

1 PLANET
4 ALL



CESVI

Una guida per ispirare
i giovani alla sensibilizzazione
e attivazione sul tema del
cambiamento climatico

**1 TOOLKIT
4 ALL**



INDICE

SEZIONE 1

Introduzione	4
1Planet4All	4
Il nostro approccio	4
Come utilizzare questo toolkit	5

SEZIONE 2

CAMBIARE LA NARRATIVA

Percezione VS Realtà	8
Come sappiamo che gli esseri umani sono responsabili	8
Qual è l'impatto sull'umanità?	9
Dall'ansia climatica alla speranza climatica	10
Inserire le persone nelle immagini	10
I giovani possono fare la differenza	11

MEGLIO INSIEME!	12
-----------------	----

SMONTIAMO IL MITO	14
Affrontare il cambiamento	16

APPROFONDIMENTI	17
-----------------	----

SEZIONE 3

CONNESSIONI CLIMATICHE

Cambiamenti climatici e sviluppo sostenibile	20
Comprendere i collegamenti	21
La nostra responsabilità condivisa	22
Disparità globali nelle emissioni di carbonio	23
Connettere il cambiamento climatico	24
agli interessi dei giovani	
Connettere i cambiamenti climatici alla facilitazione	24

COLLEGAMENTI TRA GLOBAL GOALS	26
E CAMBIAMENTO CLIMATICO	

COLLEGA GLI OBIETTIVI GLOBALI	28
AL CAMBIAMENTO CLIMATICO	

OCCHI PUNTATI SULL'AZIONE PER IL CLIMA	30
--	----

CONNETTERE LE PERSONE	32
AL CAMBIAMENTO CLIMATICO	

CASE STUDIO CAMBIAMENTO CLIMATICO IN SOMALIA	33
--	----

CAMBIAMENTO CLIMATICO IN SOMALIA	34
----------------------------------	----

FACILITARE UN PROGETTO DI RICERCA	36
-----------------------------------	----

APPROFONDIMENTI	37
-----------------	----

TEMPLATE PER UN PROGETTO DI RICERCA	38
-------------------------------------	----

APPROFONDIMENTI	39
-----------------	----

SEZIONE 4

CAMPAIGNING E CAMBIAMENTO CLIMATICO

Promuovere l'attivismo giovanile	42
Realizzare una campagna con il tuo gruppo di lavoro	42

MATERIALI PER LA CAMPAGNA	44
Modello 1 Planet4All per la creazione di una campagna	44
Risorse e Modelli	44

PANORAMICA SULLE CAMPAGNE	48
E IDEE PER LE ATTIVITÀ	
Idee per le attività di campagna	48

REALIZZA UN SONDAGGIO	49
Crea la tua lista di domande	49
Trova i partecipanti!	49
Analizza i tuoi risultati	50
Scrivi un comunicato stampa	50
Pacchetto Social Media	51

ATTIVITÀ	52
A. Crea una campagna video	52
B. Realizza un progetto di artigianato!	53
C. Incoraggia all'azione	53

CREA UNA CAMPAGNA VIDEO	54
-------------------------	----

APPROFONDIMENTI	56
-----------------	----



Questa pubblicazione è stata realizzata con il contributo dell'Unione Europea. I contenuti sono di esclusiva responsabilità di CESVI e non rappresentano necessariamente il punto di vista dell'Unione Europea. Questa pubblicazione è la versione italiana di "1Toolkit4All", creato da Concern Worldwide all'interno del progetto 1Planet4All. La versione originale del toolkit è disponibile [qui](#).

INTRODUZIONE

“Il cambiamento climatico è il problema fondamentale del nostro tempo e ci troviamo in un momento cruciale. Dai sistemi climatici in evoluzione che minacciano la produzione alimentare, all'aumento del livello del mare che aumenta il rischio di inondazioni catastrofiche, gli impatti del cambiamento climatico sono di portata globale e di scala senza precedenti. In assenza di azioni drastiche oggi, sarà più difficile e costoso adattarsi a questi impatti in futuro.”

Antonio Guterres, Segretario Generale delle Nazioni Unite, 2021.

1PLANET4ALL

CESVI è partner di *“1Planet4All: Empowering youth, living EU values, tackling climate change”*, un programma triennale co-finanziato dall'Unione Europea per la sensibilizzazione e attivazione dei giovani di 12 paesi europei sul tema del cambiamento climatico e di come le nostre scelte nei Paesi a Nord del mondo possono avere un impatto profondo nei Paesi in via di sviluppo.

CESVI è un'organizzazione umanitaria italiana laica e indipendente nata a Bergamo nel 1985. Attraverso il progetto 1Planet4All CESVI vuole **sostenere l'impegno dei giovani nella lotta al cambiamento climatico**, offrendo informazioni e strumenti utili perché diventino veri e propri “agenti di cambiamento”, impegnati a rendere le proprie comunità più sostenibili, inclusive e climate-smart. Ai giovani viene data l'occasione di **far sentire la propria voce** attraverso la partecipazione a campagne di comunicazione, call to action, eventi e dibattiti, con la possibilità di scambio di esperienze e buone pratiche, lasciandosi ispirare da esperti e attivisti sul tema del cambiamento climatico e dell'impegno giovanile.

CESVI supporta **proposte per la lotta al cambiamento climatico**, dando l'opportunità ai giovani di tutta Italia di presentare le proprie idee e concretizzarle. Toolkit4All è stato creato da **Concern Worldwide** all'interno del progetto 1Planet4All. Concern è una Organizzazione umanitaria internazionale che si batte per un mondo libero dalla povertà, dalla paura e dall'oppressione. Concern mette in atto interventi che salvano e cambiano la vita delle persone più povere e vulnerabili nel mondo. Dalla rapida risposta alle emergenze allo sviluppo di programmi innovativi, Concern vuole arrivare nei luoghi più difficili da raggiungere con l'obiettivo di non lasciare nessuno indietro.

Maggiori informazioni su Concern Worldwide sul sito www.concern.net

Obiettivo del Toolkit4All è fornire supporto, competenze e storie dal campo e l'impegno nel lavorare insieme per affrontare la crisi climatica.

IL NOSTRO APPROCCIO

I laboratori con i giovani rappresentano **un'opportunità per accompagnarli nel percorso dall'infanzia all'età adulta**.

I facilitatori grazie ai quali è stato creato 1Toolkit4All portano con sé **esperienze preziose utili all'ingaggio dei giovani in modo importante e duraturo**.

Sappiamo anche che ogni gruppo è unico; i/le partecipanti arrivano con diversi livelli di conoscenze pregresse e interessi che influenzano l'esperienza di apprendimento.

È quindi possibile avere laboratori con partecipanti molto energici e propensi alla collaborazione o al dibattito, altri potrebbero preferire lavorare da soli o realizzare progetti creativi, e poi alcuni potrebbero persino essere un mix di entrambi!

La sfida sta nel prevedere le esigenze di ciascun gruppo e individuo e saper adattare il miglior metodo di facilitazione.

Non è facile quando si ha poco tempo per realizzare un'attività; stabilire connessioni e adattarsi alle esigenze individuali potrebbe semplicemente non essere possibile! Ma più si apprendono tattiche e strategie per farlo, più si è inclini a cercare di integrarle nella propria facilitazione. Speriamo che questo toolkit possa incoraggiarti a sfruttare i tuoi punti di forza, interessi e competenze, **sviluppando laboratori con due approcci principali in mente:**

1. L'Approccio di Co-Creazione

Gran parte delle ricerche sull'approccio di co-creazione sono legate agli ambienti dell'istruzione superiore e le definizioni possono variare. La sintesi che riteniamo più applicabile al nostro contesto è:

“La co-creazione è uno sforzo condiviso in cui l'apprendimento e l'insegnamento vengono fatti insieme agli/alle studenti/esse e non per loro. Questo approccio vede sia gli/le studenti/esse che i facilitatori/facilitatrici come esperti/e con caratteristiche diverse ma altrettanto preziose tali da contribuire al processo di insegnamento e apprendimento” (Cook-Sather, Bovill e Felten 2014). Quando adottiamo un approccio di co-creazione alla facilitazione dei laboratori, si elimina la pressione di dover essere un esperto su tutto ciò che riguarda l'argomento scelto e ci consente di impegnarci in interrogativi, ricerca e crescita insieme ai/alle partecipanti. Un buon modo per pensare a questo modello è che facilitatori/facilitatrici e partecipanti agiscono come co-investigatori e collaborano per un apprendimento duraturo. Le discussioni, le attività e i progetti intrapresi non devono limitarsi alla conoscenza del facilitatore/facilitatrice e possono evolversi in tempo reale all'interno dell'ambiente del laboratorio, concentrandosi sugli interessi dei/delle partecipanti e promuovendo un maggiore apprendimento basato sull'indagine, sull'esperienza e sui progetti. In un contesto di co-creazione, i/le partecipanti hanno maggiore responsabilità e indipendenza sul loro apprendimento e su ciò che producono nel laboratorio, il che li porta a sentirsi rafforzati e capaci di continuare un percorso di scoperta e, speriamo, di azione sul cambiamento climatico!

2. Istruzione Differenziata

Potrebbe sembrare che adottare un approccio di co-creazione porti naturalmente a un processo di differenziazione per i discenti perché i loro interessi sono già al centro dell'attenzione, ma la differenziazione riguarda più che altro l'essere attenti alle capacità dei/delle partecipanti, alle esigenze di apprendimento e agli stili di apprendimento in modo da poter adattare le migliori metodologie educative possibili. Continua a chiederti se le attività che hai pianificato sono eque, ad esempio se richiedono accesso a internet: sei in grado di rispondere a questa necessità? Tutti i/le partecipanti avranno accesso a internet da casa? Stai assegnando attività/progetti che richiedono o possono mettere pressione sui/sulle partecipanti per l'acquisto di materiali? Assicurati che, in tal caso, tu sia in grado di adattare queste attività per coloro che potrebbero non avere accesso a tali risorse. Considera le capacità e le esigenze dei discenti.

Ad esempio, se hai un/una partecipante con dislessia e l'attività principale è leggere un articolo di cinque pagine e scrivere una lettera a un rappresentante locale, potresti differenziare procurando una versione audio dell'articolo o un video che presenta lo stesso concetto in termini audio/visivi. Potresti ridurre il numero di parole della lettera o capire se la persona desidera esprimere il proprio punto di vista in modo diverso, ad esempio anziché una lettera potrebbe scrivere una cartolina o esprimere la propria opinione in un video. Considera diversi stili di apprendimento e chiediti se il modo in cui presenti le informazioni e il tipo di attività che hai pianificato sono equilibrate. Puoi farlo fornendo ai/alle partecipanti una serie di opzioni di attività, ad esempio un discente visivo/spaziale potrebbe voler creare un diagramma su un argomento legato al cambiamento climatico, mentre un discente verbale potrebbe desiderare scrivere una lettera. Se mentre stai leggendo queste pagine ti senti un po' sopraffatto/a, non preoccuparti: potrebbe non essere possibile utilizzare entrambi gli approcci in ogni laboratorio. Inizia in modo graduale, approfondisci ulteriormente gli approcci, esamina il toolkit per idee e seleziona ciò che ti attrae di più e si adatta al tuo stile di facilitazione. Non è possibile fare tutto!

