CHANGE MAKERS
FOR CLIMATE JUSTICE

ITALIAN AGENCY FOR DEVELOPMENT COOPERATION

actionaid
REALIZZA IL CAMBIAMENTO

CHANGEMAKERS IN ACTION FOR CLIMATE JUSTICE

GUIDA PRATICA PER ATTIVISTƏ

Foto di copertina: Daniel Jukes/ActionAid

Questo rapporto è stato realizzato grazie al contributo finanziario dell'Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo (AICS) nel quadro del progetto "Change Makers For Climate Justice". I suoi contenuti sono di esclusiva responsabilità di ActionAid International Italia E.T.S. e non necessariamente rappresentano le opinioni dell'Agenzia.

© ActionAid International Italia E.T.S. Settembre 2024

CHANGE MAKERS FOR CLIMATE JUSTICE

FINANZIATO DA

AGENZIA ITALIANA PER LA COOPERAZIONE ALLO SVILUPPO

PARTNER

SOMMARIO

INTRODUZIONE 3

1 - RISCHI CLIMATICI: CONOSCENZE E BISOGNI IN AZIONE 4

1.1 Ma... cos'è il cambiamento climatico? 4

1.2 Quali rischi comporta il cambiamento climatico? 8

2 - GIUSTIZIA CLIMATICA: COLMARE IL DIVARIO GLOBALE 9

2.1 Giustizia climatica 9

2.2 I valori della giustizia climatica 9

2.3 Quali sono gli obiettivi della giustizia climatica? 10

2.4 Cosa possiamo fare noi? 10

3 - STRATEGIE DI COMUNICAZIONE PER LA DIFESA DEL CLIMA 11

3.1 Progettare una campagna 11

3.2 Il potere della narrazione 13

3.3 Strumenti digitali 14

COS'È CHANGEMAKERS? 16

IL GLOSSARIO DEI CHANGEMAKERS 17

IL CAMBIAMENTO CLIMATICO NON ESISTE

Sono certa che la situazione che sto per illustrare ti risulterà incredibilmente familiare e che sarà capitato almeno un volta di ritrovartici senza volerlo:

sei a tavola, a pranzo con la famiglia e tutto procede per il meglio.

Ad un certo punto, magari risvegliata da una notizia passata frettolosamente al telegiornale, la zia, un amico, il suocero, la nonna, inveisce improvvisamente pronunciando la fatidica frase «**Ma tanto il cambiamento climatico non esiste**!»

Ti si è gelato il sangue a sentire questa frase? Allora sei nel posto giusto!

Questa guida, da attivisti per attivisti, si pone l'obiettivo di riassumere le **conoscenze** e gli **strumenti** sui temi relativi alla giustizia climatica per diventare un vero CHANGEMAKER perché il nostro impegno faccia la differenza!

In un contesto dove i governi non si impegnano abbastanza per regolamentare le emissioni e le multinazionali antepongono il profitto alla sopravvivenza del pianeta, informarsi ed impegnarsi per la questione ambientale è determinante.

Per fortuna il mondo non è davvero un posto così brutto, il cambiamento è ancora possibile e noi possiamo esserne parte!

1 - RISCHI CLIMATICI: CONOSCENZE E BISOGNI IN AZIONE

1.1 Ma... cos'è il cambiamento climatico?

Sentiamo parlare di cambiamento climatico sui social, in televisione, in radio, dalla persona al bar che si lamenta che non c'è abbastanza pressione dell'acqua. Temperature, buco nell'ozono, accordi internazionali, fenomeni metereologici estremi. **Ma che cos'è esattamente?**

Per capirlo, ci facciamo aiutare dalle definizioni dei due degli enti più rinomati in ambito climatico ed ambientale, l'IPCC e l'UNFCCC che ci spiegano che **il cambiamento climatico è un cambiamento nello stato del clima che persiste per un periodo esteso**, tipicamente decenni o più a lungo, e che può essere rilevato (ad esempio usando test statistici) da cambiamenti nella media e/o nella variabilità delle sue proprietà.

I cambiamenti climatici possono avere origine da **processi naturali** interni o da **forzanti esterne**, quali modulazioni dei cicli solari, eruzioni vulcaniche e cambiamenti antropogenici persistenti della composizione dell'atmosfera o di uso del suolo.

Il cambiamento climatico è **attribuito direttamente o indirettamente all'attività umana** che altera la composizione dell'atmosfera globale ed è in aggiunta alla naturale variabilità climatica osservata lungo periodi di tempo comparabili.

I cambiamenti climatici hanno delle caratteristiche specifiche:

- Le modifiche nelle variabili climatiche sono **senza precedenti** e non sono mai state sperimentate dall'uomo in questa modalità. Basti pensare che le concentrazioni di gas serra in atmosfera nel 2019 sono state le più alte da almeno 2 milioni di anni.
- I cambiamenti climatici in atto e i relativi effetti sono molto **rapidi e non lineari**. Ad esempio, l'aumento del livello medio del mare è aumentato di +1,3 mm all'anno tra il 1901-1971, di +1,9 mm tra il 1971 e il 2006 e di +3,7 mm all'anno tra il 2006 e il 2018.
- Queste modifiche nel clima hanno un'**inerzia**: anche nell'eventualità di consistenti ed immediate politiche di mitigazione sarà necessario far fronte agli effetti del cambiamento climatico. Significa che, se anche domani (scenario fantastico ma purtroppo improbabile) tutte le potenze mondiali bloccassero improvvisamente le emissioni di gas serra, l'inquinamento ci metterebbe alcuni anni a diminuire e dovremmo, comunque, gestire le conseguenze residue.

