

Strategie per raccontare il lavoro sociale

Temi

- Cos'è la comunicazione sociale?
- Esempi
- Autoanalisi: la mia impresa sociale
- Comunicare attraverso le storie
- Decalogo per una comunicazione sociale efficace



Azzardiamo una definizione condivisa: **Cos'è la comunicazione sociale?**

Cos'è la comunicazione sociale?

- messaggio **diretto** a molte persone fatto con un **linguaggio** chiaro e semplice
- un modo per **coinvolgere e sensibilizzare** su un determinato **argomento** un **target** definito
- uno strumento per coinvolgere le **comunità su un problema**
- smontare **pregiudizi e luoghi comuni**
- **ri-educare al bene comune**
- **comunicazione su larga scala di problemi sociali**
- **raccontare se stessi, presentarsi agli altri (ad un pubblico ampio); raccontare la società**
- **denunciare e informare**
- **spingere al cambiamento**

Cos'è la comunicazione sociale?

Non lo so, non mi occupo di comunicazione" (cit.)

Cosa ci insegna la storia?

Chi si occupa di inclusione sociale, diritti umani, cooperazione, ambiente, ecc

pur svolgendo **attività fondamentali**,

pur avanzando spesso idee, metodologie e **interventi innovativi**

pur manifestando un tasso di **professionalità** molto alto

- impossibilità (**spesso per problemi di budget**)
- grandissima fatica (per mancanza di **competenze specifiche**)
- mancanza di una **visione strategica**
- **omologazione** degli stili

**nel promuovere e diffondere
temi, attività e proposte.**

La crisi attuale è sicuramente un potente
acceleratore.

Vediamo insieme alcuni esempi!

Di ciascun esempio proviamo a definire:

1. di cosa si tratta
2. come è fatta
3. cosa ci insegna

Elenco esempi (video) 1/2

- Ognuno ha diritto a una possibilità
- Il tempo dà valore alle cose, una vita dà valore alle persone
- L'uso dei social spiegato agli anziani
- FamiglieSma 1
- FamiglieSma 2
- 5x1000 LILT BARI
- Le scuse per evitare i volontari
- La sua Africa

Anche le grandi **aziende profit** però sanno fare comunicazione sociale.

Alcuni esempi partendo da **un classico**.

Elenco esempi (video) 2/2

- [Per la bellezza autentica – Dove](#)
- [Courage is beautiful – Dove](#)
- [Dejar entrar lo bueno en casa – Leroy Merlin](#)
- [We accept – Airbnb](#)
- [Colgate – Pubblicità Superbowl](#)
- [Do it together – Indesit](#)
- [Sostenibilità, Sobrietà, Solidarietà – Ci Riesco](#)
- [#primopasso](#)
- [«Dalle uno schiaffo!»: le reazioni dei bambini](#)

E adesso? Momento autoanalisi.

La mia impresa sociale, dove sta
(sempre in termini di comunicazione)?

E la mia impresa sociale?

Punti di forza	Punti di debolezza
–	–
–	–
–	–
–	–
...	...

La sfida è quindi sempre la stessa:
come li trasformo in opportunità?

Proviamo a mettere in ordine alcune idee
per realizzare una **narrazione digitale**
efficace.

Perché comunicare attraverso le storie?

Le **storie** creano **identificazione**, aiutano a stringere **legami** di comunità, accrescono la **consapevolezza** e alimentano il **confronto**.

Digital Storytelling e narrazioni visuali

- Storie multimediali di forte impatto emotivo.
- Testi, fotografie, filmati, musica... per narrare in modo vivo ed espressivo esperienze, situazioni e riflessioni grazie a:
 - Tecnologie digitali facili da usare e dai costi fortemente accessibili.
 - Portata comunicativa del Web e dei Social Media per la diffusione: **da uno a molti a da molti a molti.**

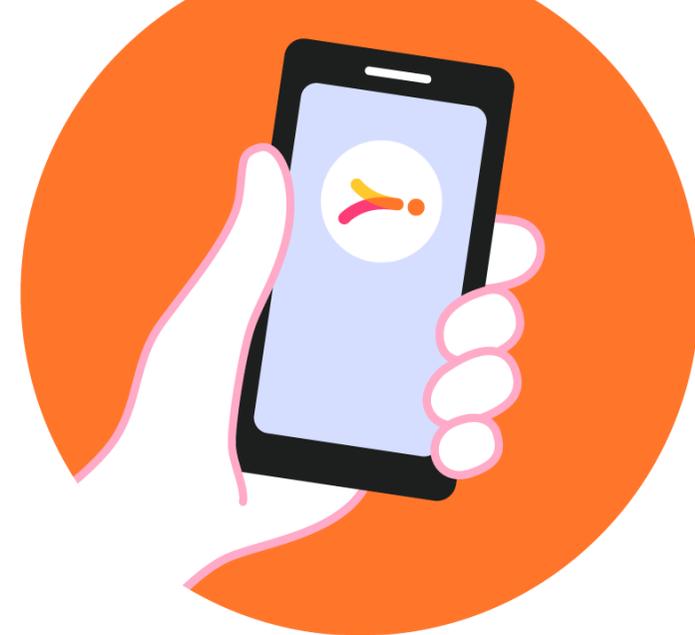
Quindi a cosa serve la comunicazione sociale?

- **Informare e ampliare la conoscenza** su un tema/problema.
- Fornire dati, raccontare storie, sostenere il **lavoro sociale** facendolo diventare patrimonio comune.
- Promuovere **azioni concrete** e stimolare il **cambiamento**.

Appunti per un decalogo condiviso...

...per una **comunicazione sociale efficace**:

1. essere autentici, raccontare sempre la verità;
2. condividere **esperienze**, progetti, iniziative;
3. comunicare i **valori** di un gruppo, la mission;
4. rendere protagonisti delle nostre storie noi e i nostri beneficiari;
5. **sensibilizzare** e denunciare;
6. aumentare la **conoscenza**;
7. **ricordare**, documentare, archiviare, per esprimere un tributo;
8. reclutare **nuovi volontari** o **potenziali donatori**;
9. essere **creativi**, versatili ed efficaci nel linguaggio scelto;
10. avere chiaro l'**obiettivo** (didattico, terapeutico, creativo, ecc).



percorsidimpresa@regione.puglia.it



percorsidimpresa.regione.puglia.it