COME UTILIZZARE QUESTO TOOLKIT

Il toolkit è composto da **4 sezioni**. Ogni sezione esplora un tema diverso, offre idee di attività da implementare nei laboratori e fornisce un elenco di risorse aggiuntive che si possono utilizzare per approfondire l'argomento o ispirare i/le partecipanti ad agire. Potresti scegliere di seguire il toolkit in modo lineare o saltare tra diverse sezioni a seconda di ciò su cui desideri basare il tuo laboratorio o agli interessi del tuo gruppo. **Vai all'indice a pagina 3 per essere indirizzato/a sulla sezione di tuo interesse.**





SEZIONE 2

CAMBIARE LA NARRATIVA

CAMBIARE LA NARRATIVA

Il dibattito sul clima è cambiato significativamente dagli inizi degli anni 2000 con un passaggio dal concetto di cambiamento climatico come qualcosa che accadrà in futuro, da qualche altra parte, al riconoscimento che sta accadendo qui, ora e richiede un'azione immediata.

È stata spostata l'attenzione - e la pressione - dal singolo individuo ai governi e le aziende, per sottolineare la necessità di **prendere provvedimenti urgenti**. Nel complesso, la società ha compiuto grandi passi avanti e i vasti progressi tecnologici che abbiamo visto nell'ultimo decennio si sono dimostrati un alleato. Tuttavia, rimane ancora una "narrativa mista" attorno alla **crisi climatica**.

Che si tratti di una visione apocalittica, di una prospettiva che considera l'eliminazione della plastica come unica soluzione, del convincimento che gli esseri umani siano responsabili di tutto, o di un dibattito secondo cui sono le aziende a dover agire e non il singolo, spesso si perde molto quando si tratta di comprendere l'equazione climatica. Queste "parti per il tutto" unite all'enorme complessità del tema influenzano spesso la percezione delle giovani generazioni sulle proprie capacità e sul nostro potere di emanciparle. Quello che è più incoraggiante, però, è **la passione e l'entusiasmo che i giovani portano al dibattito**. Vogliono che le loro voci vengano ascoltate, vogliono essere presi/e sul serio e far parte della soluzione. Il nostro obiettivo, e speriamo che sia anche il vostro, è **fornire strumenti che consentano loro di esplorare l'argomento in modo più approfondito, aiutare a trasformare l'ansia climatica in speranza climatica**.

Ciò non significa che tu debba essere un/a esperto/a sul cambiamento climatico, basta essere appassionati e curiosi! Riconosciamo che i giovani leader e gli adulti hanno molto da imparare e incoraggiamo voi a considerare il lavoro che svolgete con i/le ragazzi/e come parte del vostro processo di scoperta. Questa sezione mira a fornirvi informazioni di base e idee per facilitare discussioni proficue, approfondimenti sull'argomento e incoraggiare i giovani a far parte del dibattito.

PERCEZIONE VS REALTÀ

In un certo senso, la nostra percezione del cambiamento climatico è simile a un iceberg: gran parte di ciò che sappiamo giace in ciò che è visibile

dalla superficie - le informazioni che vediamo e sentiamo più frequentemente. A molti giovani vengono subito in mente immagini di discariche stracolme, creature marine impigliate nella plastica, foreste desolate, terra bruciata e fabbriche che rilasciano gas denso nell'atmosfera. È vero che queste sono conseguenze molto reali, ma per comprendere la piena portata del cambiamento climatico dobbiamo fare un lavoro di approfondimento volto a farci scoprire che il fenomeno è sia spaventoso che incoraggiante - perché ci mostra che il cambiamento climatico non è più solo un problema esclusivamente ambientale ma anche umanitario. È una crisi causata dall'uomo, di cui siamo sia colpevoli che vittime. **Fortunatamente, siamo anche la soluzione.**

COME SAPPIAMO CHE GLI ESSERI UMANI SONO RESPONSABILI DEL CAMBIAMENTO CLIMATICO?

Sapevi che la concentrazione di anidride carbonica nell'atmosfera è aumentata drasticamente dall'epoca della Rivoluzione Industriale? Infatti c'è più anidride carbonica nell'atmosfera oggi che in qualsiasi momento degli ultimi 800.000 anni!

Ci sono tre ragioni principali per cui l'inquinamento da carbonio è aumentato costantemente:

1. **Combustione** di combustibili fossili (come carbone, petrolio e gas naturale)
2. **Deforestazione** (conversione del terreno per scopi agricoli o infrastrutturali)
3. **Allevamento di bestiame** (allevamento di animali per consumo o materie prime)

Tutto ciò contribuisce all'eccesso di gas serra nell'atmosfera, aumentando così l'effetto serra e il riscaldamento globale. La connessione tra il comportamento umano e lo squilibrio dei nostri sistemi naturali, che porta a temperature più calde, tempeste più frequenti e aumento dei livelli del mare/alluvioni, è innegabile.

QUAL È L'IMPATTO SULL'UMANITÀ?

Il cambiamento climatico **influisce su molti degli elementi sociali ed ambientali** cruciali per la nostra salute e la nostra esistenza stessa:

- **Aria pulita:** L'aumento delle temperature e dell'inquinamento dell'aria aumentano le complicazioni dovute a malattie cardiovascolari e respiratorie.
- **Acqua sicura e abbondante:** la fornitura di acqua dolce è messa a rischio dall'aumento di fenomeni quali inondazioni o periodi prolungati di siccità, causando malattie legate all'acqua potabile contaminata e, nel caso delle siccità, scarsità d'acqua.
- **Sicurezza alimentare:** i sistemi di coltivazione e produzione globali, soprattutto nei paesi già vulnerabili dove i rendimenti delle colture stanno crollando, sono influenzati dal cambiamento climatico, causando un aumento di fame e malnutrizione.
- **Riparo sicuro:** case, servizi essenziali (come ospedali e scuole) e persino intere aree continuano a essere distrutti da eventi meteorologici estremi e disastri naturali.

Risorsa: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets>



L'approccio umanitario è la dedizione e la convinzione nel valore fondamentale della vita umana. Si concretizza nel supportare le persone colpite da conflitti, disastri naturali, epidemie e carestie.

Risorsa: <https://phap.org/theme-humanitarianism>

Ovviamente, questa è una semplificazione: avremmo bisogno di proseguire per pagine e analizzare ulteriormente ogni elemento per **comprendere veramente l'intero impatto**. Infatti, è proprio questo il problema quando discutiamo del cambiamento climatico con i giovani: l'interconnessione di questi elementi e l'effetto domino sono difficili da rendere chiari quando il tempo per la facilitazione è limitato e le spiegazioni possono essere così prolisse.

Guarda la nostra sezione **"Approfondisci"** per sapere dove trovare ulteriori informazioni e dati sul cambiamento climatico!



INSERIRE LE PERSONE NELL'IMMAGINE

Chiediamoci **“Come appare davvero questa situazione e chi ne è coinvolto?”** quindi cerchiamo risorse/attività che mostrino questa connessione, spingiamo i partecipanti ad approfondire ulteriormente per poi procedere con step concreti e realizzabili. Il video di Concern **“Inspiring a Generation of Climate Activists”** offre una rappresentazione efficace di quella “conoscenza iceberg” discussa in precedenza, contrapposta a persone reali in tutto il mondo che stanno subendo le conseguenze dei cambiamenti climatici. Ci vengono mostrate comunità alle prese con incendi nell’ovest americano, alluvioni a Cork City e Malawi, siccità estrema che provoca insicurezza alimentare in Kenya e siccità in Sud Sudan.

“Inserire le persone nell’immagine” porta a tre risultati principali:

1. **Radica** il cambiamento climatico nella realtà, rendendo le conseguenze tangibili invece che astratte.
2. **Favorisce** una connessione più profonda con le nostre comunità e con quelle di tutto il mondo.
3. **Rafforza** la nostra motivazione a agire.

Nel toolkit troverai **casi studio, articoli, storie e attività** che si concentrano sull’esplorazione di questo aspetto umano. Troverai anche **idee per attività** che guidano i partecipanti verso l’azione climatica e l’adozione di una mentalità orientata alla soluzione.

DALL'ANSIA CLIMATICA ALLA SPERANZA CLIMATICA

Man mano che i giovani apprendono le conseguenze dei cambiamenti climatici e si impegnano nell’azione per il clima, si osserva un aumento tra questi dell’ansia climatica. **L’ansia climatica, nota anche come eco-ansia, è un termine che descrive il disagio, la preoccupazione, la paura e l’incertezza che derivano dal sentirsi contemporaneamente sopraffatti e impotenti di fronte alle questioni climatiche e al futuro sconosciuto del nostro pianeta.** Pensa a quella comprensione a livello superficiale di cui abbiamo parlato in precedenza e immagina quanto catastrofiche possano apparire quelle immagini a una persona giovane e quanto possa sembrare inaccessibile invertire gli effetti. Questo è un altro motivo per cui riconoscere l’aspetto umano è così importante per una comprensione completa e un passo

positivo in avanti. **I giovani sono gravati dal peso di prendere sul serio il cambiamento climatico.** Molti si rendono conto che affrontiamo conseguenze imminenti (anche se non hanno ancora compreso appieno la loro portata) e sono frustrati perché le soluzioni sfuggono al loro controllo. Possono sorgere sentimenti di rabbia verso le persone, specialmente quelle al potere, che non si assumono abbastanza responsabilità, così come un senso di disperazione. Parte dell’ansia climatica deriva dalla sensazione che le persone, specialmente coloro che hanno la capacità di apportare un grande cambiamento, non stiano riconoscendo o prendendo sul serio la situazione. È importante che i giovani **non sentano di aver ereditato dai genitori e dai nonni un “pasticcio” da dover rimettere a posto.** Molti della “generazione più anziana” sono altrettanto motivati nell’agire quanto i giovani di oggi. **Vogliamo aiutare i giovani a cercare di**

passare dall’ansia climatica alla speranza climatica. Vogliamo che si attivino per partecipazione alle soluzioni, ma non vogliamo che si sentano ostacolati dalla disperazione.

I GIOVANI POSSONO FARE LA DIFFERENZA

I giovani hanno **un ruolo importante da svolgere nelle soluzioni per la crisi climatica**, ma spesso sentono di non essere presi sul serio, o peggio, di essere usati solo dai decisori per foto e strategie di comunicazione. Vogliamo coltivare consapevolezza, creatività e mentalità orientate alla soluzione per assicurargli che la loro voce e le loro azioni fanno la differenza. I giovani **portano idee innovative** alla conversazione sui cambiamenti climatici ed è importante che comprendano il loro valore!