<<CHE ESAGERAZIONE, D'INVERNO HA SEMPRE FATTO FREDDO E D'ESTATE A SEMPRE FATTO CALDO!>>

Cara zia Gertrude, mi sa che dobbiamo specificare delle cose!

Per spiegarlo meglio, è opportuno fare una distinzione importante e cioè la differenza tra **meteo** e **clima.**

La differenza risiede principalmente nelle modalità di osservazione attraverso modelli scientifici e scale temporali e spaziali.

- Il **meteo** si riferisce **all'osservazione e alla previsione delle condizioni atmosferiche a breve termine** (parliamo al massimo di settimane) **in una determinata area**. Include l'osservazione di fenomeni come la temperatura, le

precipitazioni, il vento, l'umidità che variano costantemente nelle ore e nei giorni.

» Il clima, invece, riguarda le condizioni atmosferiche medie studiate con modelli scientifici a lungo termine. Solitamente, i periodi vengono osservati ed analizzati per periodi di almeno 30 anni per poter fare delle interpretazioni tematiche. Quindi, il clima considera le variazioni medie a lungo termine ed è per questo che, quando parliamo di cambiamento climatico dobbiamo fare riferimento a questi tipi di dati e non al semplice meteo!

Per indagare sul cambiamento climatico dobbiamo fare, quindi, un grosso passo indietro nel tempo e andare a guardare come è mutato il modo in cui funziona il nostro sistema.

Questa storia inizia più di un secolo fa, con l'avvento della **rivoluzione industriale**, fenomeno che ha cambiato radicalmente le modalità produttive e di consumo.

I paesi industrializzati incominciano ad utilizzare massicciamente i **combustibili fossili** attraverso il processo di combustione.

Questo processo chimico rilascia uno scarto, composto prevalentemente da anidride carbonica (CO2), metano (CH4) e vapore acqueo, il quale va a cambiare il bilancio radiativo della terra, surriscaldandola.

Ma proviamo a spiegare meglio questo processo:

Queste sostanze hanno un potere climalterante, ciò vuol dire che, immesse nell'atmosfera cambiano il modo in cui il clima si comporta attraverso il fenomeno del «positive feedback loop».

L'**effetto serra**, nonostante attualmente sia connotato negativamente a causa dell'intervento dell'uomo, è un processo naturale essenziale per la vita sulla Terra.

L'atmosfera agisce come una coperta termica che permette alla radiazione solare a onde corte di raggiungere e riscaldare la superficie terrestre. Questa energia viene poi ritrasmessa come radiazione a onde lunghe che viene in parte trattenuta dall'atmosfera, mantenendo una temperatura media di circa 15 gradi. Senza questo effetto, la temperatura media della Terra sarebbe intorno ai -14 gradi, rendendo impossibile la vita!

GRAFICO 1. POSITIVE FEEDBACK LOOP

Fonte: 2009 Pearson Education, Inc.

L'**intervento dell'uomo** però aumenta la concentrazione di **gas climalteranti**, i quali aumentano lo spessore di questa coperta facendo aumentare la temperatura dell'atmosfera.

Un'atmosfera più calda è anche più capace di mantenere il vapore acqueo agevolando la condensazione e la creazione di nubi. Questo fenomeno esotermico scalda a sua volta l'atmosfera innescando un loop!

Facciamo adesso un balzo negli anni '60, quando, tra un boom economico e l'altro, le Sette Sorelle (sette compagnie petrolifere che dominarono l'industria petrolifera globale) prendono il controllo della produzione ed estrazione del petrolio e di gas naturale a livello internazionale influenzando i prezzi del petrolio e le politiche energetiche in molti paesi.

Una di queste, ExxonMobil, commissiona uno studio ad un gruppo di climatologi chiedendo loro come avrebbe impattato, sul bilancio radiativo terreste (e quindi la temperatura media), un sistema produttivo che assecondasse l'uso così massiccio di combustibili fossili.

Forse avremmo dovuto dare un premio a questo gruppo di scienziati poiché il loro report fotografa perfettamente quello che sta succedendo oggi.

<< MA HA SEMPRE FATTO CALDO!>>

Caro amico GianCarmelo, non è proprio così.

Il grafico sulla sinistra illustra la temperatura media sulla terra nei secoli.

