



Narrative Lab

Cambiare la narrazione per cambiare il mondo

Uno spazio pensato per chiunque all'interno della società civile lavori alla costruzione di nuove narrazioni che aiutino a superare una retorica divisiva ed escludente.

Cosa intendiamo per cambiamento narrativo



Una narrazione consiste in una serie di storie che insieme trasmettono una visione del mondo o un significato comune – è un’interpretazione condivisa del mondo e del suo funzionamento

(McBeth et al., 2015; Fisher, 1984)

Come osserva Social Change Initiative (2020) – un’organizzazione internazionale con sede a Belfast – , gli esseri umani sono “narratori naturali e le narrazioni sono state al centro della vita per migliaia di anni – le storie e le narrazioni ci aiutano a dare un senso al mondo che ci circonda, ci permettono di comunicare con gli altri e di costruire relazioni durature”. Pertanto, il lavoro sul cambiamento narrativo (narrative change) si basa sull’idea che la nostra realtà collettiva si costruisca attraverso la narrazione in cui crediamo, e che per migliorare i problemi e il mondo, dobbiamo cambiare le idee e le narrazioni sottostanti, presenti nella società.



Ph: Oliver Cole / Unsplash

Cosa intendiamo per cambiamento strutturale o sistemico

Quando un problema esiste come conseguenza di un sistema che lo crea o lo aggrava – come ad esempio, le procedure, le politiche e i comportamenti radicati all’interno di un’istituzione – qualsiasi azione intrapresa che non riesca a raggiungere e cambiare gli elementi di quel sistema, sarà poco efficace come soluzione al problema iniziale.

Prendiamo, ad esempio, l’arresto di singoli agenti di polizia negli Stati Uniti in risposta alle proteste per la morte di persone nere in custodia. L’arresto di uno di loro affronterà un sintomo del problema, ma non risolverà la questione più ampia, poiché l’intero sistema repressivo locale dà il via a processi e pratiche che assicurano che le persone nere rimangano sovraesposte agli arresti e siano trattate in modo più duro.

È in casi come questi che il cambiamento strutturale è l’unica vera soluzione – andare a fondo nei sistemi, alla radice del problema e cambiare gli aspetti che lo causano.



Per creare un cambiamento sistemico è necessaria una “campagna sostenuta per aumentare la capacità e il coordinamento di un intero settore, insieme a una maggiore consapevolezza pubblica e ... politiche governative più forti

(“Catalytic Philanthropy”, Kramer, 2009)

Con il cambiamento sistemico puntiamo invece a creare impatti sostenibili e valutabili, in cui i governi, le imprese e la società civile siano gli attori del cambiamento e siano in grado di attuarlo e sostenerlo. Miriamo anche a sostituire le procedure e le pratiche ingiuste con processi e pratiche abilitanti e positivi.



Una battaglia per sostituire la paura e la rabbia con la speranza e le opportunità

Negli ultimi anni, in tutto il mondo, governi autoritari e populistici si sono moltiplicati con un ritmo allarmante. Allo stesso tempo abbiamo assistito alla diffusione di narrazioni controverse e di minacce al libero flusso delle informazioni e alla libertà di stampa, che hanno destabilizzato i fondamenti della democrazia: partecipazione, corretto dibattito pubblico, controllo indipendente dei media, trasparenza e responsabilità.

Demagoghi e gruppi populistici hanno quindi avuto sempre maggiori possibilità di guidare la conversazione pubblica su eventi di scala locale e mondiale, inquadrandoli attraverso le lenti della minaccia, del rischio e della crisi; suscitando paura, rabbia e amarezza nei confronti dei gruppi vulnerabili e sottorappresentati. Questo ha portato a un aumento della xenofobia e delle violazioni dei diritti umani, e di conseguenza è emersa una forte necessità di contrastare questi messaggi negativi con storie di speranza, opportunità ed empatia. Storie che si possono trovare proprio in quegli stessi eventi mondiali raccontati così negativamente.

