



NARRATIVE CHANGE FELLOWSHIP

Sara Giudice

CHE STORIA!

**Come neurodivergenze e
autismo vengono narrati
dentro e fuori dall'audiovisivo
italiano**



NARRATIVE CHANGE FELLOWSHIP

Sara Giudice

Sara Giudice conclude i suoi studi con una tesi in Storia della televisione presso La Sapienza Università di Roma. Si forma come sceneggiatore presso Premio Solinas e come scrittore presso The Stinging Fly. Scrive Crip 101, newsletter su media diversity e narrative change, ed è cultural producer per The Rome Review.



A partire da Marzo 2024, ho svolto, con supervisione di Andrea Oleandri, la prima fase della Narrative Change Fellowship. Il lavoro è stato dedicato alla **ricerca e verifica di dati** che potessero dare **un quadro chiaro dello stato generale della narrazione di neurodivergenze e autismo**. Si è scelto di **partire dal quadro ampio delle neurodivergenze e poi procedere sul focus più specifico dell'autismo** per avere **più spazio di manovra** e, allo stesso tempo, **non eliminare a monte la possibilità di utilizzare il paradigma della neurodiversità**. Questo posiziona politicamente il lavoro della Fellowship, che pure non ha omissso di considerare il punto di vista opposto fra i dati raccolti, senza bias cognitivi che potessero portare giudizi e, quindi, limitazioni.

Glossario essenziale

- **Neurodivergente**

Ciò che viene inteso e percepito come non neurotipico, cioè che si sviluppa in maniera opposta a ciò che è definito come neurotipico, cioè nella norma. Include autismo, ADHD, Sindrome di Tourette, alcuni disturbi della personalità (es. Bordeline) etc.

- **Autismo**

Definito come un disturbo del neurosviluppo.

- **Neurodiversità**

Normale variazione neurologica umana. Anche, paradigma che opera un *reframing* nella definizione di neurodivergente in relazione con il neurotipico, spostando l'attenzione dal modello medico a quello sociale o socioculturale (della disabilità).

Quale messa in scena?



Elementi di base per capire la narrazione delle neurodivergenze e dell'autismo in Italia

Per approcciare alla questione, mi sono concentrato dapprima **sull'osservazione del linguaggio** e l'approccio che viene usato in contesti quali il **giornalismo generalista, quello specializzato, la letteratura scientifica, gli audiovisivi e l'associazionismo di categoria e le istituzioni**. Si sono considerati **sia i contenuti in italiano che in inglese**, considerando la lingua inglese come strumento di internazionalizzazione del tema.

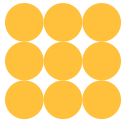
Sin da subito, si è notato uno **scarto fra come si parla di autismo e neurodivergenze in italiano e in inglese**. In italiano, le neurodivergenze e l'autismo sono trattate da un punto di vista strettamente medico, nel giornalismo, mentre in lingua inglese ci si apre più facilmente a prospettive sociali e culturali. Se **in entrambe le lingue, il lavoro è molto presente**, in italiano è trattato come [strumento di "emancipazione" pur sempre patologizzante](#), mentre in lingua inglese dà accesso a [osservazioni sul reale in ottica di cambiamento](#).

Si è evidenziato uno scarto, nel campo della ricerca accademica, fra le pubblicazioni e i gruppi di ricerca. Le prime, consultate dall'elenco fornito sul sito [dell'Osservatorio Nazionale Autismo](#), forniscono approcci prettamente medico-organici, mentre i gruppi di ricerca forniscono più facilmente aperture alla sfera socioculturale delle neurodivergenze e dell'autismo (es. [Gruppo di ricerca partecipativa autismo](#)). Questo si fa risalire ai diversi approcci della ricerca dei vari istituti coinvolti. In generale, si è osservato come **la presenza dell'ISS e del Ministero della Salute, tende a favorire un approccio prettamente medico alla questione**.

Anche nelle associazioni di categoria, c'è uno **scarto fra le realtà nazionali e quelle locali**. Le nazionali, più vicine alle istituzioni, tendono a tenersi in linea con il modello medico mentre le locali (più piccole) virano più facilmente verso un modello socioculturale. Tale scarto è stato confermato anche da uno degli intervistati.

Infine, **nell'audiovisivo, si nota una presenza infinitesimale delle neurodivergenze e dell'autismo sullo schermo**. Pochi sono i prodotti di fiction mentre sono più numerosi i documentari, spesso realizzati da *caregiver* e parenti di persone autistiche. **L'impatto dei prodotti in questione sul mercato rimane basso e poco significativo**, sia in termini di distribuzione che in termini di finanziamento. **L'unica eccezione, *Flaminia***, è giustificata dall'attrice protagonista e regista, Michela Giraud.

Che punto di vista?