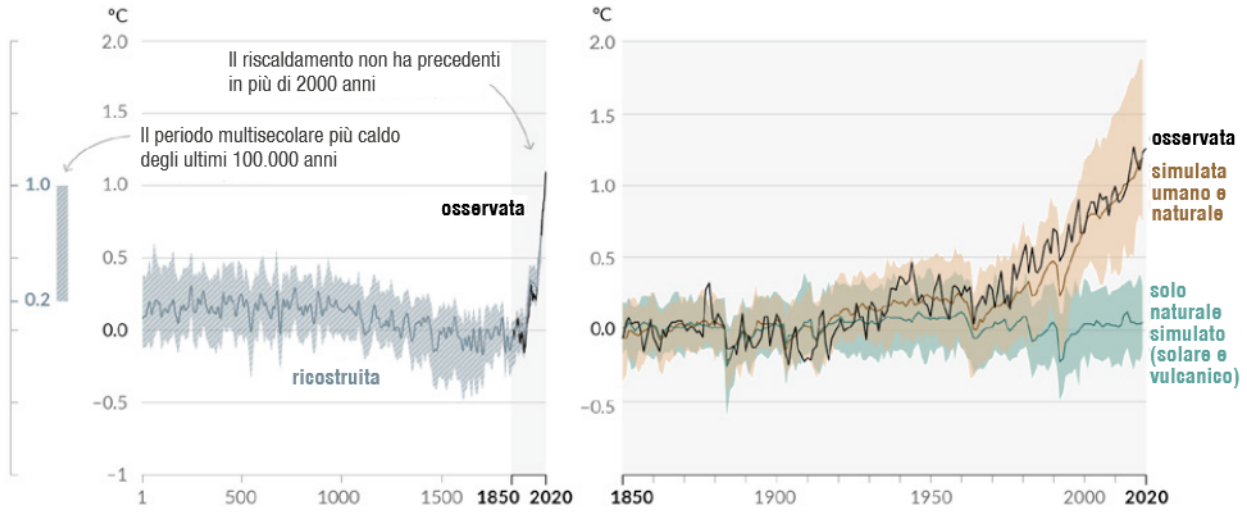
È evidente che c'è una risposta chiara per GianCarmelo e per chi dice che è in corso il naturale ciclo del cambiamento della temperatura.

È certamente vero che le oscillazioni del clima ci sono sempre state, ci sono sempre stati periodi più freddi o più caldi, ma, in media, le anomalia si sono sempre tenute entro certi valori. A partire dal 1850 è evidente una rampa estremamente violenta verso l'alto.
La temperatura media globale nei primi due

GRAFICO 2. CAMBIAMENTI NELLA TEMPERATURA SUPERFICIALE GLOBALE (1850-1900)

(a) Variazione della temperatura superficiale globale (media decennale) **ricostruita** (1-2000) e **osservata** (1850-2020)

(b) Variazione della temperatura superficiale globale (media annuale) **osservata** e simulata utilizzando fattori **umani e naturali** e solo fattori **naturali** (dal 1850 al 2020)



decenni del ventunesimo secolo è stata di un grado superiore rispetto al periodo che va dal 1850 al 1900.

La cosa interessante (e anche molto preoccupante) è che se osserviamo invece l'ultima decade ci accorgiamo che la temperatura media passa a +2 gradi.

Il clima ha impiegato un secolo a prendere un grado e solo dieci anni a prenderne due. L'accelerazione così estrema rende innegabile l'impronta umana e la natura antropologica del problema.

<<MA MIGLIAIA DI ANNI FA FACEVA PIÙ CALDO>>

Cara collega MariaRosalina, il problema di questa affermazione è proprio la velocità con cui questo fenomeno si presenta.
Non si è mai visto, infatti, in tutto il clima osservato o in quello ricostruito, una crescita così repentina.

Il grafico precedente dimostra una cosa importante: la curva nera è il valore dell'anomalia termica osservata dal 1850 al 2020. Presenta delle oscillazioni ma, attorno alla fine della Prima Guerra Mondiale, diventa un trend di crescita. La curva marrone rappresenta i dati simulati sull'evoluzione del clima e aderisce a quella osservata.

Con i **modelli matematici** si può simulare come sarebbe il clima senza le emissioni prodotte dall'uomo e si vede che la temperatura media rimane, seppur con le sue anomalie, uguale a come è sempre stata.

La realtà è che, se continuiamo a perseverare in questo modello di produzione e utilizzo di energia, il pianeta continuerà a riscaldarsi fino a trovare un nuovo equilibrio. Trovare una soluzione è urgente e prioritario, altrimenti, a pagarne le conseguenze saranno la specie umana e la biodiversità.

È dimostrato ormai come l'attuale modello economico, sociale e politico sia insostenibile e pericoloso per il benessere collettivo e del nostro pianeta.

Il problema è sistemico!

SAI QUANTI LITRI D'ACQUA CONSUMA IN MEDIA UN ITALIANO?
Si stimano **200/300 litri** d'acqua al giorno

<<MA COSA VUOI CHE SIA UN GRADO O DUE IN PIÙ!>>

Nonno Pancrazio, purtroppo la temperatura non è l'unico problema che abbiamo.
Basti pensare a come il cambiamento climatico influenza negativamente altre risorse essenziali per l'equilibrio del pianeta e per la nostra sopravvivenza: l'**acqua**.

L'emergenza climatica ha un significativo impatto sulle **risorse idriche**: a causa dell'aumento delle temperature globali, si osservano degli importanti cambiamenti nei modelli di precipitazione che portano ad **eventi metereologici estremi e sempre più frequenti**.

Temperature più alte implicano un aumento dell'evaporazione dell'acqua e un incremento dell'umidità nell'atmosfera.

Ciò comporta due fenomeni opposti.

Da una parte, un'atmosfera più calda aumenta la sua capacità di contenere maggiore vapore acqueo causando **piogge torrenziali e alluvioni** sempre più frequenti e potenti che superano la capacità del suolo di assorbire l'acqua.

Dall'altra parte le regioni aride diventano ancora più secche colpite da **periodi di siccità** sempre più severi e prolungati riducendo la disponibilità di acqua per l'agricoltura, il consumo umano e gli ecosistemi e aggravando la scarsità idrica.

Tutto questo va ad interferire con la modalità in cui la nostra società utilizza l'acqua.

E nel momento in cui l'approvvigionamento alle risorse idriche cambia e diminuisce in alcune zone del mondo, aumenta il rischio di **conflitti** tra popoli.

Si è visto, infatti, che a causa della crisi idrica i conflitti sono in aumento.