Le organizzazioni della società civile e i giornalisti hanno risposto a questo appello. Anche l'attivismo nel giornalismo e l'attività di comunicazione delle organizzazioni della società civile si è rapidamente espanso in questo momento fondamentale per la democrazia in tutto il mondo.



Non c'è dubbio: la società civile è in lotta per riconquistare i cuori e le menti. E può farcela solo se riesce a restituire una voce a chi rimane inascoltato e presentando le loro storie in un modo unico e convincente.

Vogliamo rendervi capaci di cambiare il tono del discorso pubblico

Le organizzazioni della società civile hanno le competenze necessarie per accrescere la coscienza sociale. Possono incoraggiare una maggiore coscienza collettiva condividendo all'interno delle loro comunità storie e informazioni riguardanti i diritti umani, sociali e civili o relative a questione etiche. Coinvolgere un pubblico più ampio su questi temi significa porre le basi per facilitare il cambiamento politico e strutturale.

Conquistare i cuori e le menti di un pubblico che ha sempre più paura attraverso narrazione positive è la chiave per diffondere la speranza e cambiare le narrazioni che alimentano tali paure. Questo incoraggerà e renderà possibile un cambiamento politico e sociale positivo. Vogliamo aiutare le organizzazioni della società civile a costruire una comunicazione efficace, positiva e piena di speranza, che includa storie inclusive e convincenti capaci di coinvolgere maggiormente il pubblico, cambiare la discussione sulle questioni sociali fondamentali e favorire il cambiamento.



Cosa è il Narrative lab

uno spazio pensato con e per coloro che all'interno della società civile lavorano a costruire nuove narrazioni che aiutino la nostra società ad uscire da una retorica divisiva ed escludente. Lo abbiamo pensato come un hub di risorse, occasioni di scambio e collaborazione per coloro che vogliono:

1 **Creare e Promuovere** storie di umanità, speranza e opportunità in aree chiave del discorso pubblico attualmente dominate dalla paura e da una retorica divisiva e escludente

2 **Affrontare e Contrastare** le narrazioni negative che mirano a minare la coesione sociale

3 **Creare sinergie** fra stakeholder diversi per comunicare in modo più persuasivo

4 **Portare Inclusione e Rappresentanza** al centro del dibattito e della comunicazione pubblica

5 **Estendere e Arricchire** il discorso dando spazio a nuove voci e a chi non è ascoltato



Puntiamo a mettere in contatto le persone e le organizzazioni attraverso una community di comunicatori che offra occasioni di mutuo scambio e strumenti di formazione e crescita culturale.

Facilitiamo la collaborazione e l'allineamento strategico fra organizzazioni della società civile e le istituzioni pubbliche.

Attraverso la costruzione di narrazioni e storytelling **aiutiamo le organizzazioni della società civile a "conquistare i cuori e le menti"** di un pubblico che ha sempre più paura, per diffondere la speranza e promuovere percorsi di solidarietà, per incoraggiare e rendere possibile un cambiamento politico e sociale.

Perché un Narrative Lab?



L'idea iniziale di un laboratorio narrativo è nata dal successo di The 19 Million Project, un'iniziativa internazionale co-organizzata da CILD e svoltasi nel novembre 2015. A Roma 148 giornalisti, accademici, imprenditori, attivisti dei diritti umani, sviluppatori, designer e politici provenienti da tutto il mondo si sono incontrati per dare forma a un nuovo racconto su migranti e i rifugiati, la cui crisi umanitaria si stava tragicamente svolgendo alle porte dell'Europa e del Mar Mediterraneo". Ora grazie al supporto di Social Change Initiative, Civitates, The Fred Foundation and Oak Foundation, il Narrative Lab è diventato realtà.



Negli ultimi anni l'UE, e in particolare l'Italia, ha visto un attacco senza precedenti contro le organizzazioni della società civile e coloro ai quali queste organizzazioni forniscono assistenza, in primis i migranti migranti, con un'intensità tale da mettere in discussione i valori e i principi fondamentali su cui l'Italia e l'UE affermano di basarsi: lo stato di diritto, l'inclusione, la solidarietà, l'equità e le pari opportunità.