Elementi emersi dalle interviste di cinque esperti riguardo il loro punto di vista sulla narrazione contemporanea delle neurodivergenze e dell'autismo in Italia

Un secondo momento della prima fase è stato dedicato alle **interviste di cinque esperti**, che si rivolgono alla questione neurodivergenze e autismo da vari punti di vista. Gli intervistati sono **tre accademici umanisti, di cui due genitori di persone autistiche, un'attivista e un consulente DE&I, quest* ultim* entramb* neurodivergenti**.

Dalle interviste con gli esperti, è emersa una **continuità importante con i dati raccolti** durante la ricerca preliminare. Tutti gli intervistati descrivono **la narrazione delle neurodivergenze e dell'autismo come parziale e limitata, ancora troppo legata al modello medico** della disabilità. Nonostante questo, **buona parte di loro riconosce un cambiamento positivo**. Questo cambiamento è però descritto e percepito come ancora nella sua **fase embrionale**. Inoltre, l'Intergruppo parlamentare per i diritti della persona è indicato come un organo importante di cambiamento politico—ma da una sola intervistata, parzialmente coinvolta.

C'è continuità fra gli intervistati anche per quanto riguarda il **rapporto fra discorso e attività locale e nazionale (es. associazionismo, prodotto audiovisivo, festival e panel), in cui l'ultimo è percepito come il meno aderente al territorio** e all'esperienza più "autentica" della neurodivergenza e dell'autismo.

Fra i desideri degli intervistati, per il **futuro della narrazione** delle neurodivergenze e dell'autismo, rientra una **maggiore libertà e fluidità** della definizione stessa, accompagnata da un **reframing più positivo**. Tutti gli intervistati esprimono, infatti, un **senso di oppressione e fastidio nei confronti del modello medico**, che vogliono abbandonare. Si auspicano **più autodeterminazione, più accessibilità delle persone neurodivergenti e autistiche agli spazi della narrazione** (es. writer's room, redazioni, etc.) e una **maggiore aderenza al reale**, sia in positivo che in negativo.

Tutti gli intervistati indicano **Instagram** come medium principale attraverso cui la nuova narrazione delle neurodivergenze e dell'autismo viene effettuata e cambiata. Gli **audiovisivi vengono considerati di grande impatto, ma poco significativi** per quanto riguarda le produzioni italiane. Da due degli* intervistat*, **l'editoria e la letteratura vengono indicati come più efficienti e veloci** nel cambiamento della narrazione per natura del mezzo.

Che cast?



Stakeholder mapping per capire la copertura della narrazione contemporanea delle neurodivergenze e dell'autismo in Italia

Altro strumento fondamentale per questa prima fase della Fellowship è stata la mappatura degli stakeholder. È emerso sin da subito che **gli attori nel campo della narrazione sulle neurodivergenze e autismo hanno formazioni, capacità e approcci alla questione molto diversi fra di loro**. Sono stati individuati accademici (professori e ricercatori), consulenti DE&I, giornalisti, attivisti e content creator.

Proprio in riferimento a questi ultimi, dalla mappatura è evidente che **gli snodi principali nell'ambiente sono i content creator e che lo spazio della narrazione è quello digitale**. I content creator e gli attivisti sono punto di riferimento anche per chi opera professioni accademiche o chi si occupa di neurodivergenza e autismo "dall'interno" (es. genitori di persone autistiche), molto più dei professionisti della salute (medici o psichiatri).

Si conferma quindi l'**autorevolezza del digitale**.

Quale passo seriale?



Aree di opportunità per cambiare la narrazione contemporanea delle neurodivergenze e dell'autismo in Italia

Al netto dei dati e delle osservazioni messe a sistema fino ad ora, si indicano le seguenti come aree di interesse e possibilità di impatto nelle fasi successive.

La prima area da intercettare è proprio l'audiovisivo italiano. Nonostante lo stato dello stesso appare chiuso e limitato e gli intervistati abbiano confermato una percezione non propriamente positiva nei confronti del mezzo come via verso un cambiamento narrativo, diversi elementi dicono invece della grande potenzialità dell'audiovisivo. [Come anche evidenziato dal 6° Rapporto Auditel Censis sulla Televisione Italiana](#), con lo streaming che pervade l'esperienza televisiva (senza sostituirla del tutto), i prodotti di finzione **audiovisivi sono ormai parte integrante della vita** degli italiani e hanno un impatto notevole sulla loro quotidianità. Un esempio di come un prodotto audiovisivo possa operare come modello di cambiamento narrativo è [Prisma](#), **serie tv italiana**

targata Prime Video che si è posizionata nel mercato italiano come motore di cambiamento nella “rappresentazione delle minoranze”.