Ed ecco evidenziato come la crisi ambientale porta in crisi anche altri settori della vita portando a conseguenze sociali devastanti.

1.2 Quali rischi comporta il cambiamento climatico?

Innanzi tutto, andiamo a spiegare cos'è il rischio!

Il **rischio** può essere definito come il valore atteso di perdite (vite umane, feriti, danni alle proprietà e alle attività economiche) dovute al verificarsi di un evento di una data intensità, in una particolare area, in un determinato periodo di tempo.

Ai fini della protezione civile, il rischio è rappresentato dalla possibilità che un fenomeno (naturale o indotto dalle attività umane) possa causare effetti dannosi sulla popolazione, gli insediamenti abitativi e produttivi e le infrastrutture.

Rischio e pericolo non sono dunque la stessa cosa: il **pericolo** è rappresentato dall'evento calamitoso che può colpire una certa area (la causa) mentre il **rischio** è rappresentato dalle sue possibili conseguenze, cioè dal danno che ci si può attendere (l'effetto).

Il **rischio climatico** comprende i rischi derivanti dal cambiamento climatico, come siccità, ondate di calore e alluvioni frequenti. Questi eventi, già di per sé pericolosi, sono intensificati dal cambiamento climatico sia in termini di frequenza che di gravità.

Secondo l'IPCC, il rischio di impatti climatici è determinato dall'interazione tra pericoli legati al clima e la vulnerabilità e l'esposizione dei sistemi umani e naturali. Le conseguenze negative più significative riguardano vite umane, mezzi di sussistenza, salute e benessere, beni materiali e investimenti economici, sociali e culturali, infrastrutture, servizi, ecosistemi e specie.

Ma dalla nostra parte abbiamo dei **fattori di protezione**! Gestione del rischio e adattamento al cambiamento.

Sentiamo spesso parlare di termini simili in relazione alla transizione ecologica, ma proviamo ad entrare un po' più nel dettaglio.

Gli **interventi di mitigazione** comprendono tutti quegli interventi umani atti a ridurre le fonti di rilascio di gas serra o diretti a potenziare le fonti di assorbimento degli stessi.

L'**adattamento**, invece, è il processo di adeguamento al clima attuale o atteso attraverso il quale individui, comunità, economie ed ecosistemi si preparano e rispondono agli effetti del cambiamento climatico.

L'obiettivo è **ridurre la vulnerabilità** e sfruttare le opportunità favorevoli di **resilienza** contro i rischi climatici al fine di minimizzare i danni.

2 - GIUSTIZIA CLIMATICA: COLMARE IL DIVARIO GLOBALE

2.1 Giustizia climatica

La **giustizia climatica** è una questione cruciale dal punto di vista sociale e parte dall'assunto che il cambiamento climatico non è causato e non colpisce tutti allo stesso modo.

Le comunità più vulnerabili, spesso situate nel **Sud del mondo**, subiscono le conseguenze più gravi del cambiamento climatico, pur avendo contribuito in minima parte alle emissioni di gas serra che lo causano. Queste comunità, che già affrontano sfide economiche, sociali e politiche, vedono aggravare la situazione a causa di fenomeni come la siccità, le inondazioni e le ondate di calore che distruggono raccolti, case e infrastrutture, mettendo a rischio vite umane e mezzi di sussistenza.

I paesi del **Nord globale** hanno storicamente beneficiato di uno sviluppo economico alimentato da combustibili fossili tramite pratiche ecologicamente insostenibili e fondate su un sistema sociale ed economico di mentalità estrattivista (basti pensare che il Global North è responsabile per il 92% delle emissioni in eccesso).

Inoltre, questi ultimi possiedono maggiori risorse per adattarsi ai cambiamenti climatici e per poterne mitigare gli effetti. Al contrario, i paesi del Sud globale, che hanno contribuito meno al problema, non hanno le stesse risorse e capacità per affrontare le crisi climatiche.

Questo divario si traduce in una forma di **ingiustizia climatica**, dove coloro che sono meno responsabili pagano il prezzo più alto.

È essenziale, quindi, richiedere un cambiamento di paradigma che riconosca e affronti queste disparità. È necessario che i paesi ricchi del Nord globale non solo riducano drasticamente le loro emissioni di gas serra, ma forniscano supporto finanziario e tecnologico ai paesi del Sud globale per adattarsi agli impatti del cambiamento climatico.

È fondamentale, inoltre, che le comunità vulnerabili e marginalizzate siano coinvolte nei **processi decisionali** riguardanti le politiche climatiche. Solo attraverso una partecipazione inclusiva si possono sviluppare soluzioni che siano veramente eque e sostenibili.

La giustizia climatica è una questione di **diritti umani** e di **equità** che richiede una risposta globale basata sulla solidarietà e sulla responsabilità condivisa.

2.2 I valori della giustizia climatica

Partendo dal presupposto che le conseguenze del cambiamento climatico vengono pagate in misura sproporzionata da alcune fasce di popolazione, alcune comunità, da alcuni paesi, esistono tre dimensioni della giustizia climatica:

1. **INTERSEZIONALE**: Le comunità e le persone che sono già appartenenti a categorie a rischio, vulnerabili e discriminate, sono anche maggiormente vulnerabili dagli impatti del cambiamento climatico.
   Questa prospettiva sottolinea l'importanza di considerare come le varie forme di discriminazione (di genere, economiche, sociale, religiose) aumentino la vulnerabilità agli effetti del cambiamento climatico.
   È fondamentale tenere a mente queste intersezioni quando si parla di giustizia climatica, poiché coloro che già affrontano discriminazioni sono esposti a rischi maggiori e conseguenze più gravi.

