

Guida All'advocacy



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

SONGS FOR
CHANGE

Introduzione	1
Come impostare una strategia di advocacy	4
Come usare la musica per difendere i valori dell'UE	13
Come influenzare diversi gruppi target	20
Come coinvolgere il pubblico	24
Come impostare una web radio	27
Conclusione	30
Allegato 1	32



SONGS FOR CHANGE

Il progetto Songs for Change è un progetto cofinanziato Erasmus+, volto a promuovere i valori dell'UE attraverso la musica. Il progetto ha una durata di due anni (05/2022-05/2024).

Songs for Change offre ai giovani e agli operatori giovanili l'opportunità di conoscere i valori dell'UE attraverso la musica, di esprimere il proprio punto di vista su questioni importanti e di diventare attivamente artefici del cambiamento producendo canzoni Songs for Change e video musicali rivolti ai coetanei, alle parti interessate della comunità e ai decisori politici.

L'iniziativa è sviluppata da un Consorzio di 7 partner provenienti da Italia, Paesi Bassi, Grecia, Germania, Belgio, Portogallo e Slovacchia, dotati di competenze complementari nel campo dell'educazione informale, dell'empowerment giovanile e della musica.

Il progetto si basa su un modello di apprendimento che combina la musica e l'educazione informale, agendo così sia a livello intellettuale che emotivo. Il modello di apprendimento utilizzato si basa su 4 passaggi: Learn, Create, Produce, and Advocate (LCPA, ovvero Imparare, creare, produrre e sostenere).

Questo metodo consente ai giovani di comprendere, promuovere e attuare i valori dell'UE attraverso la musica, sostenendo il cambiamento.

Le quattro fasi del modello corrispondono a quattro risultati del progetto: una conoscenza essenziale delle nozioni e dei dati principali relativi ai valori dell'Unione europea e alla musica, in uno stile adatto ai giovani e disponibile in diversi formati: toolkit, manuale, serie di webinar e video tutorial.

IMPARARE - IL TOOLKIT SONGS FOR CHANGE (PR1)

CREARE - SERIE DI CREAZIONE DI CANZONI (WEBINAR E WORKSHOP) (PR2)

PRODURRE - TUTORIAL SULLA PRODUZIONE DI VIDEOCLIP (PR3)

SOSTENERE - SONGS FOR CHANGE BROADCAST - DIFFUSIONE DELLE CANZONI PER IL CAMBIAMENTO (PR4)

Questa guida all'advocacy fa parte di Songs for Change BROADCAST, che è il quarto pilastro (A-Advocate) del progetto e del metodo LCPA. Questo risultato è una combinazione di strumenti (web radio, canzoni e videoclip), canali (media locali, social media) e attività (eventi comunitari) attraverso cui i giovani saranno in grado di raggiungere e influenzare i membri della comunità e gli stakeholder, compresi i politici e i decisori politici, e di promuovere e discutere i valori dell'UE attraverso la musica.

La musica e le immagini (video/film) hanno un grande potenziale per promuovere idee e valori, per influenzare e sostenere, ma anche per discutere determinati argomenti (ad esempio attraverso le funzioni interattive dei social media).

Date voce alle vostre opinioni ed esprimetevi attraverso la scrittura, la parola, la musica, la danza o altre forme d'arte e diventate agenti attivi del cambiamento.

Data la capacità unica della musica di abbattere le barriere linguistiche e mettere in contatto le persone a livello emotivo, promuovere i valori dell'UE attraverso la musica è un modo efficace per favorire l'unità, la comprensione e un senso di identità condivisa tra i diversi Stati membri e i loro cittadini. L'UE si basa su valori condivisi come la democrazia, i diritti umani, lo Stato di diritto e l'inclusione sociale. Attraverso la musica, i cittadini dell'UE possono favorire lo scambio culturale e condividere l'apprezzamento per la diversità, promuovendo al contempo un'identità collettiva europea. La musica può essere utilizzata per promuovere la pace e la comprensione concentrandosi sui temi della riconciliazione, della tolleranza, dell'empatia e della cooperazione. È anche un mezzo per insegnare la storia, le sfide e il percorso di ogni nazionalità.

La musica è in grado di colmare i divari tra le diverse culture e di ricordare alle persone che, nonostante le differenze, esistono valori fondamentali che ci uniscono tutti.

Il progetto Songs for Change Broadcast prevede lo sviluppo di eventi comunitari, il lancio di una web radio, la produzione e la creazione di contenuti per i podcast radiofonici, gli spettacoli dal vivo e le campagne sui social media. Le attività saranno guidate dagli operatori giovanili, che hanno il compito di discutere il tema e di guidare il gruppo di giovani con cui lavorano, e dai giovani stessi, che sono il pubblico principale di questa guida all'advocacy.

In fase di implementazione di Songs for Change Broadcast si terrà conto delle caratteristiche di destinatari del progetto, adattando le strategie e le tecniche di comunicazione alle loro aspettative.

Poiché il nostro progetto si rivolge in particolare ai giovani, è importante concepire una strategia di social media coerente e completa. Chiediamo ai giovani di vedere il nostro lavoro!

Questa guida all'advocacy è stata pensata per aiutare I GIOVANI E GLI OPERATORI GIOVANILI, I MEMBRI DELLA COMUNITÀ, GLI STAKEHOLDER, compresi i DECISORI POLITICI, e tutti coloro che desiderano essere attori del cambiamento a raccogliere le conoscenze necessarie per promuovere i valori dell'UE attraverso la musica.

Il progetto “Songs for Change” è stato cofinanziato con il sostegno della Commissione europea. Questa pubblicazione riflette solo il punto di vista dell'autore e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni in essa contenute”.



COME IMPOSTARE UNA STRATEGIA DI ADVOCACY

La vostra voce è un potente catalizzatore del cambiamento e l'advocacy è una forza vitale per plasmare un mondo che sia in linea con i valori e le aspirazioni della vostra generazione. L'advocacy è la dichiarazione della vostra capacità di influenzare le politiche, mettere in discussione le norme e plasmare il futuro così come lo immaginate.

In questo capitolo approfondiamo gli elementi fondamentali di una strategia di advocacy, guidandovi nella definizione degli obiettivi, nella massimizzazione dell'efficacia, nell'identificazione dei destinatari e nella creazione di un piano attuabile per concretizzare le vostre intenzioni.

Ve la sentite di difendere idee e valori? Siete:

empatici

capaci di fare rete

in grado di aiutare
gli altri a dare il
meglio di sè

informati sulle
strutture
amministrative



capaci a utilizzare
strumenti e
strategie

in grado di parlare
in pubblico

informati su
problematiche e
politiche attuali

con una missione
e un messaggio
chiari in mente

strateghi

persone motivate
e costante

ascoltatori attivi

Una strategia di advocacy può offrirvi molti vantaggi per diversi motivi. Vi fornirà un focus, una direzione e una guida per affrontare i problemi o promuovere i cambiamenti positivi che desiderate realizzare. Una strategia di advocacy vi aiuterà a **focalizzarvi** e a definire chiaramente i vostri obiettivi, consentendovi di identificare questioni o cause specifiche che vi appassionano e massimizzare l'impatto dei vostri sforzi. **Adattare il messaggio** a un pubblico specifico aumenterà la probabilità di ricevere attenzione e sostegno. Ciò vi fornirà una **tabella di marcia** delle azioni che potete e dovete intraprendere per raggiungere il vostro obiettivo. Vi aiuterà a orientarvi nelle questioni legali ed etiche legate alla vostra causa. **Affinerete il** vostro approccio sulla base delle lezioni apprese da altre iniziative di advocacy. Vi sentirete **responsabilizzati** e acquisirete competenze e fiducia in voi stessi. **Interagirete e farete rete** con persone e organizzazioni che la pensano allo stesso modo e che potranno fornirvi un valido supporto, risorse e contatti per le vostre iniziative future. Ciò vi aiuterà a definire il **cambiamento duraturo** (a lungo termine) che volete apportare.

Siete pronti a diventare sostenitori di una causa? Il viaggio inizia con la definizione degli obiettivi e delle finalità della difesa per elaborare una strategia che amplifichi la vostra voce e vi conduca verso un cambiamento significativo.

DEFINIRE GLI OBIETTIVI E LE FINALITÀ DELL'ADVOCACY

Nel dinamico mondo dell'attivismo musicale, dove la risonanza degli accordi e dei testi può innescare un potente cambiamento sociale, la definizione di chiari obiettivi e finalità di advocacy è fondamentale. L'advocacy attraverso la musica consiste nell'influenzare le decisioni e le azioni in ambito culturale e sociale, utilizzando melodie e testi come mezzo per una trasformazione positiva. Analizziamo i passi essenziali per definire obiettivi di advocacy d'impatto nel contesto unico dell'attivismo musicale.

