDA il progetto è stato un successo. Al suo interno si è avvertito che era fondamentale coinvolgere i giovani facendo leva sul loro interesse professionale e incontrare le persone faccia a faccia, anziché raggiungerle unicamente utilizzando i social media. La buona riuscita dell'esperienza è stata importante per la DTDA dal momento che i sindacati hanno bisogno di coinvolgere nelle proprie attività lavoratori giovani per migliorare i diritti dei lavoratori in tutto il mondo.

66 FINLANDIA: ESPRIMERSI CON UN LINGUAGGIO PROFESSIONALE CONDIVISO AUMENTA L'EFFICACIA DEL MESSAGGIO TRASMESSO

Physicians for Social Responsibility è una ONG finlandese che riunisce medici, dentisti e veterinari. Il suo scopo è quello di sensibilizzare la comunità medica su questioni sociali ed etiche di portata globale e di promuovere condizioni di vita sicure, uguaglianza e pace – in Finlandia e all'estero.

Con il progetto **Women without choices? SRHR and Gender-based Violence**, l'ONG ha deciso di coinvolgere i medici nella realizzazione degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile. La campagna ha contribuito a integrare questioni sanitarie di respiro mondiale nel lavoro del personale sanitario finlandese, sottolineando il fatto che gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile interessano chiunque.

Nell'ambito del progetto, è stata costruita una campagna di comunicazione focalizzata sui diritti e sulla salute sessuale e riproduttiva (SRHR), che ha promosso la pubblicazione di articoli sul tema su svariate riviste e giornali di settore.

Essendo composta da operatori sanitari, Physicians for Social Responsibility ha potuto rivolgersi al suo target parlando la stessa "lingua". L'Ong è stata in grado di scegliere temi e punti di vista interessanti per medici, dentisti, veterinari. Rivolgersi a colleghi e colleghe e utilizzare un linguaggio comune rende il messaggio più efficace.

66 AUVERGNE-RHÔNE-ALPES (FRANCIA): COINVOLGERE LA COMUNITÀ LOCALE PER TROVARE PUNTI DI CONTATTO

Soleil Devant è un'organizzazione che ha sede nel Brivadois, un'area rurale della Francia. Nell'ambito del progetto **I have a dream** ha creato **Télé Regain** – una televisione partecipativa, che si è rivelata uno strumento efficace nel coinvolgimento della comunità in discussioni e dibattiti.

Attraverso il progetto, Soleil Devant ha voluto facilitare la discussione sulle migrazioni e sugli stereotipi collegati alle migrazioni radicati in quest'area rurale. Nelle zone rurali alcune persone tendono a utilizzare stereotipi perché non hanno l'occasione di incontrare migranti e di conoscere meglio le tematiche legate alla migrazione.

Per affrontare il problema, Soleil Devant ha fatto ricorso alla televisione partecipativa per riunire le persone e fare in modo che ne discutessero tra loro. L'organizzazione ha intervistato rappresentanti delle istituzioni locali, migranti e persone residenti nella zona e ha organizzato incontri di discussione, in modo da facilitare la conoscenza reciproca e la comprensione dei fattori che spingono le persone a lasciare il proprio Paese d'origine.

La televisione partecipativa coinvolge attivamente la comunità nella scelta degli argomenti e per la conduzione delle interviste stesse. Offre la possibilità di discutere delle diverse questioni nel loro contesto, ma anche di affrontare temi di interesse globale. Il messaggio e il linguaggio utilizzati sono molto accessibili per il pubblico in quanto le discussioni e le trasmissioni video sono create e prodotte da persone che vivono nello stesso contesto. Soleil Devant ha organizzato e condotto seminari di formazione per supportare l'attività della televisione partecipativa.

Mettendo insieme i dibattiti, le interviste, i filmati girati durante l'attuazione del progetto, è stato prodotto un webdoc intitolato "Odyssées", che raccoglie testimonianze di migranti, OSC e istituzioni locali.