Questo attacco si è sviluppato in gran parte attraverso un dibattito pubblico eccessivamente incentrato su narrazioni negative e xenofobe. I media mainstream hanno spesso amplificato solo opinioni estremamente polarizzate, con il risultato che il dibattito pubblico è spesso facilmente dominato da voci populiste e anti-liberali, soffocando opinioni più equilibrate e narrazioni più equilibrate.

L'esperienza di Open Migration – il progetto giornalistico di CILD – ci ha insegnato che il fact-checking e l'analisi approfondita, seppur fondamentali, si sono dimostrati insufficienti a controbilanciare le tradizionali narrazioni negative, che sono in grado di diffondersi più ampiamente e rapidamente. Siamo giunti alla conclusione che il fact-checking, seppure faccia ancora parte di una contro-narrazione, non riesca a creare una narrativa alternativa convincente che sta alla base della comunicazione strategica.

In questo contesto, coloro che non condividono opinioni forti sulle questioni pubbliche sono spesso lasciati da parte, nonostante rappresentino probabilmente una "maggioranza silenziosa" le cui scelte di voto e le cui decisioni sono importanti.



La maggioranza silenziosa con cui abbiamo bisogno di parlare

La ricerca *Italia Frammentata* di More In Common, realizzata da Ipsos nel 2017, ha offerto un quadro degli atteggiamenti e dei valori degli italiani in relazione alla migrazione e all'identità.

Quasi la metà della popolazione fa parte di un segmento chiamato “il centro incerto” che non ha particolari sentimenti di apertura o chiusura nei confronti dei migranti; persone che possono essere influenzate dalle narrazioni proposte dai media a tal punto da spostarsi da un lato all'altro dello spettro.

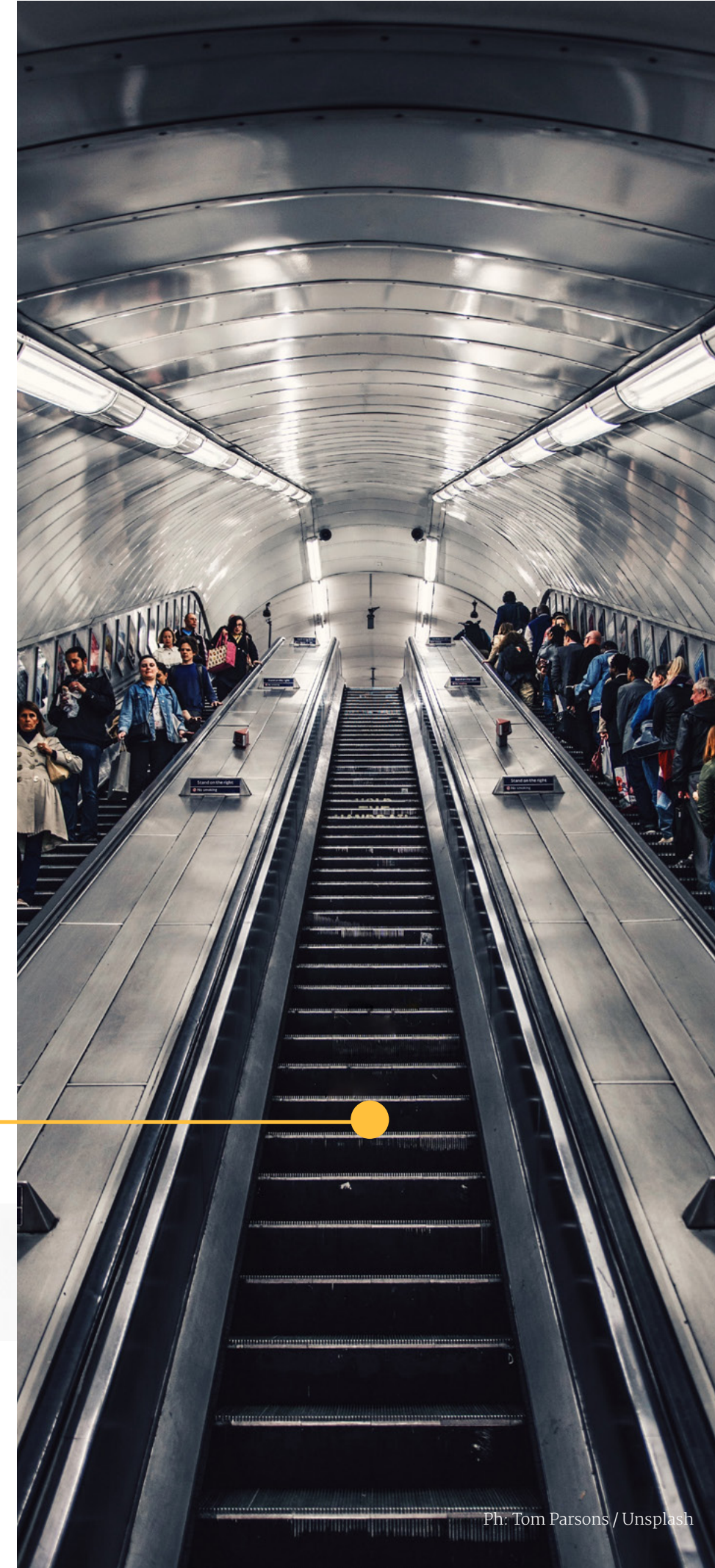
Questo segmento rimane attualmente il target di riferimento più importante, seguito dal segmento dei giovani, dai decisori politici e dai gruppi della società civile.