MEGLIO INSIEME!

A. Esploriamo insieme l'ansia climatica

- Mostra il termine **"Ansia Climatica"** sulla tua slide di presentazione, lavagna, cartellone o su qualsiasi altro strumento a tua disposizione. A seconda delle dimensioni, dell'energia e dell'impegno del tuo gruppo, potresti voler suddividerlo in coppie, piccoli gruppi e/o adattare la discussione in un'attività scritta.
- Scegli alcune delle domande di seguito, rivolgile al tuo gruppo e mostra le loro risposte (se possibile).
 - Cosa pensi che significhi "ansia climatica" o cosa ti viene in mente quando senti questo termine?
 - Quali sono le ragioni per cui le persone potrebbero sentirsi ansiose riguardo ai cambiamenti climatici? Hai mai provato questa sensazione o conosci qualcuno che sperimenta ansia climatica?
 - Cosa sta accadendo oggi nel mondo che potrebbe contribuire all'ansia climatica?

B. Affrontare il Cambiamento

In periodi di cambiamento sociale o minacce al nostro stile di vita, identificare meccanismi di adattamento può essere importante per il benessere mentale. È facile lasciarsi prendere da tutte le notizie negative e il Covid-19 ha amplificato le nostre preoccupazioni su tutto! Aiuta a ricordare che ci sono molti aspetti positivi e che anche un piccolo passo è importante se va nella giusta direzione.

- Condividi** il riquadro **"Affrontare il Cambiamento"** qui con il tuo gruppo (pagina 16).
- Incoraggia** i partecipanti a selezionare 1 o 2 strategie di adattamento che vorrebbero provare.

Chiedi loro di dedicare da 5 a 10 minuti a riflettere su come potrebbero mettere in pratica queste strategie. Se il tempo

lo consente, potresti provare a lavorare in piccoli gruppi per la discussione: ad esempio i gruppi potrebbero trovare fonti affidabili, fare una passeggiata nella natura insieme o fare una sessione di brainstorming su piccoli cambiamenti e obiettivi da fissare per la settimana a venire.



I partecipanti potrebbero esprimere sentimenti di impotenza, sopraffazione, disinformazione, manifestare un forte senso di colpa o non sapere come agire. Ricorda di convalidare le risposte dei partecipanti ed evita frasi come "ma non dovresti sentirti così" o "non è qualcosa di cui devi preoccuparti". Avere l'opportunità di esprimere le loro preoccupazioni o paure senza alcun giudizio è vitale.

C. Teorie cospirazioniste

Non avere una **visione completa** è uno dei maggiori contributi all'ansia climatica e, anche se l'abbiamo, può essere difficile esprimere le sfumature e difendere la nostra posizione in un dibattito. L'attività **"Smentisci il Mito"** qui di seguito include alcuni comuni miti sul cambiamento climatico che spesso vengono utilizzati per deviare o minimizzare il vero impatto dei cambiamenti climatici. È probabile che i giovani, prima o poi, si troveranno di fronte a uno di questi miti, che si tratti di politici, colleghi o persino familiari e amici. Dare loro l'opportunità di riflettere su queste dichiarazioni, ricercare i fatti dietro il mito e sviluppare una risposta informata e costruttiva, li farà sentire meglio preparati a sfidare le informazioni errate e ad avere un ruolo attivo nel dibattito sui cambiamenti climatici!

Attività Smentisci il mito

- Dividi i partecipanti in gruppi. Utilizzando una diapositiva, un cartellone o una lavagna, mostra i sei miti sul cambiamento climatico di seguito e assegna ciascuno di essi a un gruppo.
 - Il clima è sempre stato in cambiamento.
 - Fuori fa freddo - come fai a chiamarlo riscaldamento globale?!
 - La CO₂ non può essere responsabile dei cambiamenti climatici - le piante, i raccolti e gli alberi hanno bisogno di CO₂ per crescere
 - Non è assolutamente possibile che gli esseri umani siano responsabili dei cambiamenti climatici
 - Sono i cambiamenti nel Sole che stanno causando il riscaldamento della Terra, non noi
 - È troppo tardi, tanto vale non fare nulla
- Ciascun gruppo dovrà trascorrere 5 minuti a discutere il mito a lui assegnato, scrivendo le prime 3-5 cose che vengono in mente. Potrebbe trattarsi di un fatto o di una statistica di cui sono a conoscenza, oppure potrebbe essere una dichiarazione del tipo "questo è semplicemente folle/stupido/errato!" L'idea è fare esprimere i loro

pensieri iniziali al riguardo.

- Invita i gruppi a condividere sia il mito che la loro lista di impressioni con la classe. Puoi scegliere di rendere questo esercizio volontario.
- Considera di porre le seguenti domande ai/alle partecipanti:
 - Pensate che le vostre dichiarazioni iniziali siano in grado di cambiare l'opinione di qualcuno?
 - Queste dichiarazioni sono frutto di una reazione istintiva o espressione calma di logica e fatti?
 - Cosa pensi sia necessario fare per influenzare le persone?
 - Come si potrebbe presentare la verità in modo informato e costruttivo?
- Copia o stampa l'elenco da pagina 14 con la spiegazione che smentisce ciascuno mito e consegnalo ai gruppi.
- Puoi coinvolgere il tuo gruppo in due possibili attività:
 - Risposta Scritta:** Chiedi ai partecipanti di condurre una ricerca e costruire una nuova risposta scritta nel loro stile.
 - Dibattito Informale:** Organizza i gruppi in squadre e stabilisci le posizioni (miti vs. fatti) da argomentare. Chiedi ad ogni partecipante di leggere la tabella del mito e della spiegazione di smentita,



approfondire ulteriormente il loro argomento, raccogliere prove a sostegno e preparare punti chiave/fatti per supportare la loro posizione. Incoraggiali ad anticipare contro-argomenti e preparare confutazioni. Determina quale squadra inizia il dibattito!

A seconda delle dimensioni del tuo gruppo, potresti voler assegnare due miti per gruppo o potresti dover assegnare lo stesso mito a diversi gruppi.

D. Rafforzare l'azione

Spiega ai tuoi gruppi che desideri che **intraprendano un'azione legata a cambiare la conversazione intorno a fraintendimenti sui cambiamenti climatici o all'ansia climatica**. Ricorda di promuovere l'idea che le nostre azioni non devono essere su grande scala. Iniziare con piccoli passi e a livello individuale (migliorando la nostra conoscenza, cambiando le nostre abitudini) spesso precede le campagne di sensibilizzazione e l'azione collettiva. I/le partecipanti potrebbero avere livelli diversi di conoscenze ed esperienze quando si tratta di questo argomento. La crescita a partire dal punto di partenza di ciascun individuo è ciò che stiamo cercando di ottenere. **Di seguito abbiamo incluso alcune opzioni per coloro che vorrebbero iniziare subito a intraprendere piccole azioni**, ma dovresti permettere ai/alle partecipanti di fare **brainstorming** su idee proprie e portare anche le tue!



Crea un gioco da tavolo per educare le persone sul cambiamento climatico o, utilizzando una piattaforma come Kahoot, crea un quiz mito vs. realtà. Una volta completato, organizza una serata di gioco con la famiglia o gli amici!

Crea un "post" con i tuoi primi 10 siti web, articoli o documentari preferiti sui cambiamenti climatici. Condividili con famigliari e amici o sui tuoi account social (se appropriato).

Organizza un club del libro sui cambiamenti climatici nella tua scuola o nella biblioteca locale.

Rappresenta il passaggio dall'ansia alla speranza climatica attraverso la tua forma d'arte preferita: dipingi o disegna un'immagine, crea un collage, scrivi una poesia, una canzone, ecc.

Organizza una passeggiata di gruppo nella natura o un incontro di meditazione in un parco/spazio verde.

SMONTIAMO IL MITO

Tavola di attività

MITO 1 IL CLIMA È SEMPRE STATO IN CAMBIAMENTO

SMONTIAMO IL MITO

È vero che nel corso dei 4,5 miliardi di anni di storia della Terra, il clima è cambiato molto. Ciò che è diverso è la scala drammatica e senza precedenti dei cambiamenti climatici. Il tasso di aumento della temperatura è almeno 10 volte più veloce di quello dell'ultima estinzione di massa avvenuta circa 56 milioni di anni fa, quando sono state cancellate il 95% delle specie marine e il 70% delle specie terrestri. La NASA ha compilato una lista scientificamente validata di prove al riguardo.

Queste includono:

- **Aumento della temperatura globale:** La temperatura media della superficie del pianeta è aumentata di circa 1,1 gradi Celsius (°C) - 2 gradi Fahrenheit (°F) - dalla fine del XIX secolo. La maggior parte del riscaldamento si è verificata negli ultimi 40 anni.
- **Aumento del livello degli oceani:** Le temperature in aumento stanno causando il disgelo di ghiacciai e calotte di ghiaccio, aggiungendo più acqua agli oceani e causando l'innalzamento del livello del mare. Gli oceani assorbono il 90% del calore in eccesso del riscaldamento globale; l'acqua più calda si espande e quindi i nostri oceani stanno occupando più spazio.
- **Riscaldamento dell'oceano:** L'oceano ha assorbito gran parte di questo calore, i primi 100 metri di profondità mostrano un aumento del riscaldamento di oltre 0,33°C (0,6°F) dal 1969.
- **Riduzione delle calotte di ghiaccio:** La Groenlandia ha perso in media 279 miliardi di tonnellate di ghiaccio all'anno tra il 1993 e il 2019, mentre l'Antartide ha perso circa 148 miliardi di tonnellate di ghiaccio all'anno.
- **Ritiro dei ghiacciai:** I ghiacciai stanno retrocedendo quasi ovunque nel mondo, comprese Alpi, Himalaya, Ande, Montagne Rocciose, Alaska e Africa.
- **Riduzione della copertura nevosa:** Le osservazioni satellitari rivelano che la quantità di neve primaverile nell'emisfero settentrionale si è ridotta negli ultimi cinque decenni e la neve si sta sciogliendo prima.
- **Aumento del livello del mare:** Il livello globale è aumentato di circa 20 centimetri nell'ultimo secolo. Il tasso degli ultimi due decenni, tuttavia, è quasi il doppio di quello dell'ultimo secolo e sta accelerando leggermente ogni anno.
- **Eventi meteorologici estremi:** Dal 1950, il numero di record di temperature in tutto il mondo è aumentato. I cambiamenti climatici stanno rendendo molti eventi meteorologici estremi più intensi e frequenti, come ondate di calore, siccità, incendi boschivi e inondazioni. Le prove scientifiche che i cambiamenti climatici rappresentino una minaccia reale e attuale sono indiscutibili.

MITO 2 FUORI FA FREDDO - COME FAI A CHIAMARLO RISCALDAMENTO GLOBALE?!