Il progetto ha offerto ai migranti strumenti e spazi di comunicazione con i quali raccontare direttamente, senza mediazioni, la propria storia.



8 Dare spazio alle voci del Global South garantisce storie più ricche di sfumature

Usando l'espressione "voci del Global South" ci riferiamo alle narrazioni, alle esperienze, alle conoscenze e alle competenze delle persone del Sud del mondo. Una voce del Global South può essere rappresentata da una persona che vive nel Sud del mondo, ma anche da una persona originaria di quei Paesi, ma che attualmente vive nel Nord del mondo. È importante ricordare che non esiste una singola voce che possa parlare per tutti, dobbiamo riconoscere la molteplicità delle voci. Nei progetti FVR, l'inclusione di voci del Sud era considerata un requisito fondamentale.

Ascoltare delle voci del Sud può aiutarci a destrutturare stereotipi comuni che influenzano

il nostro modo di concepire le realtà del Sud del mondo. Tuttavia, è importante anche evitare la situazione opposta e affidarsi a stereotipi creati nei Paesi del sud del mondo o crearne di nuovi.

Per evitare di cadere in questa trappola, bisogna riconoscere che la comunicazione sullo sviluppo si deve basare su un pari coinvolgimento di interlocutori del Nord e del Sud del mondo. È importante che il Sud del mondo produca informazioni e che la sua relazione con i media e la società civile del Nord del mondo non sia gerarchica nello scambio di comunicazioni e nel racconto delle storie.

SPUNTI DI RIFLESSIONE:

- Chi è la persona che parla? Accertatevi di creare spazio per voci provenienti dalle realtà locali e dal Sud del mondo e di collaborare con loro, in modo inclusivo e aperto.
- Riconoscete la molteplicità di voci e di realtà nella vostra comunicazione?
- Come garantite la diversità di voci nella vostra comunicazione?
- Le storie reali sono molto più potenti dei messaggi stereotipati e aprono opportunità di dialogo.

“ BELGIO: REPORTER DAL SUD DEL MONDO PER ANALIZZARE IL CONTESTO BELGA

Wereldmediahuis è una organizzazione no profit finalizzata ad informare il grande pubblico sullo sviluppo sostenibile, attraverso il sito di notizie [MO.be](#) e la pubblicazione della rivista MO*. Per il suo progetto **Global Trailblazers**, Wereldmediahuis ha invitato una giornalista egiziana e una indiana e un giornalista maliano in Belgio per far loro analizzare la situazione relativa a migrazioni, clima e genere nel Paese.

Il risultato del progetto sono stati tre reportage e quattro storie scritte dai giornalisti invitati. Il progetto ha dato voce a esponenti del Sud del mondo in un modo inusuale per i mezzi di informazione europei.

Ribaltare il punto di vista – facendo descrivere a una giornalista del Sud del mondo i problemi e le difficoltà di un Paese europeo – continua a creare un effetto sorpresa.

“ CATALOGNA (SPAGNA): DARE VOCE AI MIGRANTI ESPULSI

L'associazione **IRIDIA**, con il suo progetto **Deportacions: l'última etapa de les migracions**, si è concentrata sulle espulsioni di persone di origine senegalese dalla Spagna al Paese di origine e sulle complicate conseguenze che ciò comporta per loro e le loro famiglie. Il progetto ha portato alla luce le conseguenze delle espulsioni attraverso le testimonianze delle persone che avevano vissuto questo procedimento. Allo stesso tempo, il progetto ha denunciato le violazioni dei diritti umani causate dalle espulsioni e ha enfatizzato la doppia discriminazione che le donne soffrono durante questa operazione.

Nel 2018, un totale di 8.268 persone ha ricevuto un ordine di espulsione, in seguito al quale possono essere espulse in qualsiasi momento; in certi casi l'attesa può durare fino a dodici anni. Nello stesso anno, altre 4.181 persone che vivevano in Spagna sono state espulse e rimpatriate nei Paesi d'origine e per questo motivo non potranno tornare in Spagna per i successivi anni.