L'advocacy consiste nell'influenzare le decisioni e le azioni all'interno di sistemi politici, sociali o economici. Può essere portata avanti da singoli individui, organizzazioni o gruppi con l'obiettivo primario di creare un cambiamento positivo nella società. Questo processo vitale prevede la sensibilizzazione e l'educazione del pubblico su questioni pertinenti, tutte basate su fatti reali. Per far sentire la vostra voce, potete utilizzare diverse strategie, come campagne mediatiche, pubblicazioni di ricerche, iniziative di raccolta fondi e interventi in pubblico.

PER CENTRARE GLI OBIETTIVI, I SOSTENITORI DI UNA CAUSA DEVONO ESEGUIRE I SEGUENTI PASSAGGI:

INIZIARE CON UNA VALUTAZIONE DEI BISOGNI.

Per avviare un processo di advocacy di successo, è fondamentale iniziare con una valutazione completa dei bisogni. Ciò aiuta i sostenitori a capire chi sono i responsabili delle decisioni e chi è ha il compito di affrontare il problema. Inoltre, la conoscenza delle leggi regionali e nazionali è altrettanto essenziale perché mostra le possibilità di azione all'interno del quadro giuridico esistente.

Chiedetevi: Cosa deve cambiare?

TROVARE POTENZIALI ALLEATI.

Un altro aspetto fondamentale per una advocacy efficace è la ricerca di potenziali alleati. Si tratta di individui, gruppi o organizzazioni che hanno a cuore gli stessi problemi. Fare squadra con loro e lavorare insieme può fare una grande differenza. Le voci collettive hanno un impatto maggiore delle iniziative di una sola persona.

Chiedetevi: Chi può aiutarmi?

STABILIRE OBIETTIVI CHIARI.

La base per un'efficace attività di advocacy consiste nell'avere risposte chiare a due domande principali: "Cosa voglio ottenere?" e "Come posso realizzarlo?". Affrontando con attenzione queste domande, potrete capire esattamente cosa dovete fare e fissare obiettivi specifici per raggiungere i risultati desiderati. In questo modo, si rimane concentrati e ci si assicura che i propri sforzi portino a risultati significativi.

Chiedetevi: Cosa bisogna fare esattamente?

CONSIDERARE LA PORTATA E L'IMPATTO.

Inoltre, è importante capire la portata dell'iniziativa di advocacy. Essa può dispiegarsi a livello locale, nazionale o internazionale, a seconda della portata e dell'impatto del problema. Tenere conto delle iniziative svolte in precedenza può essere utile per dare maggiore impulso alle nuove strategie.

Chiedetevi: Quale impatto voglio ottenere?

Un'efficace advocacy richiede un approccio strategico che includa la valutazione completa dei bisogni, una certa familiarità con le normative, la creazione di alleanze e la definizione di obiettivi chiari. Informandoci e agendo concretamente possiamo promuovere un cambiamento positivo e creare una società più giusta.

Definire gli obiettivi e le finalità dell'advocacy è una fase cruciale, in quanto indicheranno la tabella di marcia per l'implementazione delle attività da svolgere.

COME DOVREBBERO ESSERE GLI OBIETTIVI DELL'INIZIATIVA DI DIFESA:

CHIARI E SPECIFICI

In questo modo si eviterà la confusione nelle fasi successive e si faciliterà il processo di misurazione dei progressi. L'obiettivo, il risultato e lo scopo devono essere chiari a tutti.

Esempio: Aumentare la consapevolezza e la comprensione dei valori dell'UE da parte del pubblico, organizzando e promuovendo workshop educativi nei centri comunitari locali.

MISURABILE

Avere un obiettivo quantitativo e qualitativo vi permette di monitorare i progressi e i risultati, cosa essenziale per giudicare l'impatto e l'efficacia dei vostri sforzi.

Esempio: Organizzare e promuovere 10 workshop educativi con 150 partecipanti e un tasso di soddisfazione dell'80% basato sul feedback.

PERTINENZA

Gli obiettivi devono essere correlati al problema che si sta cercando di affrontare.

Esempio: Aumentare la consapevolezza e la comprensione dei valori dell'UE da parte dell'opinione pubblica, con l'obiettivo di promuovere una migliore sinergia tra le comunità.

REALISTICI E RAGGIUNGIBILI

Va bene essere ottimisti e ambiziosi, ma fissare obiettivi realistici e raggiungibili è importante per mantenere alta la motivazione e migliorare l'efficacia degli sforzi.

Esempio: pensate a quanto ci vorrà per organizzare i workshop (ottenere il consenso dei centri, radunare le persone, promuovere, pianificare l'esecuzione dei workshop, la logistica, ecc.)

DEFINITI NEL TEMPO

Fissate una o più scadenze per il/i vostro/i obiettivo/i. Ciò vi aiuterà a rimanere in carreggiata nell'esecuzione dei compiti. Stabilite **obiettivi a breve termine per una visione a lungo termine**: suddividere gli obiettivi a lungo termine in obiettivi a breve termine gestibili tiene alta la motivazione.

Esempio: Organizzare e promuovere 10 workshop didattici entro il terzo mese dall'avvio del progetto.

ALLINEATI CON I VALORI E LA MISSIONE DELL'ORGANIZZAZIONE

Credibilità e autenticità sono importanti per creare fiducia nel vostro obiettivo.

Esempio: L'aumento della consapevolezza e della comprensione dei valori dell'UE da parte dell'opinione pubblica non è in contrasto con la missione e la visione della nostra organizzazione e con ciò che rappresentiamo.

ADATTABILITÀ

Il mondo cambia a un ritmo molto veloce, così come le circostanze di esecuzione del vostro piano. L'advocacy è un processo dinamico e bisogna essere agili e preparati a rispondere alle nuove situazioni.

Esempio: La possibilità di svolgere le attività online a causa di fattori esterni (COVID-19).

Le finalità e gli obiettivi dell'iniziativa saranno le fondamenta della vostra campagna di advocacy. In base ad essi prenderete decisioni, assegnerete risorse e valuterete il successo. Definiteli nel modo più chiaro possibile per lavorare efficacemente al raggiungimento dei risultati desiderati.

IDENTIFICARE IL PUBBLICO DI RIFERIMENTO E LE SUE ESIGENZE

Nell'advocacy, i gruppi principali a cui rivolgersi sono due: il gruppo target primario, ossia i decisori (politici e funzionari a diversi livelli: europeo, nazionale, regionale o locale), in quanto hanno l'autorità di accettare e dare seguito alla richiesta di patrocinio. Il gruppo target secondario comprende gli influencer (esperti, ricercatori, comunità, media e così via), che hanno il potenziale per influenzare le opinioni e le azioni del gruppo target primario. È fondamentale sapere cosa spinge questi influencer e fornire loro le informazioni giuste per coinvolgerli nella nostra causa.

Coinvolgere i responsabili delle decisioni richiede diplomazia. Personalizzate il vostro messaggio di advocacy in base alle loro priorità e preoccupazioni. Per convincerli a sostenere la vostra causa, mostrate chiaramente i vantaggi e i risultati positivi che derivano dall'accettazione e dall'attuazione della vostra richiesta.

Allo stesso tempo, influenzare il gruppo target secondario richiede una comunicazione strategica. Capite cosa li entusiasma della vostra causa e usatelo per modellare il vostro messaggio. Che si tratti di fatti, storytelling o ricerche, personalizzate il vostro approccio in base ai loro interessi.

La collaborazione e la creazione di reti sono fondamentali per il successo dell'advocacy. Costruire relazioni con entrambi i gruppi target rafforza la vostra posizione e aumenta l'impatto della vostra campagna. Promuovendo alleanze, condividendo le conoscenze e sostenendoci a vicenda, possiamo essere uniti nel cambiamento positivo.

Per un'efficace azione di advocacy è necessario rivolgersi ai decisori e agli influencer, fornire un messaggio chiaro e convincente che corrisponda ai loro interessi e promuovere collaborazioni per massimizzare l'impatto.

SCEGLIERE I MESSAGGI E I CANALI DI COMUNICAZIONE GIUSTI

Un messaggio chiaro e ben strutturato è fondamentale per una advocacy efficace. Ciò fa sì che l'obiettivo e lo scopo siano trasmessi in modo efficace, senza fraintendimenti. Per massimizzare l'impatto della vostra attività di advocacy di idee e valori, seguite questi principi chiave:

PRESENTARE IL PROBLEMA

Illustrate chiaramente il problema per il quale vi state battendo. Fornite fatti, dati e prove rilevanti a sostegno della vostra causa. Assicuratevi che tutto sia ben definito per comprendere la gravità del problema.

CONDIVIDETE LA VOSTRA STORIA

Entrate in contatto con il vostro pubblico a livello emotivo condividendo storie convincenti che evidenziano l'impatto reale del problema. Le narrazioni personali creano empatia e ispirano all'azione.

COINVOLGERE IL PUBBLICO

Incoraggiate il coinvolgimento attivo del vostro pubblico. Utilizzate un linguaggio persuasivo e inviti all'azione. Motivate la gente a partecipare e a sostenere la vostra causa.