2. **TERRITORIALE**: come anticipato prima, alcuni paesi hanno contribuito maggiormente all'emissione di gas serra nell'atmosfera contribuendo in misura maggiore al cambiamento climatico. Tuttavia, sono i paesi del Sud globale a subirne le conseguenze più gravi.
3. **INTERGENERAZIONALE**: Le azioni e le omissioni del passato stanno compromettendo il futuro e il benessere delle nuove generazioni. Questo implica una responsabilità etica nei confronti delle generazioni più giovani, che erediteranno un pianeta alterato e potenzialmente meno vivibile a causa delle scelte compiute dalle generazioni precedenti.

UN PO' DI DATI

Le diseguaglianze non sono solo in termini di nord e sud ma si riferiscono anche alle corporation e gli individui:

- **100 produttori** di petrolio, carbone e gas sono **responsabili del 70% delle emissioni** di carbonio.
- L'**1%** più ricco del pianeta **inquina quanto due terzi dell'umanità**.
- Le disuguaglianze economiche tra gli stati sono già il **25% più grandi** rispetto a come sarebbero senza cambiamento climatico.

2.3 Quali sono gli obiettivi della giustizia climatica?

- **Proteggere** in ottica intersezionale le categorie più vulnerabili della popolazione mondiale.
- I governi più ricchi devono **prendersi la responsabilità** storica e politica e riparare i danni da loro commessi tramite mentalità estrattivista nella creazione della crisi ecologica. Come? Riducendo drasticamente le proprie emissioni e supportando le nazioni più povere.
- **Promuovere** la **cittadinanza attiva** e la proattività degli individue e delle comunità, coinvolgere più persone possibili.
- **Responsabilizzare** le imprese che contribuiscono negativamente sul clima.

Questi obiettivi sono certamente nobili e necessari da perseguire.

2.4 Cosa possiamo fare noi?

- È essenziale educare noi stessi e sensibilizzare gli altri per influenzare positivamente anche chi ci circonda al fine di creare un movimento più ampio e informato.
- Chiedere ai governi, anche attraverso il voto, di smettere di finanziare il fossile e di iniziare a investire in energie pulite.
- Il cambiamento deve partire dall'alto, con politiche sostenibili.
- Sostenere le campagne sul clima, dando voce alle comunità emarginate, per la difesa dei diritti umani e contro le diseguaglianze ambientali.
- Le nostre scelte di consumo possono influenzare le pratiche aziendali per questo è importante boicottare le industrie che danneggiano maggiormente il pianeta.
- Sostenere l'azione diretta non violenta per dare risonanza al tema e guidare al cambiamento al fine di mobilitare ulteriori risorse e consensi.

3 - STRATEGIE DI COMUNICAZIONE PER LA DIFESA DEL CLIMA

3.1 Progettare una campagna

Nel vasto mare dell'**attivismo climatico**, fatto di dati, fenomeni, avvenimenti e narrazioni, avere gli strumenti giusti può trasformare una piccola onda in uno tsunami di cambiamento!

Ma bisogna essere preparati e portare con noi una fornita **cassetta degli attrezzi** per trasformare i nostri valori ed obiettivi in azioni e campagne strutturate e vincenti!

Questa sezione è dedicata a tutti coloro che desiderano far sentire la propria voce e mobilitare le masse per la causa climatica. Scopriremo insieme i mezzi a disposizione per sensibilizzare, informare e ispirare azioni concrete.

Ma prima di partire… cos'è una campagna?

Una **campagna** è il momento di **massima mobilitazione** (di persone, energie, risorse, messaggi mediatici) dentro una più ampia e complessa azione per il cambiamento, sempre diretta verso un **obiettivo specifico** e realizzabile in **tempistiche definite**.

Consiste in uno strumento classico utilizzato da sempre da gruppi politici e movimenti sociali tramite il quale mobilitare e incamerare nuove persone tra le proprie fila.

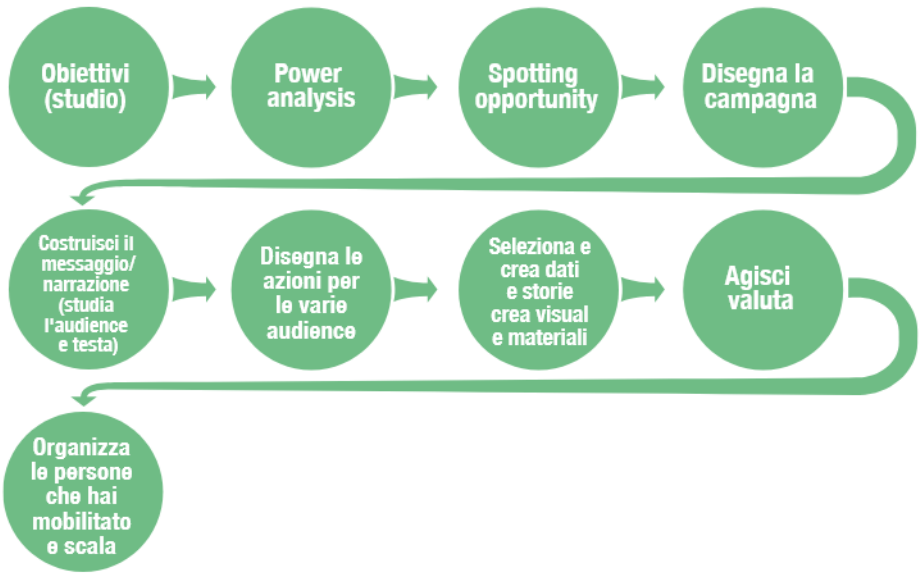
È costituita non solo da un lato performativo, con azioni visibili, ma anche da azioni più piccole e vicine alle persone alle quali cerchiamo di arrivare con voce intima e profonda, con le quali instaurare un rapporto di fiducia poichè condividiamo con loro gli stessi valori e la stessa **visione del mondo**.