La figura centrale del progetto è stato il giornalista senegalese Diomma Drame. Drame ha facilitato l'individuazione delle persone rientrate in Senegal dopo un ordine di espulsione e ha raccolto le storie che descrivevano queste esperienze.

Il progetto ha prodotto una [piattaforma multimediale](#) che contiene storie personali ma anche informazioni sul modo in cui vengono effettuate le espulsioni. Raccontando diverse storie, il progetto mostra le difficoltà delle famiglie rimaste a Barcellona o in Senegal e l'esperienza di quanti sono stati rimpatriati in Senegal, marchiati dallo stigma del fallimento.

66 AUVERGNE-RHÔNE-ALPES (FRANCIA): VOCI DI MIGRANTI DALLA GUINEA

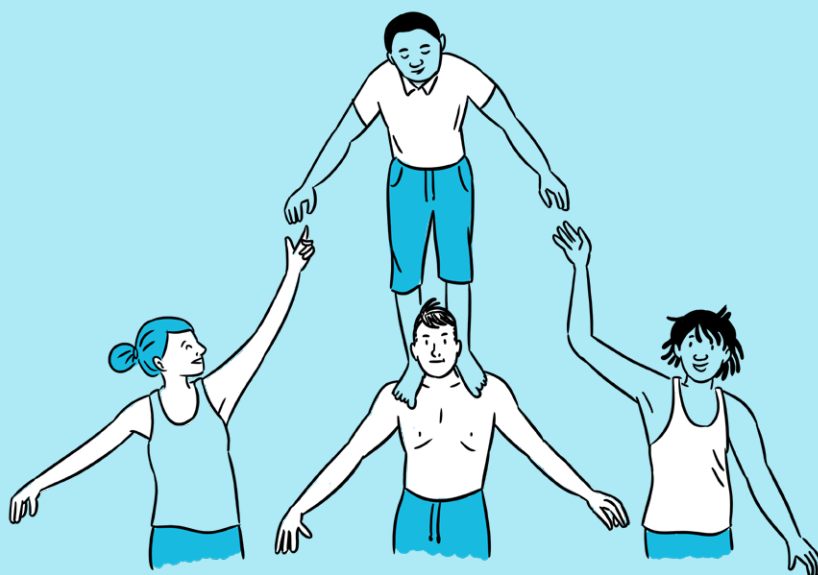
Reporters Solidaires è un'organizzazione composta da giornalisti francesi e africani. Insieme realizzano attività di formazione per sviluppare le competenze di giornalisti africani.

Lo scopo principale del loro progetto **Migrations and development** è stato quello di girare un documentario per sensibilizzare il pubblico sul tema delle migrazioni, nello specifico dalla Guinea Conakry. Il progetto è stato realizzato in collaborazione con **Voyager Autrement en Guinée** – una OSC francese che ha profondi legami con la diaspora guineana.

Il documentario è stato proiettato in occasione di dibattiti e discussioni sull'argomento. Il progetto ha portato anche alla produzione di brevi filmati disponibili su un canale Youtube nei quali si sono raccolte storie di guineani emigrati in Francia e di guineani rientrati in patria dopo un'esperienza di migrazione. Il documentario è stato girato dal giornalista guineano Hammady Cherif Bah insieme al giornalista francese Jean-Pascal Bublex.

Il documentario raccoglie interviste realizzate in Guinea Conakry e in Francia. Le persone intervistate hanno avuto l'opportunità di raccontare la propria storia – perché hanno voluto lasciare la Guinea o perché hanno deciso di tornare per dare il proprio contributo allo sviluppo del Paese. Il documentario ha inoltre presentato le iniziative promosse dai migranti di ritorno, dalle associazioni femminili e da artisti per comunicare che esiste un futuro in Guinea e che le persone che stanno pensando di partire possono contribuire allo sviluppo del proprio Paese.