AGGANCIARSI A VALORI E INTERESSI

Adattate il vostro messaggio ai valori e agli interessi del vostro pubblico di riferimento. Agganciate il vostro obiettivo di difesa alle loro preoccupazioni personali per promuovere l'impegno nella causa.

Quando scegliete i canali di comunicazione, considerate la portata della vostra iniziativa (locale, regionale, internazionale) e sviluppate un piano completo. Identificate gli stakeholder da raggiungere e i modi più efficaci per coinvolgerli.

INIZIATIVA LOCALE

Coinvolgete gli influencer locali, le organizzazioni comunitarie (ONG e OSC) e i media locali. Utilizzate le riunioni della comunità, gli spazi comunali e le pubblicazioni locali per diffondere il vostro messaggio.

INIZIATIVA REGIONALE

Rivolgetevi ai decisori regionali, alle ONG, alle conferenze o ai forum e media regionali. Utilizzate i media regionali, i webinar e gli eventi di networking.

INIZIATIVA INTERNAZIONALE

Puntate a raggiungere organizzazioni internazionali, piattaforme mediatiche globali e persone influenti. Utilizzate i social media, le campagne online e le conferenze internazionali per raggiungere un pubblico più vasto.

Adattando i canali di comunicazione al livello dell'iniziativa e agli stakeholder di riferimento, è possibile massimizzarne la portata e l'impatto. Un piano di comunicazione ben fatto assicura che i vostri sforzi siano strategici ed efficaci e creino una voce potente per il cambiamento.

SVILUPPO DI UNA TEMPISTICA E DI UN PIANO D'AZIONE

L'advocacy, con il suo obiettivo di realizzare cambiamenti positivi e influenzare le decisioni, richiede un approccio ben strutturato e mirato. Due elementi cruciali che svolgono un ruolo fondamentale nel successo di qualsiasi campagna di advocacy sono lo sviluppo di un calendario completo e di un piano d'azione. Questi strumenti essenziali forniscono ai sostenitori una tabella di marcia garantendo efficienza, responsabilità e maggiori possibilità di raggiungere i loro obiettivi. Analizziamo l'importanza di entrambi gli elementi nel campo dell'advocacy.

CINQUE PUNTI CHIAVE:

PIETRE MILIARI E OBIETTIVI CHIARI

Aiuteranno a determinare la tempistica del piano e le azioni al suo interno.

STRATEGIA DI RACCOLTA FONDI

Le campagne di advocacy richiedono una serie di risorse, ad esempio finanziarie, di esperienza e di manodopera. Un calendario e un piano d'azione aiutano ad allocare queste risorse in modo efficiente. Identificando le attività critiche e le relative tempistiche è possibile ottimizzare l'utilizzo delle risorse. Inoltre, è possibile ottenere fondi con diversi mezzi, ad esempio eventi di raccolta fondi, contributi individuali e sovvenzioni da parte di fondazioni private e pubbliche. I donatori non solo devono comprendere il vostro obiettivo, ma anche condividere gli stessi valori della vostra missione. Nella pianificazione di eventi per la raccolta fondi occorre scegliere formati in linea con la propria causa. Gli strumenti digitali rappresentano un ottimo supporto. Si pensi, ad esempio, all'organizzazione di aste, maratone, eventi pubblici, sfide, spettacoli, flashmob e tutto ciò che fa al caso vostro. Quando accettate le donazioni, rendete il processo semplice e trasparente, assicurandovi che i vostri donatori possano contribuire facilmente. Non dimenticatevi di riconoscere e apprezzare pubblicamente i vostri donatori: le relazioni positive possono portare a collaborazioni future e fungono da ottime referenze.

CREARE COLLABORAZIONE E RESPONSABILITÀ

La creazione di un ambiente positivo e collaborativo all'interno del team è fondamentale per il successo di qualsiasi iniziativa. È importante creare anche un senso di responsabilità. Alcuni punti chiave che possono aiutarvi a integrare tutto questo nel vostro team sono:

Definire chiaramente i ruoli e le responsabilità di ciascun membro del team. Nell'assegnare i ruoli si dovrebbe anche tenere conto delle competenze e dei punti di forza di ciascuno. Assicuratevi che tutti comprendano gli obiettivi e le finalità della campagna e cosa ci si **aspetta** da loro. Programmate **riunioni periodiche del team** per discutere i compiti, i progressi e le eventuali sfide che si presentano o possono presentarsi. Promuovete un clima di apertura affinché i membri del vostro team si sentano a proprio agio e al **sicuro nel condividere** le loro idee, le diverse prospettive, le preoccupazioni e i feedback. Fissate linee guida di comunicazione e processi di collaborazione trasparenti e chiari, che vi aiuteranno a promuovere la coerenza.

COME IMPOSTARE UNA STRATEGIA DI ADVOCACY

Potete utilizzare **strumenti di project management** (per tenere traccia degli incarichi, delle scadenze, ecc.) che aiutano a mantenere una buona organizzazione e incentivare il senso di responsabilità all'interno del team. È importante **celebrare i risultati** e riconoscere i contributi e i successi delle singole persone. Possono verificarsi **situazioni imprevedibili** (all'interno del vostro team o per influenza esterna) e dovrete affrontarle in modo professionale non appena si presentano attraverso il dialogo e la collaborazione. **Date l'esempio** portando a termine i vostri compiti in tempo. **Fornite supporto e risorse** ai membri del vostro team in modo che possano svolgere efficacemente i loro compiti. Al termine della campagna, raccogliete i feedback dei membri del team e valutate le prestazioni complessive. Lo spirito di squadra è essenziale per l'esecuzione efficace della campagna e dei progetti futuri.

VALUTATE E ADATTATE LA STRATEGIA SECONDO LE NECESSITÀ

L'advocacy, come tutti i processi odierni, può trovarsi di fronte a sfide impreviste, che possono offrire allo stesso tempo delle opportunità. La tempistica e il piano d'azione che svilupperete vi permetteranno di anticipare i potenziali ostacoli e di prepararvi ad affrontarli in modo efficace. Mantenete un approccio flessibile e modificate le strategie e la tempistica secondo le necessità, concentrandovi sempre sugli obiettivi generali. Per capire se è necessario un adattamento, valutate il vostro piano in base agli obiettivi stabiliti in precedenza (indicatori di quantità e qualità).

Di seguito è riportato un esempio di calendario da adattare in base ai dettagli specifici del vostro progetto. Vi aiuterà a monitorare e adeguare il piano a seconda delle necessità, contribuendo al successo del progetto.

Compito	Mese 1	Mese 2	Mese 3	Mese 4	Mese 5	Mese 6	Mese 7	Mese 8	Mese 9
organizzazione dei progetti e coordinamento									
sviluppo del materiale del seminario									
divulgazione e promozione									
messa in pratica del seminario									
Valutazione e riflessione									
azione finale e attività successive									

COME USARE LA MUSICA PER DIFENDERE I VALORI DELL'UE

In questo capitolo vedremo quale ruolo ha e può avere la musica per promuovere i 6 valori dell'UE.

LA MUSICA PER L'ADVOCACY

La musica può essere uno strumento potente per l'advocacy, in quanto ha la capacità di raggiungere ed entrare in sintonia con le persone a un livello emotivo profondo. Se usata in modo strategico, la musica può contribuire a sensibilizzare l'opinione pubblica su importanti questioni sociali, politiche e ambientali, a ispirare l'azione e a promuovere un cambiamento positivo. Ecco alcuni modi in cui la musica può essere usata per l'advocacy:

SENSIBILIZZAZIONE

I musicisti possono scrivere e cantare canzoni che si concentrano su specifiche questioni sociali o ambientali, portando l'attenzione sui problemi e incoraggiandone l'approfondimento.

Esempio: Un cantautore scrive una canzone sull'impatto dell'inquinamento da plastica sulla vita marina, sottolineando l'urgenza di ridurre la plastica monouso e di promuovere la conservazione degli oceani.

CONNESSIONE EMOTIVA

La musica ha la capacità di evocare emozioni e le canzoni con messaggi forti possono creare empatia e comprensione tra gli ascoltatori, aiutandoli a immedesimarsi nella causa.

Esempio: Un'organizzazione crea un video musicale che presenta storie reali di rifugiati, accompagnate da una canzone emotivamente coinvolgente, per promuovere l'empatia e la comprensione tra gli spettatori e sensibilizzare sulla crisi dei rifugiati.

MOBILITAZIONE DELLE COMUNITÀ

La musica è in grado di unire le persone attorno a una causa comune, creando un senso di comunità e di scopo condiviso.

Esempio: Musicisti locali organizzano un festival musicale a sostegno dell'azione per il clima, riunendo organizzazioni ambientaliste, attivisti e la comunità per difendere collettivamente pratiche sostenibili e cambiamenti politici.