SMONTIAMO IL MITO

Il tempo atmosferico e il clima non sono la stessa cosa. Un periodo di freddo in inverno non è sicuramente una ragione valida per negare il riscaldamento globale. Il clima rappresenta il modello medio delle condizioni atmosferiche di una particolare regione e periodo di tempo, utilizzando dati scientifici raccolti nel corso di decenni. Ma il tempo atmosferico può cambiare da un minuto all'altro, da un'ora all'altra, da un giorno all'altro e da una stagione all'altra in una località specifica.

Possiamo dire che il tempo atmosferico è il tuo stato d'animo attuale e il clima è la tua personalità complessiva.

MITO 3 LA CO₂ NON PUÒ ESSERE RESPONSABILE DEI CAMBIAMENTI CLIMATICI: LE PIANTE, I RACCOLTI E GLI ALBERI HANNO BISOGNO DI CO₂ PER CRESCERE

SMONTIAMO IL MITO

È vero che le piante hanno bisogno di anidride carbonica (CO₂), questo è innegabile. Tuttavia, c'è un limite alla quantità che possono assorbire e, con la **deforestazione in aumento**, questo limite sta diminuendo. Non è la natura della CO₂ a causare problemi, ma la quantità che il mondo sta emettendo nell'atmosfera. È ampiamente riconosciuto dagli scienziati e dai governi che i cambiamenti climatici sono scatenati da livelli più elevati di gas serra nell'atmosfera. Il loro nome deriva dall'effetto serra che questi gas creano intrappolando il calore proveniente dal Sole e riscaldando così la superficie terrestre e l'aria al di sopra di essa. I gas serra più comuni sono la CO₂ e il metano. La CO₂ è il gas serra più pericoloso e abbondante, ed è per questo che ridurre le emissioni di carbonio, l'impronta di carbonio o cercare alternative a basso contenuto di carbonio sono modi in cui possiamo tutti affrontare i cambiamenti climatici e raggiungere il bilancio zero entro il 2050; quando le emissioni totali di gas serra prodotte saranno uguali o inferiori alle emissioni rimosse dall'ambiente.

MITO 4 NON È ASSOLUTAMENTE POSSIBILE CHE GLI ESSERI UMANI SIANO RESPONSABILI DEI CAMBIAMENTI CLIMATICI

SMONTIAMO IL MITO

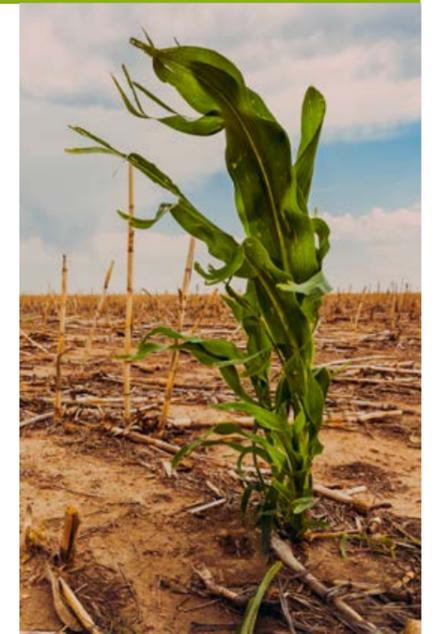
I cambiamenti climatici stanno avvenendo in **una misura che non può essere spiegata solo da fattori naturali**. Le temperature globali sono in aumento da oltre un secolo dall'inizio dell'industrializzazione. Si sono accelerate negli ultimi 30 anni e sono ora le più alte mai registrate. La comunità scientifica mondiale è concorde nel ritenere che il riscaldamento globale che stiamo sperimentando sia causato dall'uomo.

MITO 5 SONO I CAMBIAMENTI SOLARI CHE STANNO CAUSANDO IL RISCALDAMENTO DELLA TERRA, NON NOI

SMONTIAMO IL MITO

Il Sole alimenta la vita sulla Terra, mantenendo il pianeta abbastanza caldo affinché tutti possano sopravvivere. Il Sole influisce anche sul clima della Terra; piccoli cambiamenti nell'orbita della Terra intorno al sole sono stati responsabili delle passate ere glaciali. Tuttavia, il riscaldamento globale che abbiamo osservato negli ultimi decenni è **troppo rapido e drammatico per essere collegato ai cambiamenti nell'orbita terrestre, e troppo ampio per essere causato dall'attività solare**.

Per oltre 40 anni, i satelliti hanno osservato l'output energetico del Sole, che è variato di meno dello 0,1 per cento durante quel periodo, mentre il riscaldamento globale è aumentato. Il Gruppo Intergovernativo sul Cambiamento Climatico delle Nazioni Unite (IPCC) ha concluso che il riscaldamento dovuto all'aumento dei livelli di gas serra prodotti dall'uomo è in realtà molte volte più forte di qualsiasi effetto dovuto al Sole. La conclusione della NASA è ancora più drammatica; dal 1750, il riscaldamento causato dai gas serra derivanti dai combustibili fossili è **oltre 50 volte maggiore del leggero riscaldamento aggiuntivo derivante direttamente dal Sole nello stesso intervallo di tempo**.



**MITO 6
È TROPPO TARDI, TANTO VALE NON FARE NULLA**

SMONTIAMO IL MITO

Questo è **un momento critico per agire sul cambiamento climatico**. Ed è possibile farlo. Abbiamo già la tecnologia per raggiungere emissioni di carbonio nette pari a zero entro il 2050. Possiamo fermare il cambiamento climatico e creare un futuro sostenibile per gli esseri umani e la natura. Le aziende energetiche, i produttori industriali automobilistici e i governi hanno un ruolo fondamentale nel raggiungimento dell'obiettivo di emissioni zero ma individualmente **possiamo prendere decisioni e azioni quotidiane più ecologiche che, collettivamente, avranno un impatto positivo sul pianeta** - dalla modalità di viaggio a ciò che acquistiamo e mangiamo.

AFFRONTARE IL CAMBIAMENTO

Riconosci che i tuoi sentimenti sono validi



Cambia il tuo modo di pensare

- > "Sii gentile con te stesso/a - scrivi un'affermazione positiva per quei momenti in cui ti senti sopraffatto/a"

Inizia con piccoli passi: non è possibile cambiare le proprie abitudini da un giorno all'altro

- > Pensa a una piccola cosa che vorresti migliorare e imposta l'obiettivo di una settimana per attuare questo cambiamento!



Cerca informazioni credibili

- > Compila una lista di fonti credibili di riferimento

Riconnettiti con la Natura

- > Fai una passeggiata o un'escursione e prendi nota dell'ambiente circostante
- > Organizza una pulizia di un parco o di una spiaggia!



Ricorda che fai parte di una comunità (di persona e online!)

- > Partecipa alle iniziative di un'associazione nella tua zona
- > Crea un account o un gruppo per le persone della tua comunità per parlare dei cambiamenti climatici e agire insieme
- > Segui account che condividono aggiornamenti da leader del cambiamento climatico

APPROFONDIMENTI

Leggi gli approfondimenti qui di seguito per ulteriori informazioni sui cambiamenti climatici, articoli e idee per attività che stimoleranno la discussione e l'azione nei vostri gruppi di giovani!

CERCA I FATTI

- > [Global Warming 101](#)
- > [10 Myths about Climate Change](#)
- > [Climate Change Natural Disasters](#)
- > [Turtle Journey: The Crisis in our Oceans](#)
- > [Rang Tang – Story of Dirty Palm Oil](#)
- > [Carbon Footprint Calculator](#)
- > [Bangladesh's largest solar power plant](#)

DALL'ANSIA ALLA SPERANZA CLIMATICA

- > [Support people to transform eco-anxieties into meaningful action](#)
- > [Teen Mental Health and Dealing with Climate Anxiety](#)
- > [Young People Talk Climate Anxiety](#)
- > [Climate Anxiety Dream – Video Clip](#)
- > [Coping with Climate Change](#)

ISPIRATI

- > [Positive Perspectives on Climate Change](#)
- > [Climate Experts Hold Hope](#)
- > [8 Inventions that can Save the Planet](#)
- > [Nature Based Solutions](#)
- > [Six Positive News Stories about Climate Change](#)
- > [COP 26 – Joining Together to Tackle the Climate Crisis](#)



SEZIONE 3

**CONNESSIONI
CLIMATICHE**

CONNESSIONI CLIMATICHE

Questa sezione mira a fornirti informazioni di base e idee per attività che svilupperanno connessioni tra:

- 1) cambiamenti climatici e sviluppo sostenibile
- 2) conseguenze dei cambiamenti climatici e persone reali
- 3) azioni per il clima e giovani.

Sarai in grado di incoraggiare i partecipanti a esplorare ulteriormente queste connessioni attraverso la creazione di infografiche e un progetto di indagine.

CAMBIAMENTI CLIMATICI E SVILUPPO SOSTENIBILE

Nel 2015, le Nazioni Unite hanno lanciato l'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile - un piano per trasformare il mondo in cui viviamo.

Al centro di questo piano ci sono 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) che identificano gli obiettivi chiave su cui tutti i Paesi aderenti devono concentrarsi.

Sviluppo sostenibile significa soddisfare i bisogni della generazione attuale senza compromettere la capacità delle future generazioni di soddisfare i propri bisogni.

È utilizzare consapevolmente le risorse che abbiamo oggi, in modo che siano accessibili e abbondanti per le persone e il nostro pianeta in futuro.

Scopo degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile è agire sui problemi che impediscono alle persone di vivere vite sane e appaganti con accesso ai loro diritti fondamentali, senza che questo abbia un impatto negativo sulle future generazioni, su altre forme di vita e sull'ambiente.

Attualmente, il Cambiamento climatico rappresenta la minaccia più grave per uno Sviluppo sostenibile, rendendo l'Obiettivo 13 - Azione per il Clima - un focus prioritario e che ha un impatto su tutti gli altri SDGs.

È per questo che il progetto 1Planet4All mira a motivare e coinvolgere i giovani affinché affrontino la Crisi Globale del Clima. I giovani sono i nostri agenti di cambiamento presenti e futuri.



COMPRENDERE I COLLEGAMENTI

Con il peggioramento dei fenomeni causati dai cambiamenti climatici, si acuiscono le disuguaglianze esistenti e viene ostacolato il percorso per lo sviluppo sostenibile. Abbiamo realizzato due infografiche con attività correlate per dimostrare la relazione tra i cambiamenti climatici e gli altri SDGs.

Infografica 1:
Collegamenti tra i Cambiamenti Climatici e gli Obiettivi Globali (pag. 26-27)

- Questa infografica, basata sull'articolo "Climate Change is Putting the SDGs Further Out of Reach", illustra la connessione tra i cambiamenti climatici e gli Obiettivi Globali. Nell'attività che proponiamo, i partecipanti dovranno abbinare l'icona dell'Obiettivo Globale alla corretta connessione con i cambiamenti climatici.