Il documentario racconta la storia di singoli individui, ma descrive anche le sfide che la Guinea sta affrontando come Paese. Così facendo mette in luce le cause principali delle difficoltà: la povertà strutturale, la mancanza di accesso a istruzione e lavoro dignitoso, il malgoverno nel Paese. Queste ragioni profonde spiegano in parte per quale motivo le persone decidano di lasciare il Paese in cui sono cresciute e perché si sono lasciate alle spalle tutti i familiari e le persone care. Il documentario presenta anche i punti di vista di abitanti di Lione che hanno assistito all'arrivo di migranti nei quartieri in cui vivevano.



9 Approcci innovativi e metodi creativi per coinvolgere nuovi gruppi target

I progetti finanziati con fondi FVR hanno fatto ricorso a diverse metodologie pedagogiche funzionali – come il gioco, la recitazione, la narrazione – per affrontare i vari temi e collegarli alle attività previste nei progetti. Questi approcci hanno permesso di attrarre nuovi gruppi target e di coinvolgere maggiormente le persone. I nuovi approcci possono creare delle esperienze e delle reazioni emotive forti che i partecipanti in seguito collegheranno alla causa e ciò renderà più probabile che in futuro siano sensibili al tema affrontato.

I progetti inoltre hanno insegnato alle OSC a conoscere meglio i social media – e a rendersi conto che bambini, giovani e adulti li utilizzano in modo differente.

Per veicolare i messaggi collegati ai progetti si sono utilizzati metodi diversi. In Belgio è stato organizzato uno spettacolo di circo acrobatico per presentare al pubblico le migrazioni da una prospettiva diversa. In Finlandia è stata creata una escape room sui cambiamenti climatici.

SPUNTI DI RIFLESSIONE:

- Esiste un altro modo per raccontare il vostro lavoro? Usate la vostra creatività e pensate a cosa potrebbe coinvolgere le persone in un modo nuovo.
- L'uso di nuove metodologie, come l'escape room, può attrarre gruppi target diversi. Quando si utilizza l'intrattenimento educativo (o edutainment) bisogna però fare attenzione a non far prevalere la parte di divertimento su quella di apprendimento e di sensibilizzazione.
- A volte funziona di più andare fisicamente dal gruppo target, piuttosto che aspettare che il pubblico arrivi.
 - o I vostri strumenti e i vostri metodi sono trasportabili o possono essere resi tali?
 - o Sarebbe possibile per voi raggiungere il vostro gruppo target ad es. nei luoghi di lavoro, nelle piazze o in centri ricreativi?

66 FINLANDIA: LE ESCAPE ROOM CREANO AMBIENTI ACCATTIVANTI PER IMPARARE

Il **Museo etnografico Helinä Rautavaara** ha come obiettivo principale la presentazione di informazioni e manufatti etnografici relativi alle culture del mondo. Nel suo progetto **Climate game: Global stories and common challenges** ha voluto sensibilizzare il proprio pubblico sugli effetti dei cambiamenti climatici sulla produzione di cibo, sulle migrazioni e sulla parità di genere. Ha anche presentato soluzioni adottate nel Sud del mondo per affrontare i cambiamenti climatici.

Il Museo Helinä Rautavaara ha progettato una escape room. L'idea originale era quella di organizzare l'escape room nei locali del museo, ma a causa di lavori di ristrutturazione l'attività si è dovuta riprogettare, in modo da poterla trasportare nelle diverse scuole con attrezzature portatili e tempi di preparazione ridotti. Una fortuna nella sfortuna: in questo modo sono state raggiunte scuole che non avrebbero avuto accesso al museo.

Il ricorso alle escape room è un metodo pedagogico molto coinvolgente, poiché rende fluido l'apprendimento. Tuttavia, può essere complicato combinare l'apprendimento su temi complessi come i cambiamenti climatici con una metodologia che prevede anche il gioco e il divertimento. C'è il rischio che chi partecipa si concentri più sulla risoluzione del gioco che sulla questione di fondo. Questo può comunque essere evitato con una progettazione pedagogica accurata.