INNI DELLA CAMPAGNA

Una campagna di advocacy può avere una propria canzone o un inno, che aiuta a fare branding e a creare un'identità riconoscibile per la causa.

Esempio: Un gruppo di sostenitori lancia una campagna per porre fine al lavoro minorile nell'industria dell'abbigliamento e utilizza una canzone potente e orecchiabile come inno della campagna, incoraggiando le persone a unirsi al movimento e a firmare una petizione per richiamare le aziende alle proprie responsabilità.

EVENTI DI RACCOLTA FONDI

I musicisti possono organizzare concerti di beneficenza o eventi caritatevoli per raccogliere fondi per una particolare causa o organizzazione.

Esempio: Un famoso musicista organizza un concerto di beneficenza per raccogliere fondi a favore di un'organizzazione che si occupa di fornire acqua potabile e servizi igienici alle comunità meno servite dei paesi in via di sviluppo.

LOBBYING E CAMBIAMENTO DELLE POLITICHE

Le canzoni e i video musicali possono sostenere cambiamenti politici specifici, influenzando l'opinione pubblica e facendo pressione sui responsabili delle decisioni affinché agiscano.

Esempio: Un gruppo di musicisti crea una canzone e un video musicale per sensibilizzare l'opinione pubblica sul cambiamento climatico e sul suo impatto sulle comunità vulnerabili, esortando i politici a dare priorità all'azione per il clima e alla giustizia ambientale.

DIFFONDERE MESSAGGI POSITIVI

L'advocacy non deve sempre concentrarsi solo sui problemi; può anche enfatizzare soluzioni positive e storie ispiratrici attraverso la musica.

Esempio: Una band scrive una canzone incoraggiante che celebra la diversità e l'inclusione, promuovendo la tolleranza e la comprensione tra culture e ambienti diversi.

COLLABORAZIONI E ALLEANZE

I musicisti possono collaborare con altri artisti, ONG o attivisti per amplificare la portata e l'impatto dei loro sforzi di advocacy.

Esempio: Diversi artisti si uniscono per pubblicare un singolo di beneficenza a favore dei soccorsi in seguito a una calamità naturale, destinando tutti i proventi alle organizzazioni di aiuto sul posto.

MEDIA SOCIALI E VIRALITÀ

Canzoni accattivanti con messaggi convincenti hanno il potenziale per diventare virali sui social media, raggiungendo un pubblico molto più ampio rispetto ai metodi di advocacy tradizionali.

Esempio: Una canzone rap accattivante ed educativa sull'importanza del voto alle elezioni diventa virale sui social media, incoraggiando i giovani a partecipare al processo democratico.

EDUCAZIONE ED EMPOWERMENT

La musica può essere utilizzata come strumento educativo, aiutando a informare le persone su questioni complesse in modo accessibile e coinvolgente.

Esempio: Un'organizzazione no-profit collabora con musicisti locali per creare canzoni che educano i giovani alla salute riproduttiva e li mettono in condizioni di prendere decisioni informate.

IIINCLUSIVITÀ E RAPPRESENTANZA

L'advocacy attraverso la musica può dare voce alle comunità emarginate e promuovere la diversità e l'inclusione.

Esempio: Un musicista indigeno scrive una canzone che mette in luce le lotte e la resilienza della propria comunità, facendo luce sull'importanza di preservare le culture e le terre indigene.

CANZONI DI PROTESTA

Nel corso della storia, la musica ha svolto un ruolo significativo nei movimenti sociali e le canzoni di protesta sono diventate veri e propri inni di varie cause.

Esempio: Durante il movimento per i diritti civili, un cantautore folk compone una canzone di protesta che diventa un inno per l'uguaglianza razziale, ispirando la gente a scendere in piazza e a chiedere un cambiamento.

ATTIVISMO ARTISTICO

I video musicali e le performance possono essere utilizzati in modo creativo per mettere in discussione le norme sociali, incoraggiare il pensiero critico e invitare al dibattito.

Esempio: Un artista mette in scena un video musicale di grande impatto visivo che critica il consumismo e il suo impatto sull'ambiente, esortando gli spettatori ad adottare stili di vita più sostenibili.

SOLIDARIETÀ INTERNAZIONALE

La musica può superare i confini e le barriere linguistiche, consentendo alle iniziative di advocacy di raggiungere un pubblico globale.

Esempio: Musicisti di diversi paesi collaborano a una canzone multilingue a favore della pace e degli aiuti umanitari nelle regioni colpite dai conflitti.

CATARSI E GUARIGIONE

La musica può dare un senso di conforto e di guarigione a coloro che sono direttamente colpiti dalle questioni che vengono sostenute.

Esempio: All'indomani di un disastro naturale, i musicisti locali organizzano un concerto per dare conforto e sostegno alle comunità colpite attraverso la musica e le esperienze condivise.

Ricordate che un'efficace azione di advocacy attraverso la musica richiede un'attenta pianificazione e considerazione dei destinatari, del messaggio specifico e del risultato desiderato. Combinando il potere emotivo della musica con tecniche strategiche di advocacy, musicisti e attivisti possono creare un impatto duraturo e ispirare un cambiamento positivo nel mondo.

UTILIZZARE LA MUSICA PER SOSTENERE E PROMUOVERE I 6 VALORI DELL'UE

L'uso della musica per sostenere e promuovere i sei valori dell'UE richiede approcci ponderati e ben studiati per trasmettere efficacemente questi principi a un pubblico eterogeneo. Di seguito strategie ed esempi specifici per ogni valore:

RISPETTO DELLA DIGNITÀ UMANA

- Comporre canzoni che raccontano storie di resilienza, superamento delle avversità e celebrazione dell'unicità e del valore di ogni individuo.
- Collaborare con artisti che hanno vissuto o lavorato con popolazioni vulnerabili per creare musica che evidenzia l'importanza di trattare tutti con rispetto e compassione.
- Organizzare concerti di beneficenza per raccogliere fondi e sensibilizzare le organizzazioni che proteggono e difendono la dignità umana, come quelle che combattono la tratta di esseri umani o sostengono i rifugiati.

LIBERTÀ

- Scrivere canzoni che celebrano la libertà di espressione, di parola e di creatività artistica.
- Utilizzare i video musicali per rappresentare le lotte storiche per la libertà e mostrare l'importanza di salvaguardare le libertà individuali.
- Organizzare concerti e spettacoli a sostegno della libertà di stampa e dell'indipendenza dei media.

DEMOCRAZIA

- Comporre canzoni che sottolineano l'importanza dell'impegno civico, del voto e della partecipazione attiva ai processi democratici.
- Collaborare con organizzazioni che promuovono l'educazione civica e ospitare eventi musicali per incoraggiare il coinvolgimento dei giovani nella politica.
- Pubblicare video musicali che evidenziano l'importanza di un elettorato informato e diversificato nelle società democratiche.

UGUAGLIANZA

- Scrivere canzoni che sostengono l'uguaglianza di genere, i diritti LGBTQ+ e le pari opportunità per tutti gli individui, indipendentemente dal loro background.
- Organizzare festival musicali con artisti provenienti da contesti diversi e sottolineare il valore dell'inclusività e della rappresentanza nella società. Usare la musica per sfidare gli stereotipi e la discriminazione, promuovendo un mondo più inclusivo e paritario.

STATO DI DIRITTO

- Creare canzoni che sottolineino l'importanza della giustizia, della responsabilità e dell'adesione allo stato di diritto affinché la società sia equa e democratica.
- Utilizzare video musicali per mostrare l'importanza di un sistema giudiziario indipendente e della tutela dei diritti umani.
- Organizzare concerti per sostenere le organizzazioni che lavorano per sostenere lo Stato di diritto e combattere la corruzione.

RISPETTO DEI DIRITTI UMANI

- Scrivere canzoni che affrontino temi specifici dei diritti umani, come il diritto all'istruzione, all'assistenza sanitaria e alla libertà dalla discriminazione.
- Collaborare con attivisti e organizzazioni per i diritti umani per creare musica che metta in luce le violazioni dei diritti umani e promuova il cambiamento.
- Utilizzare i video musicali e le piattaforme dei social media per sensibilizzare sulle sfide globali dei diritti umani e sull'importanza della solidarietà internazionale.

Per sfruttare appieno il potenziale dell'utilizzo della musica per i valori dell'UE, collaborate con artisti, attivisti, ONG e istituzioni europee. Sfruttare le dinamiche dei social media, delle piattaforme di streaming musicale e dell'impegno della comunità per amplificare l'attività di advocacy. Con queste strategie, la musica diventa una forza potente, che guida i principi e i valori che costituiscono il cuore pulsante dell'Unione Europea. Lasciate che le melodie diano vita a cambiamenti e risuonino attraverso orizzonti diversi.