Affinché sia efficace, una campagna deve essere ben strutturata.

Da dove partire se non dagli **obiettivi**!

La modalità più efficace per stilare gli obiettivi è seguire la regola **S.M.A.R.T.**, un approccio

GRAFICO 3. PROGETTARE UNA CAMPAGNA E PERCHÉ FARLO



che ci garantisce obiettivi chiari e realizzabili e che facilita il monitoraggio del raggiungimento degli stessi:

Specifici: l'obiettivo deve essere formulato in maniera chiara e precisa e deve rispondere a domande come: Cosa voglio ottenere? Cattura l'essenza del cambiamento desiderato?

Misurabili: i progressi verso il raggiungimento dell'obiettivo devono essere misurabili. Il cambiamento che voglio ottenere è oggettivamente misurabile? Sto adottando una misura chiara?

Raggiungibili (Achievable): tendendo conto delle risorse disponibili in termini di tempo, impegno, persone coinvolte, l'obiettivo deve essere realistico e raggiungibile- È utile poter rispondere a domande come: il target è realistico? È realistico considerando risorse e vincoli?

Rilevanti: deve essere pertinente e significativo ed in linea con i propri valori, esigenze ed altri obiettivi.

Legati al tempo (Time bound): bisogna avere una scadenza chiara che aiuti a pianificare al meglio le azione e i processi. Chiediamoci quali tappe bisogna raggiungere durante il percorso e in quanto tempo.

Dopo aver stilato degli obiettivi, il passo successivo è comprendere il **contesto** in cui si opera. Qui entra in gioco l'**analisi del potere**, un passaggio cruciale per definire e identificare quelli che sono gli attori chiave, le dinamiche di influenza e le strutture di potere che possono determinare il risultato della campagna. L'analisi del potere ti permette di mappare chi detiene il potere, chi può essere un alleato e chi potrebbe opporsi ai tuoi obiettivi. Questo processo include l'identificazione delle persone, delle organizzazioni e delle istituzioni che hanno un impatto significativo sulla questione che si sta affrontando.

Può trattarsi di governi, aziende, media, gruppi di interesse o leader comunitari.

Comprendere queste dinamiche consente di sviluppare **strategie** più mirate ed efficaci. Ad esempio, se si sta cercando di influenzare una politica governativa, sapere quali politici sono più aperti ai cambiamenti climatici e quali lobby esercitano una maggiore pressione su di loro può fare la differenza. L'analisi del potere ti aiuta a focalizzare i tuoi sforzi, costruire **alleanze strategiche** e affrontare direttamente le fonti di resistenza.

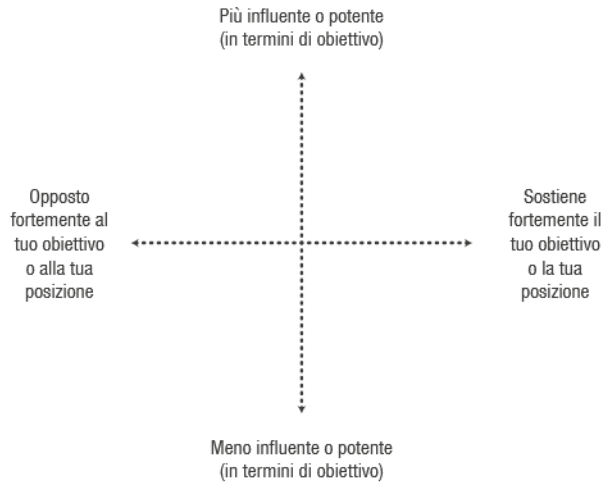
Abbiamo degli obiettivi, alleati e stakeholders, ci manca un target!

Per avere sempre chiaro in mente a chi ci stiamo rivolgendo, possiamo aiutarci con un **identikit della persona** a cui vogliamo parlare, che vogliamo coinvolgere e che può aiutarci a raggiungere i nostri obiettivi.

A questo punto, ci viene in aiuto lo strumento delle «**personas**»: uno o più profili fittizi che andranno a rappresentare i segmenti chiave del pubblico di destinazione.

Per farlo ci basterà includere le caratteristiche socio-demografiche, comportamenti, abitudini di consumo dei media, motivazioni, valori ed interessi al fine di personalizzare ed indirizzare meglio i messaggi e le strategie di comunicazione. E perché no? Diamo anche un nome alla nostra **personas**! Diventerà così la persona-prototipo a cui ci riferiremo per aiutarci nella nostra campagna.

GRAFICO 4. ANALISI DEL POTERE



3.2 Il potere della narrazione

Per realizzare campagne di attivismo efficaci, è essenziale sviluppare una **narrativa** che possa contrapporsi a quella del «nemico». Questo mira a reclutare attivisti e creare comunità forti e coese.