66 DANIMARCA: LA CAROVANA DELLA SOSTENIBILITÀ HA ISPIRATO INGEGNERI E AZIENDE AD AGIRE

Riuscite a immaginare tutti gli ingegneri danesi impegnati a sviluppare soluzioni concrete per il raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile nelle aziende in cui lavorano? Questa è stata l'idea dell'**Associazione danese degli ingegneri** che ha dato il via al tour di otto mesi della **Carovana della sostenibilità** che ha percorso tutta la Danimarca.

La carovana ha avuto due diversi obiettivi. Il primo è stato quello di informare gli ingegneri sugli OSS; il secondo quello di porre in evidenza iniziative ed esperienze di aziende che già lavorano con gli OSS. Per esempio, una delle storie condivise è stata quella di una piccola tipografia, che intende diventare la tipografia più verde al mondo. Le varie storie avevano lo scopo di motivare altre aziende ad attivarsi per il raggiungimento degli OSS.

La Carovana della sostenibilità è riuscita a raggiungere un numero di persone impressionante. Ha visitato 38 aziende in tutto il Paese e circa 1.400 ingegneri hanno preso parte ai laboratori. La realizzazione della carovana è stata il risultato del lavoro di un gruppo di mille volontari. Un gruppo di giovani ingegneri ha scritto su un blog 15 post dedicati alla Carovana, che sono stati letti più di diecimila volte.

L'Associazione danese degli ingegneri ha inserito gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile in tutte le sue attività e ha creato al proprio interno un gruppo di lavoro dedicato agli OSS allo scopo di organizzare eventi pubblici sull'argomento.



BELGIO:

IL CIRCO ACROBATICO RACCONTA LE MIGRAZIONI

Amoukanama è una OSC creata da un gruppo di artisti circensi originari del Belgio e della Guinea Conakry. Il loro sogno è quello di creare una scuola di arti circensi a Matam, quartiere di Conakry, dove gli artisti guineani possano divenire acrobati e migliorare le proprie possibilità. Per il progetto finanziato da FVR, Amoukanama ha creato uno spettacolo acrobatico dedicato al tema delle migrazioni. In questo spettacolo, le migrazioni sono viste attraverso gli occhi di un giovane migrante africano e vengono mostrate le diverse fasi del viaggio.

Mentre lo spettacolo era in preparazione sono emerse molte difficoltà. È stato impossibile far arrivare in Belgio gli artisti circensi dalla Guinea a causa di norme sui visti molto severe. Amoukanama ha quindi deciso di inserire anche questa difficoltà nella trama dello spettacolo, per mostrare gli ostacoli che i giovani africani devono affrontare se vogliono venire in Europa per motivi di studio, lavoro, scambio culturale o altro. Al progetto si è unito un gruppo di acrobati guineani residenti in Belgio.

Nel corso del progetto ci sono stati in tutto ventidue spettacoli e trenta laboratori di acrobazia, arrivando in 22 città del Belgio e in una città olandese. Agli spettacoli hanno assistito centinaia di persone e i laboratori, benché su scala più ridotta, hanno creato uno spazio per tessere relazioni più concrete con il pubblico, prevalentemente costituito da giovani.

Un fattore importante legato al successo degli spettacoli è che hanno dato un volto umano agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile. Lo show ha permesso al pubblico di vedere che questi temi non sono nozioni astratte e di capire che il modo in cui affrontiamo le sfide comuni ha un significato per persone reali in altre parti del mondo.



10 L'efficacia di reti ampie e diversificate

I progetti finanziati da Frame, Voice, Report! hanno creato nuove opportunità per far lavorare insieme organizzazioni della società civile e soggetti provenienti da settori diversi. Come conseguenza, si sono sviluppate delle sinergie proficue tra volontari, membri del personale e stakeholders. Quando attori diversi lavorano insieme si possono produrre effetti maggiori. La presenza di molti partner che rappresentano i diversi settori della società porta a un ampliamento di prospettive e discorsi.