SONGS FOR CHANGE RADIO

La Songs for Change Radio è una parte importante della strategia che mira a raggiungere e influenzare i membri della comunità e gli stakeholder, compresi gli amministratori e i decisori politici, attraverso podcast, spettacoli dal vivo, canzoni e altri contenuti dei giovani. L'obiettivo generale della radio è quello di creare una maggiore consapevolezza dei valori dell'UE a livello locale e comunitario/internazionale.

Sintonizzatevi sulla web radio Songs for Change [qui](#).

Con il suo approccio sfaccettato alla promozione dei valori dell'UE attraverso la musica, Songs for Change Radio ha un potenziale immenso e può avere un impatto significativo sulla promozione dei valori dell'UE. Ecco le potenzialità specifiche e l'impatto potenziale della web radio nella promozione dei 6 valori dell'UE:

Coinvolgere e ispirare: Utilizzando musica, canzoni e video musicali come strumenti creativi, la web radio può coinvolgere e ispirare un vasto pubblico. La musica ha la capacità unica di evocare emozioni, rendendo i messaggi di advocacy più relazionabili e d'impatto.

Empowerment giovanile: Coinvolgere i giovani nella produzione di podcast e musica per la radio li invoglia a partecipare attivamente alla difesa dei valori dell'UE, promuovendo un senso di appartenenza e responsabilità tra i giovani.

Educazione e sensibilizzazione: La web radio funge da piattaforma educativa, fornendo podcast informativi e video musicali che sensibilizzano e approfondiscono la comprensione dei 6 valori dell'UE, contribuendo a una cittadinanza più informata e impegnata.

Celebrazione culturale: Attraverso video musicali e canzoni di diverse culture europee, la radio celebra la ricchezza e la diversità dell'UE, rafforzando l'idea di unità nella diversità, che è un valore fondamentale dell'UE.

Piattaforma accessibile: Essendo una web radio basata su podcast e collegata ai social media, può raggiungere un ampio pubblico, compresi coloro che di solito non sono coinvolti attraverso i metodi tradizionali di advocacy.

Comunicazione multilingue: La fruizione di musica in varie lingue contribuisce a promuovere l'inclusività linguistica, rendendo i messaggi di advocacy accessibili a persone provenienti da contesti linguistici diversi in tutta l'UE.

Portata digitale e virale: Attraverso i canali dei social media, la web radio ha il potenziale per raggiungere un pubblico più vasto e avere una portata virale se i suoi contenuti sono in sintonia con gli ascoltatori, amplificando così l'impatto della campagna di advocacy.

Empatia e connessione: La musica favorisce l'empatia e la connessione emotiva. Trasmettendo i valori dell'UE attraverso la musica, la web radio può creare un senso di identità e di scopo condiviso tra gli ascoltatori.

costruire una comunità: La web radio può riunire una comunità di persone che condividono un interesse comune nel promuovere i valori dell'UE, incoraggiando la collaborazione e promuovendo un senso di appartenenza.

Invito all'azione: Incorporando le call-to-action nei podcast e nei contenuti dei social media, la web radio può ispirare gli ascoltatori a impegnarsi attivamente nelle iniziative di advocacy e a contribuire a un cambiamento positivo.

Influenza sul dibattito pubblico: I contenuti della web radio possono influenzare il dibattito pubblico portando in primo piano i valori dell'UE e incoraggiando il dialogo aperto su questi importanti temi.

Opportunità di partnership: L'approccio unico del progetto di advocacy attraverso la musica può attirare l'attenzione di organizzazioni, artisti e attivisti che la pensano allo stesso modo, portando alla nascita di potenziali partnership e collaborazioni.

Rappresentazione positiva dell'UE: La web radio promuove i valori dell'UE in modo positivo e coinvolgente, aiutando a contrastare le narrazioni e le percezioni negative dell'UE.

Impatto a lungo termine: La web radio operante continuamente può avere un impatto duraturo sulla promozione dei valori dell'UE, con il potenziale di favorire cambiamenti a lungo termine negli atteggiamenti e nei comportamenti.

Contributo all'identità dell'UE: Promuovendo e sostenendo i valori dell'UE, la web radio contribuisce a rafforzare il senso di identità e solidarietà europea tra i cittadini.

In sintesi, la **Songs for Change Radio** ha il potenziale per essere una piattaforma dinamica ed efficace per il lavoro di difesa dei 6 valori dell'UE. Attraverso l'uso di musica, canzoni, video musicali, podcast e social media, può coinvolgere, ispirare, educare e responsabilizzare il pubblico di tutta l'UE, contribuendo in ultima analisi alla promozione e al rafforzamento dei valori dell'UE ed esercitando un impatto positivo sulla società europea nel suo complesso.

Volete far parte della Songs for Change Radio?

POTETE CONTATTARCI CON I VOSTRI PODCAST SUI VALORI DELL'UE!

COME INFLUENZARE DIVERSI GRUPPI TARGET

Questo capitolo fornisce una panoramica dei metodi digitali e in presenza per influenzare i diversi pubblici.

CANALI ONLINE DA UTILIZZARE

Il lavoro di advocacy attraverso la musica può essere condotto efficacemente attraverso una varietà di canali, utilizzando piattaforme tradizionali e digitali per raggiungere e coinvolgere un pubblico eterogeneo. Ecco alcuni canali fondamentali che possono essere utilizzati per il lavoro di advocacy attraverso la musica:

PIATTAFORME DI SOCIAL MEDIA

Utilizzate le piattaforme dei social media come Facebook, Twitter, Instagram e TikTok per condividere video musicali, performance e messaggi relativi alle campagne di advocacy.

→ **YouTube e i servizi di streaming musicale:** Caricate video musicali, video con testi e contenuti dietro le quinte su piattaforme come YouTube, Spotify, Apple Music e SoundCloud per raggiungere un pubblico globale.

ANNUNCI DI SERVIZIO PUBBLICO (PSA)

Collaborate con le emittenti e i media per creare e trasmettere PSA con musica che promuova messaggi di advocacy.

BLOG MUSICALI E RIVISTE ONLINE

Condividete i contenuti di advocacy e le uscite musicali attraverso blog e riviste online che si rivolgono a un pubblico specifico.

→ **Podcast:** Collaborate con i creatori di podcast per introdurre interviste a musicisti e attivisti che si battono per idee e trasmettono messaggi attraverso la musica.

ANNUNCI DIGITALI E CONTENUTI SPONSORIZZATI

Utilizzate annunci pubblicitari online mirati e contenuti sponsorizzati per raggiungere specifici gruppi demografici e coinvolgerli con musica a tema sull'advocacy.

NEWSLETTER VIA E-MAIL

Create una lista di destinatari e inviate regolarmente e-mail newsletter con aggiornamenti sulle campagne di advocacy, sulle nuove uscite musicali e sugli eventi.

SITI WEB DI ADVOCACY

Creare siti web dedicati o landing page che forniscano informazioni sulla causa difesa, sulla musica correlata e sulle modalità di coinvolgimento delle persone.

Eventi virtuali e livestream

Organizzate concerti virtuali, raccolte di fondi e spettacoli dal vivo per entrare in contatto con un pubblico più vasto in tutto il mondo.

CANALI OFFLINE DA UTILIZZARE

CONCERTI ED EVENTI MUSICALI

Organizzate concerti dal vivo, festival musicali e spettacoli di beneficenza per la sensibilizzazione e la raccolta fondi dedicati a una causa specifica.

PROGETTI DI COLLABORAZIONE

Collaborate con musicisti, artisti e influencer per creare progetti musicali collaborativi che amplifichino i messaggi di advocacy e aumentino l'impatto della campagna.

STAZIONI RADIO

Contattate le emittenti radiofoniche per promuovere canzoni e campagne di advocacy, in particolare quelle che si allineano con il pubblico e gli interessi dell'emittente.

ISTITUZIONI EDUCATIVE

Collaborate con le scuole e le università per incorporare la musica di advocacy e le relative discussioni nei programmi di studio, promuovendo la consapevolezza e l'educazione degli studenti.

RADIO COMUNITARIA ED EVENTI LOCALI

Collaborate con le radio locali e sfruttate gli eventi per diffondere i messaggi di advocacy, in particolare quelli che si allineano con i problemi e gli interessi dei residenti.

MERCHANDISING MUSICALE

Disegnate e vendete prodotti musicali (ad esempio, magliette, poster) che promuovano i messaggi di advocacy e contribuiscano a raccogliere fondi per la causa.

Utilizzando una combinazione di questi canali, i musicisti, gli attivisti e le organizzazioni di advocacy possono sfruttare efficacemente il potere della musica per sensibilizzare l'opinione pubblica, ispirare l'azione e promuovere un cambiamento positivo su varie questioni sociali, ambientali e politiche. Ogni canale offre opportunità uniche per coinvolgere pubblici diversi, rendendo le campagne basate sulla musica più inclusive, accessibili e d'impatto.

SIAMO CONVINTI CHE ABBIATE IL POTERE DI DIFFONDERE GLI IDEALI DELL'UNIONE EUROPEA ATTRAVERSO LA MUSICA!