Infografica 2:
Occhi puntati sui Cambiamenti Climatici (pag. 30)

- Questa infografica approfondisce ulteriormente la connessione tra i cambiamenti climatici e gli Obiettivi 1-5. Abbiamo creato il modello "Occhi puntati sui Cambiamenti Climatici" (Pagina 31) per incoraggiarti a far sì che i partecipanti creino la loro infografica. Ulteriori informazioni e opzioni per l'utilizzo di questo modello possono essere trovate nella sezione Attività per i giovani qui sotto.



È la prima volta che stai proponendo un'attività sull'azione per il clima come parte degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile o è la prima volta che i partecipanti al tuo workshop ne stanno apprendendo?

Puoi trovare alcune utili risorse introduttive qui:

- Guarda [World's Largest Lesson on the Global Goals](#), che fornisce una panoramica su come i 17 SDGs intendano porre fine alla povertà, all'ineguaglianza e ai cambiamenti climatici.
- Leggi l'Obiettivo 13 - Perché è Importante e visita www.un.org/sustainabledevelopment per saperne di più sugli obiettivi globali!

LA NOSTRA RESPONSABILITÀ CONDIVISA

Molte aziende e persone riconosceranno che i cambiamenti climatici sono un problema, ma rifiuteranno ancora di dare la priorità a questo tema come una questione di diritti umani.

Qui entra in gioco il nostro punto di vista privilegiato, perché **anche se i cambiamenti climatici colpiscono tutti, non lo fanno allo stesso modo.**

Poter chiudere un occhio, o adottare una mentalità del tipo "non può essere così grave, abbiamo tempo, non è un mio problema!" è possibile solo se viviamo in un luogo che non è stato distrutto da eventi meteorologici, se il nostro accesso a risorse (o la loro abbondanza) non è messo in discussione e se abbiamo i mezzi finanziari per sostenere la nostra vita nonostante i crescenti costi dei bisogni fondamentali. Non solo le nazioni più ricche sono le meno colpite dai cambiamenti climatici, ma sono il responsabile principale, emettendo più emissioni di carbonio e producendo più rifiuti rispetto alle nazioni in via di sviluppo.

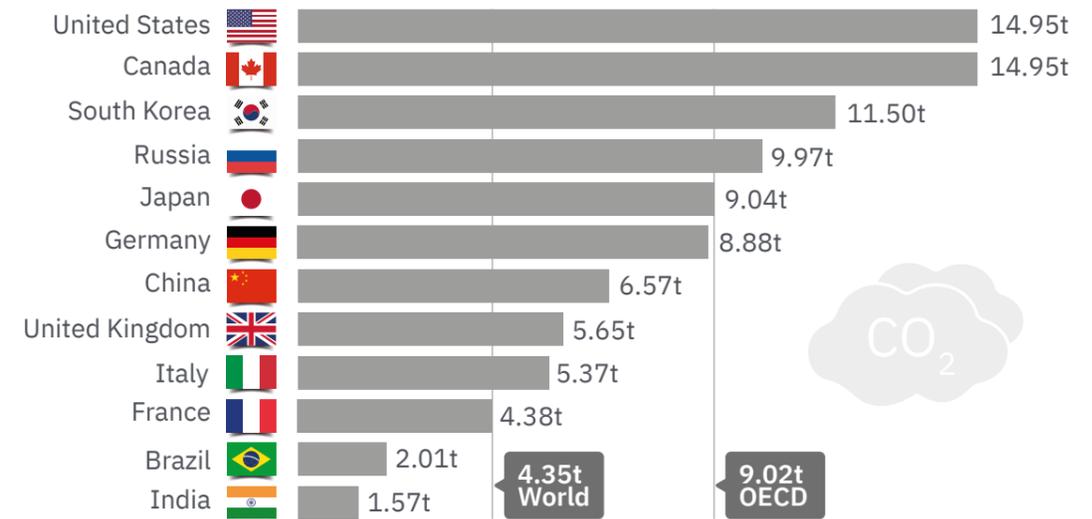
"Noi che siamo al caldo, asciutti, al sicuro e ben nutriti dobbiamo essere presenti per coloro che sono freddi, bagnati, minacciati e affamati. Questa è una regola di vita. Ogni tradizione etica, religiosa e spirituale nel mondo concorda su questa regola."
Elizabeth Gilbert

Utilizza la citazione di Elizabeth Gilbert come spunto per proporre un tema o una discussione con i/le partecipanti. Concordano con questa affermazione? Cosa pensano che significhi davvero "essere presenti" oggi e chi dovrebbe essere colui/colei o coloro che "sono presenti"?



DISPARITÀ GLOBALI NELLE EMISSIONI DI CARBONIO

Emissioni pro capite di CO₂ nelle maggiori economie del mondo nel 2016* (in tonnellate metriche)

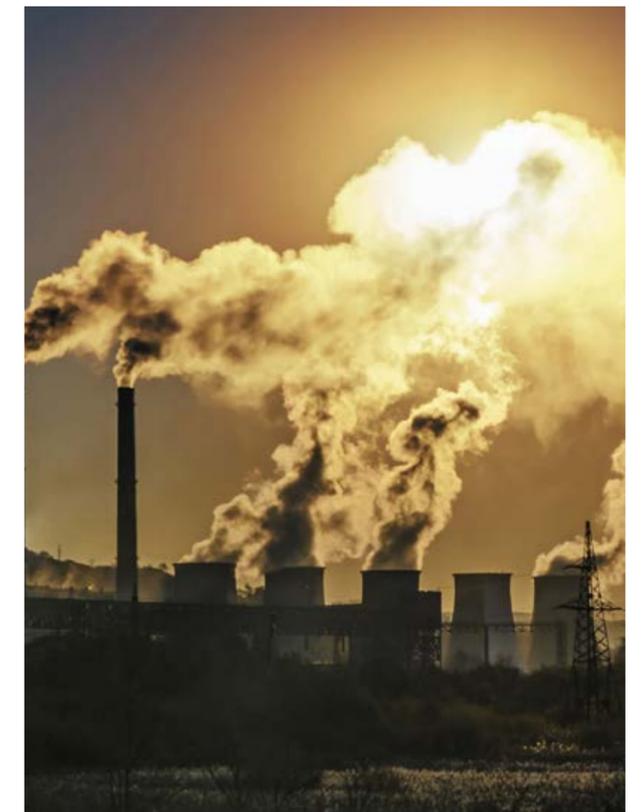


*Paesi scelti in base al PIL del 2017
 Fonte: Agenzia Internazionale dell'Energia, Fondo Monetario Internazionale Emissioni pro capite di CO₂ nelle maggiori economie del mondo nel 2016* (in tonnellate metriche)

Guardare la crisi climatica attraverso la prospettiva degli **Obiettivi Globali** ci permette di vedere come questo fenomeno sia in grado di influenzare lo Sviluppo sostenibile, oltre ai fattori puramente ambientali. Ci consente di stabilire collegamenti tra persone reali e le conseguenze dei cambiamenti climatici, in questo modo ci auguriamo che le giovani generazioni riconoscano la lotta al cambiamento climatico come **responsabilità condivisa e obbligo etico.**

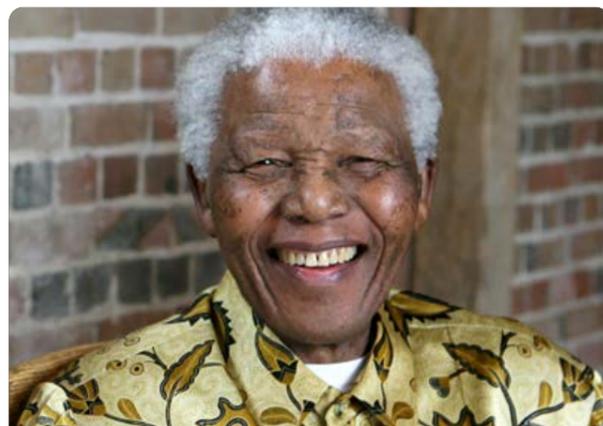
Stimola una discussione ponendo le seguenti domande ai partecipanti:

- > Pensi che tutte le persone, ovunque, sperimentino i cambiamenti climatici allo stesso modo?
- > Come si presenta l'impatto dei cambiamenti climatici nei paesi in via di sviluppo rispetto ai paesi più ricchi?
- > Qual è secondo te il ruolo dell'Italia nel combattere i cambiamenti climatici?
- > Perché dovremmo, o non dovremmo, essere responsabili di assumere azioni per il clima?



CONNETTERE IL CAMBIAMENTO CLIMATICO AGLI INTERESSI DEI GIOVANI

Il mondo in cui viviamo oggi è più connesso che mai. I Social Network hanno permesso alle persone di ogni angolo del globo di condividere le loro opinioni, storie, vite e prospettive. La bellezza di questo tipo di comunicazione sta nel fatto che sempre più persone hanno la **possibilità di far sentire la propria voce**, aumentando le opportunità di comunicazione multiculturale ed espandendo i nostri punti di vista.



A volte spetta a una generazione essere grandiosa. Tu puoi essere quella generazione. Lascia sbocciare la tua grandezza
Nelson Mandela

In questo momento storico, è diventato molto più semplice diventare attivisti o sostenitori. In effetti, molti giovani hanno già una presenza digitale attiva all'interno del dibattito sui cambiamenti climatici! Per questo motivo, **è facile che i mezzi digitali e i social media siano gli strumenti principali per le iniziative di sensibilizzazione giovanile.**



Se è rilevante e di interesse per i giovani, dovremmo incoraggiarlo, giusto?
Sì, ma è molto importante rimanere consapevoli che:

- I nostri giovani hanno **interessi e competenze aggiuntive** che dovrebbero essere sviluppati (non possiamo sempre concentrarci solo sugli aspetti digitali).
- **Non tutti i giovani** in Italia o in altre parti del mondo hanno accesso a **strumenti e dispositivi digitali**.
- Le informazioni, di qualsiasi tipo, sono diventate **molto più accessibili** e può essere difficile **distinguere tra verità e disinformazione**, quindi condividere informazioni accurate.
- L'azione per il clima può **talvolta ridursi** a "ho condiviso quindi mi interessa".

In definitiva, vogliamo sforzarci di rendere le informazioni e le attività fornite nei laboratori (collegate al qui e ora), significative (collegate a un obiettivo o azione di maggior valore) e inclusive (accessibili o adattabili per tutti). Il modo più efficace per farlo?
Conoscete i/le partecipanti, condividete le vostre storie e interessi, ascoltate attentamente ciò che loro decidono di condividere con voi. Non abbiate paura di far sì che siano loro a guidare la conversazione e l'esperienza di apprendimento.

Quindi, **incoraggiate i/le partecipanti a utilizzare i media e gli strumenti digitali** (è divertente e lo apprezzano!), ma assicuratevi anche che le attività offrano l'opportunità di sviluppare altre competenze (se lo desiderano) o comunque partecipare all'apprendimento se l'accesso agli strumenti digitali è limitato.