Le numerose partnership e le collaborazioni tra OSC finanziate e stakeholders hanno creato una rete più ampia di influenza come dimostrato dagli esempi riportati di seguito, con progetti svolti in Piemonte (Italia), Danimarca e i Paesi Bassi. Le reti hanno apportato maggiori conoscenze, l'accesso a nuovi gruppi target e nuove idee, oltre che forme di collaborazione continuative.

SPUNTI DI RIFLESSIONE:

- Una delle principali lezioni apprese dei progetti FVR è l'importanza delle collaborazioni. Rimanere nella cosiddetta "comfort zone" riduce le possibilità di produrre un reale cambio di narrazione e, ancora di più, di innovare le proprie attività. Uscire dalla vostra bolla vi permetterà di offrire delle narrazioni più complesse.
- Avete guardato al di fuori della vostra comfort zone? I mezzi di informazione, le società di ricerca, gli enti locali, le imprese sociali, le altre OSC prendono in considerazione tematiche diverse da quelle di cui vi interessate voi?
- Chi potrebbero essere i (nuovi) partner a cui potreste rivolgervi? Qual è l'obiettivo comune su cui potreste lavorare insieme?

“ DANIMARCA: PARTNERSHIP AMPIE = MOBILITAZIONE PIÙ AMPIA

Eir.org organizza la Global Goals World Cup, torneo di calcio femminile a tema Obiettivi di Sviluppo Sostenibile. La squadra vincente è quella che unisce nel modo più spettacolare il calcio e forme creative di attivismo. Per qualificarsi ciascuna squadra deve scegliere uno dei 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile su cui basare le proprie iniziative. Durante la partita, le squadre totalizzano punti in quattro categorie diverse: azione, stile, pubblico e risultati delle partite.

Come parte del proprio progetto **Her Story Arena**, Eir.org ha organizzato un torneo di calcio a Copenaghen, a cui hanno partecipato numerose organizzazioni, aziende e autorità locali, anche in qualità di finanziatrici: le aziende hanno dato un contributo economico e coperto le spese per trasporti materiali. Anche gli enti locali hanno dato un contributo e messo a disposizione il campo.

Eir.org ha sviluppato questa idea in collaborazione con l'amministrazione cittadina, che si è dichiarata molto interessata a inserire gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile in altri eventi organizzati a Copenaghen.

Le diverse forme di collaborazione hanno aiutato Eir.org a organizzare il torneo, ma hanno anche dato origine a una mobilitazione di gran lunga maggiore di quella che la OSC avrebbe creato agendo da sola, sia per il numero di partecipanti sia per le tipologie di target coinvolte.

“ PAESI BASSI: L'APPROCCIO COMUNITARIO PER IL RAGGIUNGIMENTO DEGLI OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE

Per celebrare la scelta del Comune di Haarlem di diventare una "Città per gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile", è stato lanciato il progetto **Sustainable Haarlem in a World perspective**. Questa scelta e il progetto finanziato da FVR hanno generato un proliferare di eventi a Haarlem. L'organizzazione promotrice, **Stichting Stedenband Haarlem-Mutare**, è stata fondata in seguito all'accordo di gemellaggio tra il Comune di Haarlem e il Comune di Mutare (Zimbabwe), per promuovere scambi tra le due città su temi rilevanti per entrambe le comunità.

Sono stati organizzati 6 dibattiti sugli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile con la partecipazione di esperti provenienti da Zimbabwe e Paesi Bassi. È stata allestita una mostra sull'economia circolare coinvolgendo artisti locali che lavorano con materiali di riciclo. Inoltre, è stato elaborato un percorso educativo per le scuole, che prevedeva anche l'incontro tra studenti e esperti dello Zimbabwe.