Il community organizing si basa sull'idea che un movimento di attivismo efficace è sostenuto dalla **leadership** delle comunità che lo compongono. Questa leadership non è solo una questione di comando, ma piuttosto di responsabilità: si tratta di aiutare gli altri a raggiungere i loro obiettivi di fronte all'incertezza.

La leadership, in questo contesto, significa organizzare le persone e trasformare le risorse a disposizione nel potere necessario per realizzare il cambiamento desiderato.

Ciò si realizza attraverso delle pratiche fondamentali, tra cui quella di **raccontare storie**: creare una narrativa coinvolgente che risuoni con le esperienze personali degli individui.

Un movimento di attivismo non può esistere senza una **storia condivisa**.

La **narrazione** serve come base per la comunità e il movimento, offrendo una visione comune del cambiamento che si vuole realizzare. Una campagna con obiettivi ambiziosi deve quindi avere una narrativa pubblica potente capace di scardinare lo status quo.

Se non siamo noi a narrare la nostra storia, qualcun altro lo farà al posto nostro!

Le storie efficaci per mobilitare l'**attivismo** devono indurre a fare scelte difficili, creando realtà immaginarie che alimentano la speranza del possibile contro la necessità del probabile. Soprattutto nell'ambito della giustizia climatica, ricca di dati e statistiche, la narrazione non deve solamente presentare dati scientifici, ma condividere a raccontarne i **valori**.

Il nostro attivismo non deve parlare alla pancia, quindi ai bisogni primari, non deve parlare alla testa, con dati e rapporti scientifici, ma deve parlare al cuore per spingere alla **mobilitazione**!

Sono i valori a costruire davvero l'idea di avere delle regole sociali comuni che ispirino l'azione attraverso una condizione emotiva.

Per costruire una **narrativa coinvolgente**, uno strumento può venirci incontro: **il viaggio dell'eroe.**

Questo strumento ci agevola nell'identificare gli elementi chiave che creano la nostra narrazione, facendo corrispondere agli archetipi che vengono illustrati di seguito gli elementi caratteristici della nostra strategia di storytelling:

1. **Broken World:** è il mondo/la situazione nella quale ci troviamo e che tramite la nostra campagna vogliamo cambiare.
2. **The Hero:** corrisponde al pubblico target della campagna che vogliamo mobilitare.
3. **The Magic gift:** corrisponde agli strumenti/occasioni/potere/piattaforme/attività/tecnologie che noi possiamo fornire all'eroe per superare le sfide.
4. **Mentor**: siamo noi, il nostro movimento o organizzazione, ricopriamo il ruolo di mentori e facilitatori dell'attivismo.
5. **The Shadow:** sono le persone o le condizioni che impediscono il cambiamento che vogliamo raggiungere a favore dello status quo.
6. **The Vision:** il mondo ideale, ma possibile che vogliamo realizzare e al quale ci avviciniamo tramite una campagna vincente.
7. **Values and morals:** l'insieme dei valori e convinzioni condivise tra l'eroe e il mentor che faranno da base a tutta la narrazione.

3.3 Strumenti digitali

Viviamo nell'era del **digital** e come attivisti non possiamo prescindere dall'uso degli strumenti digitali per facilitare la diffusione delle nostre idee e delle nostre campagne per raggiungere, coinvolgere e mobilitare il maggiori numero di persone possibile.

In un'epoca dominata dalla rapidità di fruizione dei contenuti, la nostra campagna deve provare a distinguersi con contenuti che catturino l'attenzione e mantengano l'interesse del target.

Per contrastare questa frenesia è cruciale utilizzare **stimoli visivi e sonori** in modo creativo, puntando sulla qualità e sulla profondità piuttosto che sulla quantità.

Quali sono i contenuti migliori da utilizzare?

Possiamo trarre vantaggio dalla promozione di **storie autentiche** ed **esperienze personali** degli attivisti che possono umanizzare la causa e creare un legame più profondo con il pubblico. Ogni immagine e ogni video devono raccontare una storia. È importante rappresentare le persone all'interno del loro **contesto comunitario**, mantenendo alta la qualità e l'autenticità del contenuto.

Eventi, manifestazioni e iniziative locali possono essere promossi e amplificati attraverso i canali digitali, creando un ciclo virtuoso di **partecipazione**.

Le esperienze nate online, come challenge e **raccolte fondi**, possono trovare realizzazione nel mondo reale, rafforzando il senso di comunità e di azione concreta. Questa connessione tra virtuale e reale risponde alla crescente aspettativa delle persone di vedere i fenomeni online trasformarsi in esperienze tangibili.

Coinvolgere il pubblico attraverso **call to action**, interazioni personalizzate e attività collaborative può trasformare il supporto passivo in impegno attivo. Il senso di appartenenza che possiamo infondere in queste comunità di fan può essere impiegato per promuovere un coinvolgimento più profondo e duraturo.

L'**ironia** e la **creatività** possono essere strumenti potenti contro la standardizzazione dei contenuti. Adottare un tono creativo e irriverente può attirare l'attenzione dei più giovani e rendere le campagne più iconiche. Questo approccio può anche sfidare e smontare le **narrazioni dominanti**, proponendo punti di vista alternativi in modo coinvolgente.

Purtroppo, però, anche sui social abbiamo un nemico: l'**algoritmo**. I temi sociali e politici possono essere penalizzati dagli algoritmi delle piattaforme digitali. Per questo motivo, conoscere i meccanismi e le restrizioni è fondamentale per riuscire a veicolare i propri contenuti efficacemente. Per mantenere il più possibile alta la **visibilità** della campagna, è essenziale utilizzare parole chiave alternative, creare contenuti visivi che non violino le policy delle piattaforme e avere una strategia di gestione delle crisi.