CONNETTERE I CAMBIAMENTI CLIMATICI ALLA FACILITAZIONE

Abbiamo menzionato nella **Sezione 2** quanto sia importante che i/le facilitatori/facilitatrici cerchino di coinvolgere i singoli partecipanti incorporando attività che rispecchiano i loro interessi e abbiamo anche sottolineato che ogni facilitatore o facilitatrice ha uno stile e un approccio unici che devono portare nel workshop; può essere difficile raggiungere questo equilibrio. Nella nostra sezione **Attività per i Giovani**, troverete

alcuni materiali che possono essere adattati per formati cartacei o digitali. **Prima di mettere in atto le attività che vi proponiamo, prendete in considerazione alcune delle seguenti domande:**

- Quali aspetti dei cambiamenti climatici sembrano interessare maggiormente ai/alle vostre partecipanti?
- Quali questioni legate ai diritti umani o alla giustizia sociale interessano i/le partecipanti e come si intersecano con i cambiamenti climatici?
- Quali sono alcuni dei loro hobby e interessi (al di fuori di un contesto accademico/ di apprendimento)?
- Quali storie potete condividere su di voi, i vostri interessi, il vostro percorso sui cambiamenti climatici, un'esperienza di apprendimento, ecc., che potrebbero aiutare a creare una connessione con i/le partecipanti?



Utilizza la citazione di Nelson Mandela come spunto di riflessione e poni le seguenti domande ai partecipanti:

- Quali sono i tuoi pensieri iniziali leggendo questa citazione?
- Cosa è "ricaduto" sulla tua generazione?
- Riesci a pensare a questioni che sono "ricadute" sulle generazioni precedenti alla nostra?
- È giusto aspettarsi grandezza da una singola generazione?



COLLEGAMENTI TRA GLOBAL GOALS E CAMBIAMENTO CLIMATICO



I modelli meteorologici in cambiamento e gli eventi climatici estremi stanno già rendendo le stagioni più imprevedibili, riducendo la produzione agricola e aumentando l'insicurezza alimentare.



Le comunità più povere tendono ad essere colpite duramente da condizioni sempre peggiori. L'aumento delle temperature e gli eventi climatici estremi portano a una perdita di biodiversità. Questa

perdita è aggravata per coloro che dipendono per il **50-60% del loro reddito e delle risorse totali date dai servizi ecosistemici**.



L'OMS prevede che i costi diretti per la salute legati ai cambiamenti climatici ammontano a **2-4 miliardi di dollari all'anno entro il 2030**, e che tra il 2030 e il 2050, il riscaldamento globale causerà

approssimativamente 250.000 morti aggiuntive all'anno a causa di malnutrizione, malaria, diarrea e stress da calore.



I cambiamenti climatici rappresentano un fattore importante per i 152 milioni di bambini al di sotto dei 18 anni che lavorano in tutto il mondo. Quando sia la casa che la sicurezza alimentare sono minacciate

a causa delle condizioni meteorologiche estreme, spesso ci si affida ai bambini per lavorare e procurare reddito. Inoltre, alcune condizioni climatiche, come il calore estremo nel Sud del mondo, possono rendere difficile per i bambini percorrere lunghe distanze per andare a scuola.



I cambiamenti climatici probabilmente rallenteranno i progressi verso l'uguaglianza di genere, considerata elemento di maggior vulnerabilità delle donne in molti Paesi. La potenziale esposizione delle **donne alla violenza**

di genere è infatti correlata ai disastri legati al clima.



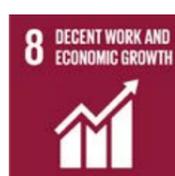
Il riscaldamento globale complicherà l'accesso all'acqua potabile a causa delle **temperature molto alte** e a lunghi periodi di siccità, oltre che a **piogge intense e alluvioni** che danneggiano le strutture

idriche e igieniche e contaminano le riserve d'acqua con scoli inquinati.



La capacità di "garantire l'accesso a energia accessibile, affidabile, sostenibile e moderna per tutti" dipende dalla necessità per i governi nazionali di adottare specifiche regolamentazioni e incentivi per

accelerare una transizione verso l'energia pulita, incluso intraprendere il passo politicamente delicato di rimuovere i sussidi ai combustibili fossili.



I cambiamenti climatici complicheranno gli sforzi globali per garantire "lavoro dignitoso e crescita economica" **minacciando i mezzi di sostentamento tradizionali e aumentando le perdite** economiche

dirette e indirette legate ai disastri climatici.



Le autorità nazionali, così come le istituzioni internazionali di finanziamento, determineranno se gli Stati membri dell'ONU risponderanno ai cambiamenti climatici rafforzando questo obiettivo, che li impegna

a "costruire infrastrutture resilienti, promuovere un'industrializzazione sostenibile e inclusiva e favorire l'innovazione." Idealmente, tali politiche includerebbero investimenti in infrastrutture "verdi".



I cambiamenti climatici aumenteranno anche le **differenze** tra ricchi e poveri, ostacolando questo obiettivo che mira a "ridurre le disuguaglianze all'interno e tra i Paesi." I Paesi e le **popolazioni** a basso reddito sono in genere **più esposti** al

riscaldamento globale rispetto a quelli più ricchi, e la povertà rende **più difficile** il recupero dagli shock climatici.



Il riscaldamento globale rende le città più calde, sia attraverso il fenomeno dell'"isola di calore" urbano sia attraverso il **forzante radiativo** degli aerosol. Alcuni comuni stanno già cercando di mitigare questi effetti,

incluso l'integrazione di soluzioni di raffreddamento basate sulla natura nella **pianificazione urbana**.



Il mondo moderno e contemporaneo produce un'enorme quantità di rifiuti, scarti senza scopo che derivano da un modello economico lineare. Questo modello ha funzionato per

lungo tempo ma oggi presenta il duro conto dell'inquinamento, della perdita di biodiversità e del cambiamento climatico.



L'aumento delle temperature oceaniche e l'incremento dell'acidità nei nostri mari hanno avuto un impatto enorme sugli ecosistemi marini e sui modelli meteorologici globali. Fenomeni sempre più diffusi sono lo sbiancamento dei

coralli, la perdita di aree di riproduzione ittica e la migrazione in massa della vita marina. Il plancton e altri organismi che garantiscono la sicurezza alimentare sono ora a rischio. L'innalzamento del livello del mare minaccia anche molte comunità costiere, comprese le città principali.



I cambiamenti climatici minacciano di **alterare** gli ecosistemi attraverso lo scioglimento dei ghiacciai, la desertificazione, il "collasso" delle foreste pluviali, i danni degli incendi boschivi e il disgelo

del permafrost. Combinati con altri fattori causati dall'uomo (come la combustione di combustibili fossili), ciò porta a una perdita di biodiversità.



Questo obiettivo impegna gli Stati membri dell'ONU a promuovere società pacifiche, giuste e inclusive, basate su istituzioni solide e responsabili. Il riscaldamento globale **complicherà questo impegno**, mettendo a dura

prova le capacità e minando la legittimità di alcuni governi nazionali, rafforzando le problematiche esistenti nella società e accentuando i fattori ambientali di instabilità e conflitto, compresa la competizione per le risorse naturali.



Questo obiettivo vede un "forte partenariato globale per lo sviluppo sostenibile," supportato da adeguate risorse finanziarie.

L'emergenza climatica globale rafforza l'urgenza di un tale partenariato, se l'umanità vuole bilanciare le dimensioni economiche, sociali ed ecologiche dello sviluppo.

COLLEGA GLI OBIETTIVI GLOBALI AL CAMBIAMENTO CLIMATICO



Facilitatore

I tuoi partecipanti hanno già familiarità con gli obiettivi globali? Distribuisci il foglio di lavoro a pagina 29 (non fornire loro ancora una copia della scheda delle risposte in questa pagina!). In piccoli gruppi, a coppie o individualmente, chiedi ai partecipanti di abbinare ciascuna icona degli obiettivi globali alla casella che descrive quell'obiettivo. Possono utilizzare Internet per un aiuto!

- 8** I cambiamenti climatici complicheranno gli sforzi globali per garantire "lavoro dignitoso e crescita economica" [minacciando i mezzi di sostentamento tradizionali e aumentando le perdite economiche dirette e indirette](#) legate ai disastri climatici.

- 11** Il riscaldamento globale rende le città più calde, sia attraverso il fenomeno dell'"isola di calore" urbano sia attraverso il [forzante radiativo](#) degli aerosol. Alcuni comuni stanno già cercando di mitigare questi effetti, incluso l'integrazione di soluzioni di raffreddamento basate sulla natura nella [pianificazione urbana](#).

- 3** [L'OMS prevede](#) che i costi diretti per la salute legati ai cambiamenti climatici ammontano a [2-4 miliardi di dollari all'anno entro il 2030](#), e che tra il 2030 e il 2050, il riscaldamento globale causerà approssimativamente 250.000 morti aggiuntive all'anno a causa di malnutrizione, malaria, diarrea e stress da calore.

- 12** Il mondo moderno e contemporaneo produce un'enorme quantità di rifiuti, scarti senza scopo che derivano da un modello economico lineare. Questo modello ha funzionato per lungo tempo ma oggi presenta il duro conto dell'inquinamento, della perdita di biodiversità e del cambiamento climatico.

- 17** Questo obiettivo vede un "forte partenariato globale per lo sviluppo sostenibile," supportato da adeguate risorse finanziarie. L'emergenza climatica globale rafforza l'urgenza di un tale partenariato, se l'umanità vuole bilanciare le dimensioni economiche, sociali ed ecologiche dello sviluppo.

- 5** I cambiamenti climatici probabilmente rallenteranno i progressi verso l'uguaglianza di genere, considerata elemento di maggior vulnerabilità delle donne in molti Paesi. La potenziale esposizione delle [donne alla violenza di genere](#) è infatti correlata ai disastri legati al clima.

- 10** I cambiamenti climatici aumenteranno anche le [differenze](#) tra ricchi e poveri, ostacolando questo obiettivo che mira a "ridurre le disuguaglianze all'interno e tra i Paesi." I Paesi e le [popolazioni](#) a basso reddito sono in genere [più esposti](#) al riscaldamento globale rispetto a quelli più ricchi, e la povertà rende [più difficile](#) il recupero dagli shock climatici.

- 1** I modelli meteorologici in cambiamento e gli eventi climatici estremi stanno già rendendo le stagioni più imprevedibili, riducendo la produzione agricola e aumentando l'insicurezza alimentare.

- 7** La capacità di "garantire l'accesso a energia accessibile, affidabile, sostenibile e moderna per tutti" dipende dalla necessità per i governi nazionali di adottare specifiche regolamentazioni e incentivi per accelerare una transizione verso l'energia pulita, incluso intraprendere il passo politicamente delicato di rimuovere i sussidi ai combustibili fossili.