È importante considerare le reti e le piattaforme di social media più utilizzate dai giovani, come Instagram, TikTok, YouTube e così via. Dal momento che promuoviamo e lavoriamo con la musica, ci sono altre reti che possono essere valutate e utilizzate, come Spotify, dove possiamo caricare podcast e le canzoni create nei workshop di ogni paese dei partner del consorzio e creare una playlist di Songs for Change.

CREARE UN SITO WEB

Iniziate creando un sito web per il vostro progetto, dove potrete caricare tutto il vostro lavoro e aggiornarlo regolarmente! Sul sito di Songs for Change (<https://songsforchange.eu/>) si possono seguire tutte le tappe del progetto e le sue attività, tra cui le nostre canzoni.

CREARE E CURARE I SOCIAL MEDIA

Iniziate creando le vostre pagine sui social media e mettete chiaramente in evidenza l'identità del vostro progetto in maniera coerente. Esponete chiaramente l'oggetto del vostro progetto, i vostri obiettivi e le vostre iniziative. È inoltre importante sottolineare l'identità del progetto attraverso la coerenza degli elementi visivi quali loghi, colori e caratteri dei post.

PUBBLICARE CONTENUTI REGOLARMENTE

Siate regolari nel postare! In questo modo terrete alta l'attenzione sui contenuti che pubblicate. Può essere utile creare un calendario per la pubblicazione di contenuti online su diversi social network, in modo da tenere traccia dei post!

INTERAGITE CON LA COMMUNITY

Nei post cercate di coinvolgere i vostri follower rendendoli partecipi del vostro progetto e del lavoro che state svolgendo. Potete chiedere loro di condividere esperienze o opinioni nella sezione commenti di un post di Instagram, o invitarli a condividere il vostro video TikTok con i loro amici! Create post interessanti, autentici e informativi in modo da attirare l'attenzione sul progetto! È importante creare un contatto con i follower, in modo che anche loro si sentano coinvolti e si appassionino ai vostri contenuti

CONDIVIDERE CONTENUTI STIMOLANTI

Quando presentate il progetto sui social media, dovrete condividere esperienze e storie in grado di ispirare e attirare l'attenzione. Nel mondo di oggi, la gente scrolla per ore diversi tipi di contenuti, talvolta distanti dai propri interessi. Tanto maggiore è la vostra responsabilità nel creare contenuti in grado di entrare realmente in sintonia con il pubblico. Potete farlo condividendo motivazioni personali, storie e prospettive sui valori dell'UE e incoraggiando conversazioni e dibattiti nelle sezioni dei commenti.

COME INFLUENZARE DIVERSI GRUPPI TARGET

Una strategia di social media per il progetto Songs for Change Broadcast include la promozione degli eventi della comunità, i podcast della webradio e gli spettacoli dal vivo, disponibili a chiunque con un semplice clic!

Potreste anche coinvolgere degli influencer che condividono la vostra visione e impegno e desiderano partecipare alla condivisione dei risultati del progetto! Ad esempio, trovate dei musicisti che si impegnano anche nel campo dei diritti umani e chiedetegli di condividere alcuni dei vostri post. Ciò può essere vantaggioso per il vostro progetto, in quanto questi musicisti potrebbero raggiungere un pubblico più vasto.

Potete cercare di coinvolgere altre organizzazioni che condividono i vostri valori e i vostri obiettivi e cercare di istituire una partnership in modo che anche loro condividano i vostri messaggi e contribuiscano complessivamente alla promozione del vostro lavoro nel loro ambito di influenza.

Potete anche considerare di rivolgervi ai media tradizionali per promuovere gli eventi che si tengono nell'ambito del vostro progetto. Per esempio, potete provare a contattare il vostro giornale locale e chiedere di fare un servizio su un evento che state organizzando. Se avete in programma un'esibizione dal vivo nella vostra città in un evento pubblico, potete contattare il giornale della città e informarlo del vostro progetto. Potete anche contattare direttamente il comune e informarvi su come partecipare a un evento cittadino. Altrimenti, se vi esibite nella cornice di un evento più ampio, potreste rivolgervi a un giornale o una rivista che si occupa già dell'evento o che potrebbe essere interessata all'argomento del vostro lavoro - musica, diritti umani, ecc.



COME COINVOLGERE IL PUBBLICO

Coinvolgere è diverso da influenzare. La creazione di una comunità è una delle cose più importanti nell'advocacy: più avanti scoprirete perché e come farlo.

CREARE UNA COMUNITÀ INTORNO ALLA MUSICA E ALLA CAMPAGNA DI ADVOCACY

Suscitando emozioni e ispirando ad agire, la musica è un mezzo ideale per l'advocacy. La creazione di una comunità attorno alla campagna di advocacy consente di amplificare il messaggio e il suo impatto. In questo modo, si favorisce un senso di appartenenza e di condivisione degli obiettivi.

La musica deve essere coerente con il messaggio che si vuole trasmettere e con la causa della campagna, evocando le emozioni desiderate sotto forma di un inno orecchiabile o di una suggestiva ballata. Oggi le piattaforme online svolgono un ruolo cruciale nella creazione e nella costruzione di comunità. I social media e le piattaforme di streaming servono a favorire le discussioni, la condivisione di storie personali, e così via.

Per coinvolgere e rendere partecipe la community consigliamo di condividere video, opere d'arte, testimonianze personali, contenuti dietro le quinte, aggiornamenti, nonché di organizzare una sessione di domande e risposte con artisti o altre persone coinvolte o meno nella vostra campagna. La collaborazione con altri è un buon metodo per far crescere la propria community. Interagite con artisti, influencer e organizzazioni che sono in linea con i valori della vostra campagna ed estendete la portata della vostra community. Potete organizzare eventi come webinar, concerti online, podcast, ecc. e creare un luogo sicuro per lo scambio, l'apprendimento e il networking.

È necessario condividere espressamente le informazioni sugli obiettivi della campagna, sui progressi compiuti e sulle modalità di adesione. Create un ambiente positivo celebrando i risultati, le pietre miliari e i contributi personali, che contribuiranno ad accrescere la motivazione della vostra comunità. Potete farlo, ad esempio, condividendo messaggi di gratitudine personalizzati, ringraziamenti virtuali o altri riconoscimenti. In questo modo i soci si sentiranno apprezzati e incoraggiati a continuare a partecipare.

INCORAGGIARE IL FEEDBACK E IL DIALOGO CON IL PUBBLICO

Il feedback è il segreto per un maggiore successo ed è anche fondamentale per costruire una comunità più forte e partecipe. Come si fa?

COME COINVOLGERE IL PUBBLICO

- Siate rispettosi e disponibili
- Create uno spazio condiviso
- Create contenuti coinvolgenti
- Organizzate sessioni di domande e risposte
- Effettuate indagini e sondaggi
- Prestate attenzione e ascoltate attivamente
- Ponete domande che fanno riflettere
- Mostrate riconoscimento e apprezzamento
- Rispondete al feedback
- Incoraggiate il pensiero critico
- Offrite e ricevete collaborazioni esterne
- Siate coerenti
- Incoraggiate il pubblico a creare i propri contenuti
- Date spazio alle critiche costruttive
- Adattatevi ed evolvetevi

Dovrete dare veramente valore ai contributi dei membri della vostra comunità e del vostro pubblico. Promuovete una cultura del dialogo aperto in cui le persone possano partecipare attivamente.

RESPONSABILIZZATE IL PUBBLICO AFFINCHÉ DIVENTI SOSTENITORE DEI VALORI DELL'UE

Per far sì che il pubblico diventi un sostenitore dei valori dell'UE, è necessario favorire la comprensione dei principi fondamentali dell'UE, promuovere l'impegno e incoraggiare la partecipazione attiva. Ecco alcuni consigli su come farlo:

- Attraverso l'educazione e la sensibilizzazione. Fornite un contesto storico su come si è formata l'UE. Evidenziate l'impegno dell'UE in difesa della diversità culturale e il suo ruolo nella promozione dell'unità. Comunicate contenuti chiari e coinvolgenti che spieghino i valori fondamentali dell'UE.
- Favorite il dialogo aperto. Organizzate seminari e workshop in cui discutere le politiche dell'UE e il loro impatto. Create piattaforme online dove si possano porre domande, esprimere opinioni e condividere esperienze correlate.
- Evidenziate le storie di successo in cui i valori dell'UE hanno avuto un impatto positivo su persone, comunità e altri soggetti all'interno e all'esterno dell'UE.
- Partecipate ai programmi dell'UE, dove potete creare attività rivolte ai giovani, come Erasmus+, che promuove un senso di identità europea.
- Incoraggiate i cittadini a partecipare. Fateli sentire parte del processo decisionale. Promuovete la conoscenza di iniziative e petizioni.
- Favorite lo scambio culturale dove è possibile promuovere un senso di appartenenza e di unità nell'UE. Organizzate eventi che celebrino la diversità.
- Dimostrate come le istituzioni dell'UE operano in modo trasparente. Evidenziate le iniziative per prevenire la corruzione e mostrare la responsabilità.
- Celebrate gli anniversari legati ai risultati dell'UE per ricordare il lavoro e i progressi compiuti.