Dal progetto sono emerse nuove attività. È stata intensificata la collaborazione tra artisti di Haarlem e di Mutare. Il Centro per lo Sviluppo Sostenibile e l'Economia Circolare "Haarlemmer Kweektuin" e il Centro per la Natura e l'Educazione Ambientale hanno rafforzato la propria collaborazione programmando insieme una mostra dedicata alle tematiche ambientali. Infine, la città di Haarlem ha aderito alla campagna per il raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Associazione dei comuni olandesi.

L'approccio basato sulla comunità ha portato al coinvolgimento di organizzazioni della società civile, imprese sociali, collettivi di artisti, scuole primarie, secondarie e uffici comunali. Il 20% della popolazione totale di Haarlem era a conoscenza delle attività di progetto e il 5% della popolazione vi ha partecipato.

66 PIEMONTE (ITALIA): COLLABORAZIONI CHE SI FANNO SEMPRE PIÙ SOLIDE

Escape4change è stato il progetto attuato da **LVIA** - Ong di medie dimensioni - e **Eufemia** – piccola organizzazione giovanile. Le due organizzazioni hanno combinato esperienze e competenze diverse per sensibilizzare e coinvolgere le persone nel raggiungimento dell'Obiettivo di Sviluppo Sostenibile 13 - Agire per il clima. Questo è stato fatto mostrando come i cambiamenti climatici abbiano effetto sulle popolazioni rurali sia in Afar (Etiopia) sia in Piemonte.

Oltre al proprio personale, LVIA e Eufemia hanno coinvolto numerosi professionisti: un videomaker, un fotografo, un giornalista, un esperto di intrattenimento educativo e un grande numero di volontari. Durante il viaggio stampa in Etiopia per la produzione del documentario, LVIA e Eufemia hanno coinvolto anche l'Agenzia italiana per la cooperazione internazionale, uno stakeholder rilevante, per la realizzazione di interviste e video. Completato il viaggio, le due OSC hanno allestito una escape room didattica sui cambiamenti climatici.

Tutti i livelli di collaborazione hanno prodotto risultati eccellenti. LVIA e Eufemia stanno tuttora collaborando alla realizzazione di nuovi progetti e hanno ideato nuove escape room didattiche. Ciò che era iniziato come un nuovo progetto è divenuto la nuova normalità per le due organizzazioni.

Risorse

Speriamo che le lezioni apprese e i casi riportati come esempio possano essere una fonte di ispirazione per le Organizzazioni della Società Civile in tutta Europa.

Di seguito trovate una serie di risorse da cui trarre altri consigli e informazioni in materia di framing e valori, comunicazione costruttiva e organizzazione di campagne di sensibilizzazione.

Per ulteriori dettagli sul progetto Frame, Voice, Report! potete consultare il sito:

www.framevoicereport.org/it

Comunicazione costruttiva

- Il **Vademecum per un'informazione internazionale** responsabile sviluppato nel corso del progetto DevReporter Network da Lafede.cat, RESACOOOP e COP.

Framing e valori

- **Reframing the message**, un toolkit sviluppato da CISU che espone teorie su framing e valori e serve come guida pratica al lavoro di comunicazione, comprendendo svariati approcci, tra cui quello alla comunicazione costruttiva.
- **Finding Frames: New ways to engage the UK public in global poverty**. Una relazione prodotta da BOND sul framing nella comunicazione sullo sviluppo.
- **Common Cause Communication**. Un toolkit per la comunicazione e il fundraising che mette in evidenza, fornendo esempi di casi realmente accaduti, i modi in cui le comunicazioni e le campagne degli enti no profit possono promuovere e rafforzare alcuni valori piuttosto che altri.

Campagne e educazione

- **Game On! A Practical Guide to Campaigning**, manuale sviluppato per la campagna **"Make Fruit Fair!"**. Fornisce delle conoscenze basilari sulle strategie per organizzare una campagna e presenta idee creative e strumenti per le vostre attività connesse con l'organizzazione di campagne.
- La guida sull'**Educazione agli Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile** realizzata da UNESCO.
- La **Strategia italiana per l'Educazione alla Cittadinanza Globale**.