- 9** Le autorità nazionali, così come le istituzioni internazionali di finanziamento, determineranno se gli Stati membri dell'ONU risponderanno ai cambiamenti climatici rafforzando questo obiettivo, che li impegna a "costruire infrastrutture resilienti, promuovere un'industrializzazione sostenibile e inclusiva e favorire l'innovazione." Idealmente, tali politiche includerebbero investimenti in [infrastrutture "verdi"](#).

- 2** Le comunità più povere tendono ad essere colpite duramente dalle condizioni sempre peggiori. L'aumento delle temperature e gli eventi climatici estremi portano a una perdita di biodiversità. Questa perdita è aggravata per coloro che dipendono per il 50-60% del loro reddito e delle risorse totali date dai servizi ecosistemici.

- 16** Questo obiettivo impegna gli Stati membri dell'ONU a promuovere società pacifiche, giuste e inclusive, basate su istituzioni solide e responsabili. Il riscaldamento globale [complicherà questo impegno](#), mettendo a dura prova le capacità e minando la legittimità di alcuni governi nazionali, rafforzando le problematiche esistenti nella società e accentuando i fattori ambientali di instabilità e conflitto, compresa la competizione per le risorse naturali.

Partecipante

Quanto ne sai sugli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile?

Metti alla prova la tua conoscenza e cerca di abbinare ciascuna icona dell'obiettivo globale alla sua descrizione. Segna il numero dell'obiettivo nel riquadro di testo.

- I cambiamenti climatici complicheranno gli sforzi globali per garantire "lavoro dignitoso e crescita economica" [minacciando i mezzi di sostentamento tradizionali](#) e aumentando le perdite economiche [dirette e indirette](#) legate ai disastri climatici.

- Il riscaldamento globale rende le città più calde, sia attraverso il [forzante radiativo](#) degli aerosol. Alcuni comuni stanno già cercando di mitigare questi effetti, incluso l'integrazione di soluzioni di raffreddamento basate sulla natura nella [pianificazione urbana](#).

- [L'OMS prevede](#) che i costi diretti per la salute legati ai cambiamenti climatici ammontano a [2-4 miliardi di dollari all'anno entro il 2030](#), e che tra il 2030 e il 2050, il riscaldamento globale causerà approssimativamente 250.000 morti aggiuntive all'anno a causa di malnutrizione, malaria, diarrea e stress da calore.

- Il mondo moderno e contemporaneo produce un'enorme quantità di rifiuti, scarti senza scopo che derivano da un modello economico lineare. Questo modello ha funzionato per lungo tempo ma oggi presenta il duro conto dell'inquinamento, della perdita di biodiversità e del cambiamento climatico.

- Questo obiettivo vede un "forte partenariato globale per lo sviluppo sostenibile," supportato da adeguate risorse finanziarie. L'emergenza climatica globale rafforza l'urgenza di un tale partenariato, se l'umanità vuole bilanciare le dimensioni economiche, sociali ed ecologiche dello sviluppo.

- I cambiamenti climatici probabilmente rallenteranno i progressi verso l'uguaglianza di genere, considerata elemento di maggior vulnerabilità delle donne in molti Paesi. La potenziale esposizione delle [donne alla violenza di genere](#) è infatti correlata ai disastri legati al clima.

- I cambiamenti climatici aumenteranno anche le [differenze](#) tra ricchi e poveri, ostacolando questo obiettivo che mira a "ridurre le disuguaglianze all'interno e tra i Paesi." I Paesi e le [popolazioni](#) a basso reddito sono in genere [più esposti](#) al riscaldamento globale rispetto a quelli più ricchi, e la povertà rende [più difficile](#) il recupero dagli shock climatici.

- I modelli meteorologici in cambiamento e gli eventi climatici estremi stanno già rendendo le stagioni più imprevedibili, riducendo la produzione agricola e aumentando l'insicurezza alimentare.

- La capacità di "garantire l'accesso a energia accessibile, affidabile, sostenibile e moderna per tutti" dipende dalla necessità per i governi nazionali di adottare specifiche regolamentazioni e incentivi per accelerare una transizione verso l'energia pulita, incluso intraprendere il passo politicamente delicato di rimuovere i sussidi ai combustibili fossili.

- Le autorità nazionali, così come le istituzioni internazionali di finanziamento, determineranno se gli Stati membri dell'ONU risponderanno ai cambiamenti climatici rafforzando questo obiettivo, che li impegna a "costruire infrastrutture resilienti, promuovere un'industrializzazione sostenibile e inclusiva e favorire l'innovazione." Idealmente, tali politiche includerebbero investimenti in [infrastrutture "verdi"](#).

- Le comunità più povere tendono ad essere colpite duramente dalle condizioni sempre peggiori. L'aumento delle temperature e gli eventi climatici estremi portano a una perdita di biodiversità. Questa perdita è aggravata per coloro che dipendono per il 50-60% del loro reddito e delle risorse totali date dai servizi ecosistemici.

- Questo obiettivo impegna gli Stati membri dell'ONU a promuovere società pacifiche, giuste e inclusive, basate su istituzioni solide e responsabili. Il riscaldamento globale [complicherà questo impegno](#), mettendo a dura prova le capacità e minando la legittimità di alcuni governi nazionali, rafforzando le problematiche esistenti nella società e accentuando i fattori ambientali di instabilità e conflitto, compresa la competizione per le risorse naturali.

OCCHI PUNTATI SULL'AZIONE PER IL CLIMA

2 ZERO HUNGER

Sconfiggere la Fame

- ▶ Shock climatici, insicurezza civile e diminuzione nella produzione di cibo hanno contribuito ad aumentare i prezzi degli alimenti in almeno due dozzine di Paesi in tutto il mondo.
- ▶ La riduzione del reddito e della produttività agricola aumenta l'insicurezza alimentare.
- ▶ Con l'aumento dei prezzi alimentari, aumenta anche la soglia di povertà, mentre coloro che già vivono in povertà lottano ulteriormente per permettersi il cibo e una nutrizione adeguata.

1 NO POVERTY

Sconfiggere la povertà

- ▶ I Paesi più poveri sono quelli colpiti più drammaticamente da disastri di varia natura e hanno meno risorse per affrontarli.
- ▶ Questi disastri - per ogni milione di persone - ne uccidono 130 nei Paesi a basso reddito (rispetto a 18 per milione nei Paesi ad alto reddito).
- ▶ Dal 1998 al 2007 più del 90% dei disastri è causato da inondazioni, tempeste, siccità, ondate di calore o altri eventi meteorologici estremi.
- ▶ Turbolenze economiche hanno aumentato i costi alimentari in alcuni Paesi, mentre basse scorte pubbliche e crescenti costi del carburante hanno portato a prezzi record in altri.

3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING

Salute e Benessere

- ▶ L'inquinamento domestico (inquinamento da tecnologie e combustibili utilizzati per la cottura) e l'inquinamento atmosferico ambientale (da fonti quali traffico e industria) aumentano il rischio di malattie cardiovascolari e respiratorie, e sono fattori di rischio significativi per le malattie non trasmissibili.
- ▶ Tra il 2030 e il 2050, ci si aspetta che i cambiamenti climatici provochino circa 250.000 morti aggiuntive all'anno, causate da malnutrizione, malaria, diarrea e stress termico.

Fonte: Organizzazione Mondiale della Sanità.

OCCHI PUNTATI SULL'AZIONE PER IL CLIMA

Template

2 ZERO HUNGER

Sconfiggere la Fame

[Empty box for text]

1 NO POVERTY

Sconfiggere la povertà

[Empty box for text]

3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING

Salute e Benessere

[Empty box for text]

5 GENDER EQUALITY

Parità di genere

[Empty box for text]

Fonte: Organizzazione Mondiale della Sanità.

CONNETTERE LE PERSONE AL CAMBIAMENTO CLIMATICO

A. Leggi e Discuti - Case Study

- Collega esempi reali ai cambiamenti climatici e agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile attraverso la lettura del nostro caso studio **"Cambiamenti Climatici in Somalia"** (pagina 34)
- Il caso studio contiene **Istruzioni e Note per il Facilitatore** che ti aiuteranno a guidare i partecipanti nell'individuare quali obiettivi si intersecano con i cambiamenti climatici in un esempio reale.

B. Progetta la tua Infografica

- Incoraggia i/le partecipanti a **creare un'infografica** basata sulle informazioni/statistiche che hanno scoperto nel caso studio proposto
- Puoi utilizzare il modello **"Occhi puntati sull'Azione per il Clima"** (pagina 30) se desideri



adottare un approccio strutturato o se i partecipanti hanno bisogno di qualche indicazione. In alternativa, potresti proporre questa attività come progetto per un piccolo gruppo e far sì che i/le partecipanti mettano insieme le idee per creare un prodotto finale condiviso.



C. Partecipa a un Progetto di Ricerca

- Scarica il nostro Progetto di Ricerca (pagina 38), che contiene istruzioni per il facilitatore e un modello da utilizzare, approfondisci un problema di interesse legato al clima!
- Questo è un progetto guidato dai/dalle partecipanti che richiederà tempo per **condurre la ricerca e scrivere le risposte**. A seconda del numero di laboratori e la loro durata, potresti suggerire questa attività come post-laboratorio che i/le partecipanti possono completare a casa.
- Avrai bisogno di **accesso a Internet** e di un computer/tablet su cui condurre la ricerca.

CASO STUDIO: CAMBIAMENTO CLIMATICO IN SOMALIA

Obiettivo:

Esaminare l'impatto dei cambiamenti climatici su una comunità in Somalia ed esplorare le connessioni tra i cambiamenti climatici e altri Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs).

Facilitatore:

Preparazione

Prima di introdurre il caso studio, chiedi agli studenti/esse/giovani di:

- Individuare la Somalia su una mappa
- Trovare tre fatti interessanti sul Paese
- Cosa rende il Paese vulnerabile ai Cambiamenti Climatici?

1. Mostra un'immagine dei 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile. Considera di porre le seguenti domande:

- Cosa sono gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile? (Puoi utilizzare la nostra spiegazione nella Sezione 3 **"Cambiamenti Climatici e Sviluppo Sostenibile"**).
- Hai familiarità con alcuni di questi obiettivi?
- Quali obiettivi ti piacerebbe conoscere meglio?

2. Spiega che stai per leggere il caso studio "Cambiamenti Climatici in Somalia" con il gruppo di lavoro.

A seconda delle dimensioni/abilità del gruppo, potrebbe essere un esercizio di lettura collettiva, in gruppi piccoli, a coppie o individualmente.

3. Mentre leggono, incoraggia i/le partecipanti a considerare quanto segue:

- Quali minacce affrontano le comunità della Somalia (ad esempio fame, povertà, malattia, ecc...) e a quali degli obiettivi di sviluppo sostenibile queste minacce influiscono?
- Quali dei 17 obiettivi pensi siano "in azione"? (ad esempio, quale di questi si sta raggiungendo o cosa si sta cercando di raggiungere per mitigare quelle minacce?)