Responsabilizzate il pubblico attraverso una combinazione di educazione, impegno e senso di responsabilità nel plasmare il futuro dell'UE.

MISURATE L'IMPATTO DELLA CAMPAGNA SUL PUBBLICO TARGET

Il passo fondamentale per valutare l'efficacia della vostra campagna è la misurazione dell'impatto sul pubblico target, che vi aiuterà anche a ottimizzare i vostri sforzi futuri. Per determinare il grado di raggiungimento degli obiettivi della campagna è necessario raccogliere e analizzare i dati durante l'intero processo. Ecco alcuni consigli su come farlo:

RACCOGLIERE I DATI DI PARTENZA

Prima di tutto, è necessario misurare lo stato attuale delle cose. Questi dati saranno la vostra base di riferimento per mostrare l'impatto della vostra campagna.

STABILIRE OBIETTIVI SMART

prima di lanciare la campagna è necessario stabilire obiettivi specifici, misurabili, raggiungibili, pertinenti e limitati nel tempo (*specific, measurable, achievable, relevant, e time-bound* - SMART), che saranno la base per misurare il successo.

DEFINIRE GLI INDICATORI CHIAVE DI PRESTAZIONE (KEY PERFORMANCE INDICATORS - KPI)

è necessario definire una misura quantificabile della prestazione in un periodo specifico per ogni obiettivo specifico.

RACCOGLIERE I DATI

a seconda del tipo di azioni che svolgete (online e offline), dovrete puntare a raccogliere tutti i dati possibili che vi aiuteranno a misurare l'impatto, tenendo conto del rispetto del GDPR e della privacy delle persone. Se state implementando azioni online, potete utilizzare Google Analytics, social media insights, ecc.

SEGMENTARE IL PUBBLICO (SE NECESSARIO E APPLICABILE)

se vi rivolgete a gruppi diversi (in base a dati demografici, comportamento, interessi o qualsiasi altro criterio pertinente) potete monitorare l'impatto della vostra campagna su sottogruppi specifici.

MONITORAGGIO ATTIVO

durante l'implementazione della campagna, è bene tenere d'occhio i KPI per vedere quanto bene si sta facendo. I dati in tempo reale vi aiuteranno a capire se è necessario modificare gli sforzi e gli obiettivi in base alla risposta del pubblico.

ANALISI POST-CAMPAGNA

al termine della campagna, confrontate i dati di partenza con quelli raccolti alla fine. I dati qualitativi (che potete raccogliere attraverso sondaggi, focus group, ecc.) e quantitativi (tassi di coinvolgimento, ecc.) vi aiuteranno a misurare l'impatto. Valutare se la campagna ha raggiunto gli obiettivi SMART stabiliti all'inizio. Le intuizioni e le conoscenze acquisite attraverso l'implementazione vi aiuteranno a pianificare meglio la strategia per i vostri sforzi futuri. Preparare una relazione che evidenzia l'impatto della campagna e che aiuti gli stakeholder a comprenderne il successo.

COME IMPOSTARE UNA WEB RADIO

La creazione di una stazione radio web è un modo innovativo per sostenere un messaggio, in quanto offre l'opportunità di tenere conversazioni interessanti e informative in uno spazio sicuro dedicato. Il messaggio può consistere semplicemente nel diffondere informazioni sui valori dell'UE, come la democrazia, la libertà, l'uguaglianza e così via.

PARTIRE DALL'ATTREZZATURA DI BASE

Quando si inizia a pensare di creare una web radio, è importante riflettere su cosa è necessario per avere successo.

1. **Computer/Laptop**
2. **Microfono**
3. **Forte connessione a Internet**
4. **Software di trasmissione in diretta**

La web radio è un modo conveniente per creare la propria piattaforma radiofonica, perché trasmette su Internet anziché sulle bande AM o FM più convenzionali. Questo rende le web radio più convenienti per la diffusione di un messaggio, in quanto è possibile raggiungere chiunque e superare tutti i possibili confini o restrizioni tra persone di paesi diversi.

TROVARE LA MOTIVAZIONE

Una web radio può essere dedicata a un argomento o a una questione specifica, che in questo caso sarebbe l'apprendimento dei valori dell'UE attraverso la musica, al fine di suscitare discussioni e pensiero critico tra gli ascoltatori. Questo ci porta a una domanda importante da prendere in considerazione quando si pensa di creare una stazione web: "Perché si vuole avviare una stazione web?".

Questo aspetto è importante perché prima di avviare un progetto come questo è necessario avere ben chiare le proprie motivazioni e intenzioni. In questo modo, potrete rivolgervi al pubblico giusto per i vostri programmi radiofonici via web, esprimendo il vostro scopo e collegandovi con i giovani che sono interessati ad ascoltare il vostro contributo e a conoscere gli argomenti che li interessano.

TROVARE LA PROPRIA IDENTITÀ VISIVA

Decidere l'identità visiva nelle prime fasi del processo di sviluppo di una web radio è importante. Date sfogo alla creatività e il resto verrà da sé. Oltre a ideare un logo, dovrete anche creare un sito web. A tal fine, si consiglia di rivolgersi a un web designer per le necessarie competenze professionali. L'estetica deve risultare coerente e avere un aspetto curato. Ciò vi aiuterà a raggiungere più persone e a mantenere vivo l'interesse per il vostro progetto!

APPROFITTATE DEL FATTO CHE IL VOSTRO LAVORO È SENZA CONFINI

Quando si trasmette una radio via Internet, non ci sono confini geografici e si è liberi di raggiungere chiunque in qualsiasi parte del mondo. Questo vi permette di diffondere un messaggio a persone di diversa provenienza culturale e storica, suscitando conversazioni interessanti con l'incontro di diverse prospettive. Poter raggiungere un pubblico più vasto significa che la vostra radio può potenzialmente riunire persone da tutto il mondo per la vostra causa!

PROMUOVERE IL PROPRIO LAVORO

Dovete promuovere la vostra web radio sui vostri social media. Per crearvi un pubblico e renderlo fedele al vostro progetto, dovete essere preparati, organizzati e coerenti con ciò che proponete! Come già illustrato nella sezione "Come influenzare diversi gruppi target", dovete fare lo stesso sforzo per promuovere la vostra web radio!

In quanto tale, è necessario:

- ➔ Essere regolari nel pubblicare i vostri post.
- ➔ Invogliare la gente a sintonizzarsi sulla vostra web radio.
- ➔ Crearvi un pubblico coinvolgendolo.

SOFTWARE NECESSARIO

Potete utilizzare host radiofonici online, come RadioKing, per concepire trasmissioni automatiche o in diretta da casa e indirizzarle a un server radiofonico, che condividerà la vostra programmazione in tutto il mondo attraverso diversi media (social media, sito web, applicazione mobile, ecc.).

Per quanto riguarda l'attrezzatura online, potrebbe essere necessario un software diverso:

➔ Software di registrazione

Vi permetterà di creare la trasmissione del vostro programma sulla vostra web radio. È possibile trovare online diversi software a questo scopo. Ad esempio, Audacity è un programma gratuito per l'audio editing multitraccia e facile da usare.

➔ Software di trasmissione

È possibile migliorare la qualità dei propri spettacoli dal vivo con un software di broadcasting grazie a funzioni e a un'interfaccia realizzate a questo scopo. A seconda del software che si sceglie di utilizzare, si può avere accesso a strumenti come deck di mixaggio virtuali, effetti audio, sincronizzazione dei beat o equalizzatori. Alcuni programmi sono dotati di un codificatore nativo che consente di collegarli al flusso radiofonico.

Mixxx è un esempio di software per il broadcasting che offre l'opportunità di sperimentare diversi strumenti e funzioni per eseguire mix dal vivo, come i deck di mixaggio virtuali, gli effetti audio, la sincronizzazione dei beat e altro ancora. È un software molto personalizzabile.

Suggerimento sul volume dei file di canzoni: Se avete difficoltà a riprodurre tutti i vostri brani con lo stesso volume, provate con MP3Gain. Si tratta di una piattaforma online facilmente accessibile che analizza e regola i file mp3 in modo che abbiano lo stesso volume.