È estremamente utile avere un **piano editoriale** ben strutturato per mantenere la coerenza e l'efficacia della comunicazione. Questo include pianificazione annuale di eventi e iniziative, temi e campagne specifiche per ogni mese, aggiornamenti e contenuti regolari settimanali e interazioni giornaliere.

N.B.: Considera sempre il **pubblico** e la **piattaforma di destinazione** quando scegli un visual. Un buon contenuto visivo può variare da foto e video a infografiche e illustrazioni.

Anche il **tono di voce** è importante! Appassionato ma non aggressivo, ottimistico ma realistico ed empatico senza risultare pietistico.

La cassetta degli attrezzi

Orizzontale	1080 x 566	1200 x 630	1600 x 900	1200 x 627	1920 x 1080
Ritratto	1080 x 1350	630 x 1200	1080 x 1350	627 x 1200	1080 x 1920
Quadrato carosello	1080 x 1080	1200 x 1200	1080 x 1080	1080 x 1080	1080 x 1080
Stories	1080 x 1920	1080 x 1920	N/A	N/A	1080 x 1920

COS'È CHANGEMAKERS?

Il progetto «**Changemakers for Climate Justice. Giovani in azione per la giustizia climatica**» – finanziato dall'Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo – AICS - vuole promuovere le competenze di docenti e giovani ragazzi e ragazze (Changemakers) su **giustizia climatica** e **sviluppo sostenibile**, con lo scopo di diffondere consapevolezza e conoscenza di queste tematiche fra la società civile grazie alle attività svolte dagli/lle stessi/e Changemakers coinvolti/e nel progetto.

Per fare questo il progetto opera sui tre assi dell'**Educazione alla Cittadinanza Globale**: educazione formale, educazione non formale ed educazione informale. In ambito scolastico l'azione mira a rafforzare le pratiche educative dei docenti - tramite corsi di formazione, la realizzazione di una guida digitale ad hoc e spazi di confronto - per supportare e fornire competenze a studenti e studentesse per agire quali Changemakers per la giustizia climatica e sociale.

IL GLOSSARIO DEI CHANGEMAKERS

IPCC: Intergovernmental Panel on Climate Change è un'organizzazione internazionale creata nel 1988 dall'ONU per valutare le informazioni scientifiche relative ai cambiamenti climatici. Fornisce rapporti periodici che sintetizzano le conoscenze scientifiche, tecniche e socio-economiche sui cambiamenti climatici, le loro cause, i potenziali impatti e le strategie di adattamento e mitigazione. I suoi rapporti sono ampiamente riconosciuti come la principale fonte di informazioni attendibili e aggiornate per i responsabili delle politiche climatiche a livello globale.

UNFCCC: United Nations Framework Convention on Climate Change è una convenzione internazionale adottata nel 1992 durante il Vertice della Terra di Rio de Janeiro per affrontare il problema dei cambiamenti climatici. Ha l'obiettivo di stabilizzare le concentrazioni di gas serra nell'atmosfera a un livello che prevenga interferenze antropogeniche pericolose con il sistema climatico. L'UNFCCC organizza conferenze annuali (COP) in cui i paesi membri negoziano accordi e misure per combattere il cambiamento climatico, come il Protocollo di Kyoto e l'Accordo di Parigi.

COP: Conference of the Parties è l'assemblea annuale dei paesi membri dell'UNFCCC. Durante queste conferenze, che vengono svolte una volta all'anno, i rappresentanti dei paesi negoziano e valutano i progressi nelle azioni contro i cambiamenti climatici.

ACCORDO DI PARIGI: è un trattato internazionale sul cambiamento climatico adottato nel 2015 durante la COP21. Ha l'obiettivo di limitare il riscaldamento globale ben al di sotto dei 2°C rispetto ai livelli preindustriali, con l'impegno a proseguire gli sforzi per limitare l'aumento a 1,5°C. L'accordo prevede contributi determinati a livello nazionale (NDC) che i paesi devono aggiornare ogni cinque anni e incoraggia la cooperazione internazionale per la riduzione delle emissioni di gas serra e l'adattamento agli effetti del cambiamento climatico.
I paesi devono riferire regolarmente sui loro progressi nell'implementazione degli NDC e fornire informazioni trasparenti sulle loro emissioni e sugli sforzi di mitigazione e adattamento.
I paesi del Nord del mondo si impegnano a mobilitare risorse finanziarie per aiutare i paesi del Sud del mondo a mitigare e adattarsi ai cambiamenti climatici, con l'obiettivo di raggiungere 100 miliardi di dollari all'anno entro il 2020, e di continuare questo supporto fino al 2025.

BILANCIO RADIATIVO: Il bilancio radiativo della Terra è l'equilibrio tra l'energia che il pianeta riceve dal Sole e l'energia che irradia verso lo spazio. Le emissioni di gas serra, come l'anidride carbonica (CO_2) e il metano (CH_4), derivanti dalla combustione e da altre attività umane, influenzano il bilancio radiativo della Terra. I gas serra assorbono e riemettono la radiazione infrarossa (calore) che la Terra emette verso lo spazio. Questo processo intrappola parte del calore nell'atmosfera contribuendo al riscaldamento globale.

CHANGE MAKERS
FOR CLIMATE JUSTICE

ITALIAN AGENCY FOR DEVELOPMENT COOPERATION

actionaid
REALIZZA IL CAMBIAMENTO