Inoltre, la mia esperienza di scrittore mi ha dimostrato che c'è un buon interesse da parte dei professionisti. Durante la mia formazione come sceneggiatore presso **Bottega della Sceneggiatura (Premio Solinas e Netflix)**, fra il 2023 e il 2024, ho sviluppato un progetto seriale “sul tema” dell'autismo in contatto costante con grandi produttori italiani ed europei. Ho potuto vedere che **da parte dei professionisti dell'audiovisivo c'è un diffuso interesse individuale per il tema delle neurodivergenze e dell'autismo**, che è percepito però come nuovo e inesplorato. Nonostante il timore, c'è stata disponibilità e fiducia specificatamente a partire dal tema della storia da parte di tutte le professioni. Per questo, penso che **rivolgersi agli sceneggiatori e agli story editor** (a metà fra gli sceneggiatori e i produttori) sia una buona strategia per muoversi verso un cambiamento narrativo nell'audiovisivo.

Un altro elemento, che è emerso come fondamentale per operare un cambiamento narrativo sulle neurodivergenze e l'autismo è **l'autodeterminazione**. Così come determinato dalla ricerca preliminare e confermato dalle interviste con gli esperti, il modello medico taglia fuori dagli spazi della narrazione la maggior parte delle persone direttamente impattate dalla stessa. Creare spazi di “auto-narrazione” per le persone neurodivergenti e autistiche (non necessariamente coinvolte nel mercato audiovisivo) è fondamentale per porre il focus sulle aspirazioni quotidiane, i desideri e gli ostacoli personali che raramente riescono a essere raccontati in maniera riconoscibile per le persone neurodivergenti e autistiche stesse.

Seguendo i dati raccolti dalla ricerca preliminare e le suggestioni date dagli intervistati, è evidente che c'è bisogno di mescolare la **necessità di superare il modello medico con storie individuali più aderenti alla realtà e meno sensazionalistiche o patologizzanti, facendole coincidere con lo stato del mercato** (audiovisivo, editoriale, letterari, digitale e giornalistico) e dei mezzi che più efficacemente sono già coinvolti in processi di cambiamento narrativo.

Che sequel?



Idee per strumenti che impattino sulla narrazione contemporanea delle neurodivergenze e dell'autismo in Italia

Infine, al netto delle informazioni fino a qui raccolte, si indicano alcuni **potenziali strumenti d'impatto**.

Per ritornare all'audiovisivo, **un report che possa raccontare alle due professioni i desideri del pubblico** e lo stato della narrazione dal punto di vista di ricercatori, *caregiver*, esperti DE&I e

persone neurodivergenti (es. gli intervistati) potrebbe aprire una serie di **conversazioni da convertire poi in progetti audiovisivi**, che si inserirebbero strategicamente nel mercato. Si potrà, inoltre, **sensibilizzare chi ha già accesso agli spazi della narrazione** e può operare cambiamenti in tempi più immediati. Un prodotto audiovisivo più aderenti al reale potrebbe **dare a un pubblico neurodivergente una storia in cui rivedersi**. Tale prodotto contribuirebbe a **incoraggiare il pubblico neurodivergente a raccontare sé stesso**, oltre che rivedersi in una storia pensata nella lingua del territorio che abitano.

In questo caso, penso che cruciale sia la mia esperienza di sceneggiatore, insieme ai contatti che ho già aperto e posso aprire con **Story Editors Italia, Fondazione Diversity, Neuropeculiar APS, Women in Film, Television and Media Italia, 100autori e Writer's Guild Italia**. Questi sono ricevitori ideali del report in questione, che verrebbe comunicato "alla pari".

Intercettando, invece, il desiderio di una maggior aderenza al reale e una cultura della differenza più fluida possibile, creare uno spazio per raccontare storie quotidiane di persone neurodivergenti potrebbe impattare un pubblico ampio, sia di persone neurodivergenti che non. Lo spazio di una **newsletter mensile o bimestrale, in cui si raccontano le quotidianità delle persone neurodivergenti o autistiche a prescindere dalla diagnosi** potrebbe intercettare quel pubblico o non politicamente schierato (come invece sono l'* content creator mappate durante la Fellowship). Una pubblicazione del genere, con un taglio più europeo, può inoltre usare il taglio creativo della favola ("C'era una volta una persona che...") potrebbe garantire più privacy per la persona che si racconta, andando però anche a diffondere "una storia di straordinaria quotidianità", rendendo ancora più facile per le persone neurodivergenti e autistiche l'identificazione.

Tornando alla potenza del digitale, si potrebbe investire anche in **uno spazio online come una pagina Instagram**, più realisticamente legata a un progetto altro, seguendo le suggestioni e i dati emersi dalla ricerca preliminare, la mappatura degli stakeholder e le interviste rispetto all'utilizzo delle piattaforme digitali. La suddetta pagina Instagram potrebbe essere uno spazio creativo più che di divulgazione, in cui favorire il contatto fra i singoli stakeholder (content creator e attivisti), il progetto esterno (es. la newsletter o chi per lei) e il pubblico di riferimento.