PRENDERE DECISIONI E INIZIARE A PIANIFICARE IL LAVORO

Oltre a decidere quali programmi musicali, software di trasmissione e di registrazione, tecniche e caratteristiche musicali utilizzare, bisogna anche considerare il programma a cui si vuole che la web radio si attenga. Che tipo di musica volete includere nella vostra radio? Volete invitare alcuni musicisti che lavorano come sostenitori o attivisti per i valori dell'UE? Qual è il messaggio che volete diffondere facendo questo lavoro? Che tipo di segmenti includerà la vostra trasmissione in diretta? È rilevante per la vostra comunità? È un messaggio potente e coinvolgente? Tenete presente che dovrete utilizzare tutti i mezzi per rendere significativo ciò che state lavorando. In questo senso, le decisioni sul tipo di contenuto e di messaggio che si vuole trasmettere sono altrettanto importanti quanto gli aspetti tecnici per far sì che la web radio sia pronta ad andare in onda.

Decidete il vostro programma. È un programma radiofonico mensile? È settimanale o giornaliero? È importante prendere queste decisioni per poterle comunicare sulle piattaforme dei social media scelte per pubblicizzare l'iniziativa. Quando si stabilisce il programma di trasmissione in diretta della web radio, è necessario informare le persone in modo che possano partecipare e sintonizzarsi. Tenete presente che è grazie alla costanza che potrete crearvi un pubblico e rafforzare il vostro legame con la community che vi sostiene.



CONCLUSIONE

La musica riveste un'importanza significativa nella promozione dei valori dell'UE, in quanto è una piattaforma potente e universale per diffondere la consapevolezza della diversità, dell'unità e della comprensione culturale che l'Unione europea rappresenta. La musica trascende tutte le barriere linguistiche e culturali, favorisce il senso di appartenenza tra le persone e raggiunge un pubblico globale. La musica può contribuire a rafforzare i legami e a consolidare gli ideali condivisi al di là delle frontiere.

STIAMO "CHIAMANDO ALL'AZIONE TUTTI I GIOVANI CHE SI OCCUPANO DI CAMBIAMENTO E GLI APPASSIONATI DI MUSICA".

La vostra creatività può diventare una forza del bene. Usate il potere della musica come strumento per un cambiamento positivo attraverso l'advocacy. Le vostre menti e i vostri cuori ispiratori possono unirsi e creare un futuro migliore.

Le vostre melodie e i vostri testi possono mettere in discussione le norme e stimolare un dibattito incisivo.



**UNITEVI A NOI NELLA SENSIBILIZZAZIONE ALLA DIGNITÀ
UMANA, ALLA LIBERTÀ, ALLA DEMOCRAZIA,
ALL'UGUAGLIANZA, ALLO STATO DI DIRITTO E AI DIRITTI
UMANI PER CREARE UN DOMANI PIÙ LUMINOSO!!!**

**La vostra passione e la
vostra creatività sono una
fonte infinita di potere,
quindi mettetele a frutto e
apriamo la strada a una
società più giusta e
inclusiva!**

ULTERIORI LETTURE

[Come creare un grande piano strategico per i social media nel 2023 e il rapporto gratuito sulle tendenze dei social media globali](#)

[Come pianificare una campagna sui social media, passo passo](#)

[Guida in 10 passi per un evento di raccolta fondi di successo](#)

[Tre buone pratiche per mantenere vivo l'interesse nelle attività di advocacy](#)

[Usare l'outreach locale per coinvolgere la generazione online](#)

PARTNER NETWORK

Questo manuale è stato creato sotto la guida delle sette organizzazioni partner YEPP EUROPE; YEPP Italia; Association for Better Life; Network for Children's Rights; Out of the Box; Young Educators; Het Wilde Westen.

YEPP EUROPE (BERLINO, GERMANIA)

YEPP Europa coordina, sviluppa e sostiene la rete comunitaria YEPP di siti locali e partner di progetto in 19 Paesi e oltre 100 comunità in Europa. Lavoriamo per l'empowerment dei giovani e delle comunità nelle aree svantaggiate, promuoviamo la partecipazione dei giovani e degli attori locali ai processi decisionali e favoriamo la cittadinanza attiva. Riconosciamo i giovani come attori del cambiamento sociale e ci sforziamo di far sentire la loro voce. A tal fine, sviluppiamo programmi di sviluppo delle capacità per i giovani e qualificiamo gli operatori giovanili per sostenere i giovani in diversi campi di interesse. Lavoriamo anche con i comuni per progettare politiche più favorevoli ai giovani e facilitiamo l'apprendimento transnazionale e lo scambio di attori locali nella rete comunitaria YEPP.

YEPP ITALIA (TORINO, ITALIA)

YEPP Italia si propone di diffondere e applicare i principi della metodologia YEPP in Italia per consentire ai giovani di esprimere le proprie energie e competenze nelle comunità locali. Il suo obiettivo è quello di mettere i giovani in condizione di decidere, di gestire le risorse, di essere cittadini attivi; di realizzare concretamente le idee dei giovani; di creare comunità che guardino al futuro con fiducia, consapevoli della propria identità e dei propri bisogni; di costruire partenariati forti e duraturi con attori pubblici e privati, nazionali e internazionali; di influenzare le politiche giovanili in modo che promuovano l'empowerment, lo sviluppo delle comunità e i partenariati.

ASSOCIAZIONE PER UNA VITA MIGLIORE (HERL'ANY, SLOVACCHIA)

L'Associazione FOR BETTER LIFE è stata fondata nel 2004 e la sua missione è rafforzare lo sviluppo delle comunità rom emarginate nella Slovacchia orientale. Mobilitiamo le risorse locali, creiamo partenariati e mettiamo i membri della comunità in condizione di partecipare ai progetti di sviluppo. Collaboriamo con i comuni e mettiamo in contatto operatori sociali e comunitari, insegnanti, operatori pastorali e vari esperti. Dal 2010 siamo membri della rete internazionale YEPP.

HET WILDE WESTEN (UTRECHT, PAESI BASSI)

Het Wilde Westen è un centro culturale, un punto d'incontro locale e una scuola di musica in un unico luogo. Ospitiamo e facilitiamo tutti i tipi di attività e progetti per persone di ogni età e ceto sociale operando principalmente a livello locale, a Utrecht Ovest.

RETE PER I DIRITTI DEI BAMBINI (ATENE, GRECIA)

È un'associazione greca senza scopo di lucro fondata nel 2004, con l'obiettivo di difendere i diritti dei bambini, come definiti nella Convenzione delle Nazioni Unite sui diritti dell'infanzia (UNDP 1989). La rete ha una serie di esperienze e competenze in materia di rifugiati, protezione dell'infanzia, educazione informale, formazione dei professionisti e sostegno ai bambini, ai giovani e alle loro famiglie. La Rete si rivolge a tutti i bambini, indipendentemente dall'origine etnica, dalla razza, dal sesso, dalla religione e dalla lingua, organizzando e realizzando programmi pedagogici specializzati, attività creative di gruppo e attività di educazione informale in 4 luoghi del centro di Atene. Allo stesso tempo, vengono organizzate campagne di sensibilizzazione e vengono sviluppati interventi istituzionali. L'organizzazione lavora a stretto contatto con le autorità e gli enti pubblici.

OUT OF THE BOX (BRUSSELS, BELGIO)

Out of the Box International è una rete europea che riunisce diverse organizzazioni che sostengono politiche più innovative, incentrate sul cittadino e sulla solidarietà a livello europeo e cittadino. La nostra missione principale è quella di fornire competenze, strumenti ICT e una rete per la diffusione della ricerca, della formazione e delle pratiche innovative. Siamo esperti in diverse aree politiche dell'UE come i giovani, l'istruzione, la coesione e la solidarietà e il digitale, con particolare attenzione alle pratiche intersettoriali. I nostri gruppi target sono i giovani, le CSO e i responsabili politici. Crediamo che l'innovazione, le idee nuove e il coinvolgimento attivo dei cittadini nei processi politici rappresentino la conditio sine qua non per rendere le nostre società migliori, più eque, sostenibili e giuste.

YOUNG EDUCATORS (CASTELO BRANCO, PORTOGALLO)

Young Educators è un'organizzazione internazionale non profit e non governativa per lo sviluppo. Pensiamo che il mondo sia un luogo senza confini, senza differenze razziali o etniche. Pensiamo che il mondo sia un luogo tanto più bello quanto è vario. Vogliamo usare la nostra energia per lottare per le nostre cause e dare potere ai giovani per muovere la società globale in una nuova direzione e promuovere la democrazia, i diritti umani, l'uguaglianza, l'inclusione sociale, la cittadinanza e la conoscenza.

Hanno contribuito in particolare: Alessio Sgarlato, Alexia Karapatsia, Clara Van Eenooghe, Elissavet Konstantakopoulou, Félix Soares, Jochen Schell, Linn Radtke, Margarida Malta, Marija Bumbak, Rian Evers, Rosanna Phillips, Simona Ondrasikova, Qianzi Wang.

SONGS FOR
CHANGE



DIAMO VALORE ALL'UE CON LE
NOSTRE VOCI E I NOSTRI SUONI
UNICI, CONNETTENDOCI E
RAFFORZANDOCI A VICENDA
PER GENERARE SOLUZIONI
CREATIVE PER IL
CAMBIAMENTO SOCIALE!