Per avere ulteriori informazioni su Frame, Voice, Report! potete contattare i partner di progetto:

CISU / Danimarca

CISU - Civilsamfund i Udvikling
Klosterport 4x, 3. sal
8000 Århus C
Danimarca
E-mail: cisu@cisu.dk
Sito Web: www.cisu.dk

COP / Piemonte

Consorzio ONG Piemontesi
Via Borgosesia 30
10145 Torino
Italia
E-mail: cop@ongpiemonte.it
Sito Web: www.ongpiemonte.it

Finnish Development NGOs Fingo / Finlandia

Fingo
Elimäenkatu 25–27 (5. krs)
00510 Helsinki
Finlandia
E-mail: info@fingo.fi
Sito Web: www.fingo.fi

Lafede.cat / Catalogna

Lafede.cat
C. Tàpies, 1-3
08001 Barcelona
Spagna
E-mail: informacio@lafede.cat
Sito Web: www.lafede.cat

RESACOOOP / Auvergne-Rhône-Alpes

RESACOOOP - sede di Lione (sede centrale)
10 place des Archives
69288 Lyon cedex 02
Francia
E-mail: mail@resacoop.org
Sito Web: www.resacoop.org

Sede di Clermont-Ferrand

Hôtel de Région
59 boulevard Léon Jouhaux
63050 Clermont-Ferrand
E-mail: auvergne@resacoop.org
Sito Web: www.resacoop.org

Wilde Ganzen / Paesi Bassi

Wilde Ganzen
Piet Mondriaanlaan 14
3812 GV Amersfoort
Paesi Bassi
E-mail: servicedesk@wildeganzen.nl
Sito Web: www.wildeganzen.nl

11.11.11 / Belgio

11.11.11 - Koepel van de Vlaamse Noord-Zuidbeweging
Vlasfabriekstraat 11
1060 Bruxelles
Belgio
E-mail: info@11.be
Sito Web: www.11.be

Come coinvolgere la cittadinanza nel raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile

Frame, Voice, Report! ha permesso di sostenere iniziative promosse da centinaia di organizzazioni della società civile, grazie al finanziamento del programma DEAR - Development Education and Awareness Raising della Commissione Europea. Il programma DEAR finanzia progetti che coinvolgono la cittadinanza dell'Unione Europea nello sviluppo di soluzioni per problematiche globali di natura sociale, economica e ambientale.

Il progetto Frame, Voice, Report! ha avuto l'obiettivo di rafforzare la consapevolezza e l'impegno della cittadinanza europea ad agire per il raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile. I 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile fanno parte dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, il programma d'azione per le persone, il pianeta e la prosperità sottoscritto nel settembre 2015 dai governi dei 193 Paesi membri dell'ONU.

Il titolo del progetto fa riferimento ai tre approcci alla sua base: FRAME - esaminare in modo critico la contestualizzazione delle questioni di interesse globale, VOICE - ascoltare la voce delle persone del Sud del mondo, REPORT - promuovere la collaborazione tra organizzazioni della società civile e mezzi di informazione.

Le organizzazioni partner del progetto sono state: CISU (Danimarca), COP (Piemonte – Italia), RESACOOOP (Auvergne-Rhône-Alpes – Francia), Lafede.cat (Catalogna – Spagna), FINGO (Finlandia), Wilde Ganzen (Paesi Bassi) e 11.11.11 (Belgio) in qualità di partner associato.

Il progetto è iniziato nel 2017 e si è concluso a dicembre 2020. Durante i tre anni di progetto sono stati finanziati 177 progetti su Obiettivi di Sviluppo Sostenibile, migrazioni, parità di genere, cambiamenti climatici, realizzati da 220 organizzazioni della società civile di piccole e medie dimensioni.

www.framevoicereport.org/it