La segmentazione della popolazione italiana



Fonte: More in Common, Ipsos Italia


openmigration.org



Ph: Tom Parsons / Unsplash

Le storie e le narrazioni sono la chiave del cambiamento sociale e strutturale

Le storie sono un modo potente per trasmettere messaggi chiave e per plasmare e rafforzare una narrazione più ampia. Le storie danno vita alle narrazioni rendendole accessibili e permettendo al pubblico di identificarsi, mentre le narrazioni infondono alle storie un significato più profondo. Il cambiamento politico, così come il cambiamento strutturale e sociale, non sarà possibile senza un cambiamento narrativo.



L'impatto della narrazione in tempi di crisi

Uri Hasson, professore di psicologia e neuroscienze allal Princeton University, osserva che quando un pubblico ascolta una storia le sue onde cerebrali iniziano a sincronizzarsi con quelle del narratore – il narratore inizia letteralmente a connettersi con il suo pubblico. Questo può essere di grande importanza, soprattutto quando uno degli obiettivi della narrazione è quello di creare empatia nel pubblico.

Prendiamo, ad esempio, la campagna “Generation Lockdown”, di March for Our Lives, un’organizzazione americana che mira ad aumentare i controlli per l’acquisto di armi, come risposta alla quantità impressionante di sparatorie nelle scuole USA. Il video della loro campagna ricorda al pubblico quanto sia pericoloso andare a scuola oggi in America e presenta una giovane ragazza, Kayleigh, che spiega agli adulti sul posto di lavoro come sopravvivere in caso di sparatoria. Kayleigh informa i lavoratori su come riconoscere gli spari, come nascondersi e come barricarsi. Quando descrive il suono degli spari, viene mostrata un’immagine di persone in lutto per le vittime di una sparatoria a scuola. Il video termina incoraggiando il pubblico ad informarsi sul l’S.42 *Background Check Expansion Act*, una proposta che punta a limitare la vendita di armi.



La campagna ha avuto un enorme successo:

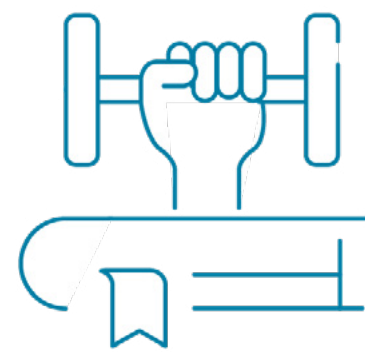
22

milioni di visualizzazioni in una settimana

\$15 million

copertura mediatica equivalente ad un investimento di 15 milioni di dollari.

Cosa Offriamo?



Risorse e
Formazione



Community e
Supporto Strategico

Risorse

Offriamo tutorial, ricerche, frameworks, articoli e toolkit che vi permetteranno di costruire, passo dopo passo, narrazioni che abbiano impatto, comunicazioni basate sulla speranza e forti richiami all'azione.

Alcuni esempi includono:

- Comunicazione di crisi per le organizzazioni della società civile
- Creazione di narrazioni sui diritti umani nel contesto del COVID-19
- Introduzione alla comunicazione hope-based
- Toolkit: Riformulare il racconto della migrazione (International Centre for Policy and Advocacy)
- Italia Frammentata (More in Common & Ipsos Mori)



Formazione

Vogliamo fornire risorse, workshop che illustrano contenuti, buone prassi, casi di studio ed esperienze volte ad accrescere l'impatto comunicativo della società civile. Questo permetterà anche alle organizzazioni più piccole di lavorare in modo strategico per generare un impatto sociale misurabile e tangibile per le loro comunità di riferimento.

I nostri workshop vi aiuteranno a mettere in pratica le nostre risorse e tratteranno argomenti tra cui:

- Comunicazione, diritti umani e COVID-19
- La comunicazione in tempo di crisi
- Comunicazione strategica per il terzo settore
- Comunicazioni basate sulla narrazione e migrazione



Community e Supporto Strategico

Vogliamo che le organizzazioni della società civile siano in grado di cercare sostegno e consulenza per l'attuazione di comunicazioni strategiche all'interno della loro rete. A tal fine offriamo un'assistenza personalizzata con un esperto di comunicazione che può essere organizzata scrivendoci a narrativelab@cild.eu. Vogliamo anche mettere in contatto tra loro le organizzazioni della società civile, creando una Comunità di Pratica che incoraggi domande, scambi di idee, occasioni di networking e collaborazione tra i professionisti interessati ad applicare un approccio di comunicazione strategica nelle loro organizzazioni o campagne. Chi è interessato ad aderire alla nostra comunità può iscriversi alla newsletter del Narrative Lab per maggiori informazioni.



E nel 2021... offriremo **Mentoring**

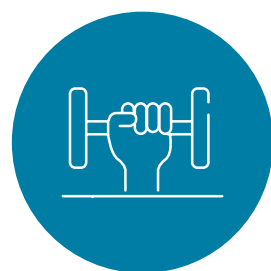
Nel 2021 il Narrative Lab offrirà anche una iniziativa di mentoring, con particolare attenzione ai migranti, ai nuovi italiani delle seconde generazioni e ad altri gruppi non rappresentati.

Ph: Dylan Ferreira / Unsplash

E Adesso?



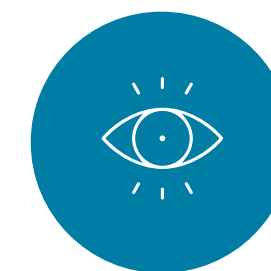
Scarica le nostre
risorse



Segnala il tuo
interesse per i
prossimi workshop



Iscriviti alla
newsletter



Tieniti aggiornato sul
mentoring
per il 2021



Questo progetto è reso possibile
grazie al supporto di:

The Social Change Initiative
Civitates
Oak Foundation
The Fred Foundation

Grazie!

Telefono **(+39) 064506850**

Email **info@cild.eu**

Web **www.cild.eu**

Indirizzo **Via Monti di Pietralata 16, 00157, Roma**



@cild2014



@CILDitalia



cilditalia