4. Chiedi ai/alle partecipanti di annotare l'obiettivo che ritengono applicabile mentre leggono il testo.

- **Dopo aver letto, avvia la discussione chiedendo ad alcuni volontari di condividere gli obiettivi** che ritengono applicabili. Usa le tue **Note per il Facilitatore** (pagina 35) per informare e guidare i punti di discussione.

CAMBIAMENTO CLIMATICO IN SOMALIA

La **Somalia** è uno degli stati più fragili al mondo a causa di incessanti **conflitti interni** e delle conseguenze del **cambiamento climatico**, alternando periodi di prolungate siccità (2016, 2017 e primavera 2019) a devastanti inondazioni (autunno 2019).

Tutti i paesi del Corno d'Africa - incluso Kenya, Etiopia, Eritrea - sono altamente vulnerabili ai cambiamenti climatici, ma non sono preparati ad affrontarne gli effetti. La popolazione somala vive in condizioni molto difficili: **mancanza di infrastrutture, aumento della fame e della malnutrizione, scarso accesso a cure sanitarie adeguate**. Le donne sono le più a rischio discriminazione e isolamento, nonostante da loro dipendano la cura e la nutrizione dei figli in tutto il Paese.



CESVI opera in 4 regioni della Somalia con un **approccio integrato** che combina interventi a tutela della salute, nutrizione, sicurezza alimentare, igiene e accesso all'acqua potabile per migliorare la capacità della popolazione di reagire agli shock ricorrenti - anche attraverso piani di risposta e sistemi di allerta precoce per identificare il possibile inizio di un'emergenza (resilienza) - e di poter vivere in condizioni più dignitose e giuste. In Somalia epidemie come diarrea, colera e morbillo continuano a provocare morti, soprattutto tra i bambini e bambine sotto i 5 anni e nelle aree più povere già colpite da siccità e/o alluvione. A questo,

si sono aggiunte l'invasione delle locuste a fine 2019 (con distruzione dei raccolti e aumento della fame) e la pandemia di Coronavirus nella primavera 2020 destabilizzando il Paese, già molto fragile.

CESVI opera nei Centri medici locali distribuendo dispositivi di protezione individuale e formando gli operatori sanitari, e attraverso le cliniche mobili nei villaggi monitora lo stato di salute della popolazione. Ha infine attivato campagne di sensibilizzazione sull'importanza dell'igiene e della prevenzione nei centri sanitari, ma anche nei villaggi e attraverso la radio.



NOTE PER IL FACILITATORE

Le note seguenti possono essere utilizzate come ulteriore spiegazione/esplorazione per la discussione nei laboratori.

- 1 Potenziale impatto sull'Obiettivo 4:** Educazione di Qualità e **Obiettivo 3:** Buona Salute e Benessere. Sperimentare la fame riduce la concentrazione, quindi i bambini che vanno a scuola con lo stomaco che brontola e si chiedono da dove arriverà il loro prossimo pasto saranno meno in grado di trattenere le informazioni e partecipare all'apprendimento. Tutto ciò influisce anche sul benessere dei bambini poiché possono sperimentare sentimenti di stress, preoccupazione, colpa e paura.
- 2 Minaccia per l'Obiettivo 3:** Buona Salute e Benessere (complicazioni di salute e/o morte) e **Obiettivo 6:** Acqua Pulita e Igiene.
- 3 Minaccia per l'Obiettivo 1:** Sconfiggere la Povertà e **Obiettivo 2:** Sconfiggere la Zero. In Somalia ci si affida alla produzione agricola per nutrire la famiglia e per il reddito.

Obiettivo 13: Azione per il Clima

Target 13.1 Rafforzare la Resilienza e la Capacità di Adattamento ai Disastri Legati al Clima: Aumentare la resilienza e la capacità di adattamento agli eventi climatici pericoli e ai disastri naturali in tutti i paesi.

Target 13.3 Costruire Conoscenza e Capacità per Affrontare i Cambiamenti Climatici: Migliorare l'istruzione, la sensibilizzazione e la capacità umana e istituzionale per la mitigazione dei cambiamenti climatici, l'adattamento, la riduzione degli impatti e l'allerta precoce.

Obiettivo 2: Sconfiggere la Fame

Target 2.2 Porre Fine a Tutte le Forme di Malnutrizione: Entro il 2030, porre fine a tutte le forme di malnutrizione, inclusi il raggiungimento, entro il 2025, degli obiettivi concordati a livello internazionale sul rallentamento della crescita e il deterioramento in bambini sotto i 5 anni di età, e affrontare le esigenze nutrizionali delle ragazze adolescenti, delle donne in gravidanza e in allattamento e delle persone anziane.

Target 2.4: Pratiche Alimentari Sostenibili e Agricoltura Resiliente: Entro il 2030, garantire sistemi di produzione alimentare sostenibile e attuare pratiche agricole resilienti che aumentino la produttività e la produzione, che contribuiscano alla conservazione degli ecosistemi, che rafforzino la capacità di adattamento ai cambiamenti climatici, alle condizioni meteorologiche estreme, alla siccità, alle inondazioni e ad altri disastri e che progressivamente migliorino la qualità della terra e del suolo.

Obiettivo 11: Città e Comunità Sostenibili

Obiettivo 11.1 Entro il 2030, garantire a tutti l'accesso a alloggi adeguati, sicuri e accessibili e ai servizi di base, nonché migliorare gli slum.

FACILITARE UN PROGETTO DI RICERCA



Istruzioni

Cos'è un Progetto di Ricerca?

Esistono molteplici definizioni, metodi e variazioni del progetto di ricerca, ma per i nostri scopi, ne abbiamo semplificato il processo.

Il nostro progetto di ricerca può essere descritto come un'attività guidata dai partecipanti che offre l'opportunità di esplorare e sviluppare conoscenze in un'area di interesse e porta alla creazione di un prodotto creativo/informativo e a misure di azione.

Obiettivi

- > Incentivare un apprendimento più approfondito e l'esplorazione di un argomento
- > Guidare i/le partecipanti nella creazione di un prodotto informativo e nell'assunzione di azioni legate al clima.

Di cosa avrai bisogno:

Accesso a Internet e un computer/laptop/tablet.

Come utilizzare questa risorsa

1. **Leggi ogni fase** del progetto di ricerca e le note nel modello sottostante per familiarizzare con il processo.
2. **Stabilisci il focus generale:** sebbene il progetto di ricerca sia inteso come attività guidata

dai partecipanti, sarà necessario fornire una certa direzione. Si consiglia di costruire il progetto attorno a informazioni o attività già completate in un laboratorio tra quelli proposti in precedenza. Il nostro caso studio nella Sezione 3 del 1Planet4All Facilitator Toolkit è una risorsa utile per avviare questo progetto.

3. **Considera la durata** dei tuoi laboratori, il livello di coinvolgimento e le dimensioni del tuo gruppo per determinare se il progetto sia più adatto a un'attività per l'intero gruppo, per un piccolo gruppo o a livello individuale. Anche se di solito è un'attività individuale, puoi adattarla per gruppi più grandi attraverso il brainstorming collaborativo, votando su una domanda-guida e chiedendo a ciascun partecipante di contribuire a una sotto-domanda.
4. **Aggiungi o adatta gli esempi** forniti nel modello con quelli specifici al tuo contesto. Creare un esempio rilevante per il tuo laboratorio e/o gli interessi dei partecipanti darà loro un punto di partenza più solido per costruire la loro domanda guida iniziale.

TEMPLATE PER UN PROGETTO DI RICERCA

Step di ricerca	Evidenze
ARGOMENTO > Focus della ricerca	Qual è l'area di indagine o l'argomento che intendi esplorare? Ci possono essere più argomenti! Esempio: Cambiamenti climatici, soluzioni per i cambiamenti climatici, parità di genere, povertà etc.
DOMANDA GUIDA INIZIALE	Esempio: Qual è l'impatto dei cambiamenti climatici sulla parità di genere in Africa e cosa possiamo fare al riguardo?
APPROFONDISCI > Suscitare Curiosità > Costruire il Contesto	Scrivi un testo o elenca i punti principali sul contesto. Alcune domande da considerare: > Cosa ti ha spinto a porre questa domanda (quali informazioni precedenti o recenti o quale interesse avevi su questo argomento)? > Cosa speri di scoprire? > Perché è importante per te esplorare questo argomento?
FATTI ALCUNE DOMANDE	> Cosa so già su questo argomento? > Quali le risorse (siti web, documentari, articoli, ecc.) in cui posso trovare informazioni? > Cosa voglio sapere? > Elenca alcune sotto-domande (almeno 5!) riguardo al tuo argomento/domanda iniziale
INDAGA > Sviluppare Domande > Cercare Informazioni > Trovare delle Risposte > Citare Risorse	Il modo migliore per impostare questa sezione è iniziare con una domanda focus Esempio: In che modo i cambiamenti climatici stanno influenzando i paesi dell'Africa subsahariana o i Paesi a Sud del mondo? > Crea un elenco puntato di risposte dalle tue fonti - assicurati di includere il link alla tua fonte! Continua con il modello sopra descritto fino a quando non avrai fatto un'indagine approfondita su tutte le domande!
UNISCI I PUNTINI! > Rivedi la domanda iniziale	Questo è il punto in cui potrai dare un senso a tutte le informazioni acquisite. In base a quanto appreso, potresti dover perfezionare la tua domanda guida iniziale (più specifica oppure, non avendo trovato molte informazioni, hai dovuto prendere una direzione diversa... ma va bene! Segna tutto qui e crea la tua nuova domanda.
COSTRUISCI LA TUA RISPOSTA	Inizia a costruire la risposta alla tua domanda. Organizza le note e i punti in paragrafi (con parole tue!).
CREA UN PRODOTTO > Informa gli altri	Come presenteresti quello che hai appreso a qualcun altro? Crea un prodotto informativo, come un opuscolo, una presentazione, un poster, un video, ecc.
CONDIVIDI E AGISCI	Condividi il tuo prodotto con le persone con cui ti senti a tuo agio. Possono essere: > Famiglia e amici > La scuola > Online (blog, piattaforme social, ecc. se appropriato) Intraprendi qualche tipo di azione basata su ciò che hai appreso, ad esempio un'iniziativa di sensibilizzazione, campagna o raccolta fondi



APPROFONDIMENTI

Leggi gli approfondimenti qui di seguito per ulteriori informazioni sui cambiamenti climatici, articoli e idee per attività che stimoleranno la discussione e l'azione nei vostri gruppi di giovani!

ESPLORA

- > [Climate Change and Gender Equality](#)
- > [How the Rich are Driving Climate Change](#)
- > [Mapped - Climate Change and Extreme Weather around the World](#)
- > [How Climate Change Impacts Poverty](#)
- > [Wealthy Countries Responsible but it's the Poor who will Suffer Most](#)
- > [Why Climate Change and Poverty are Inextricably Linked](#)

ISPIRATI

- > [We the People for the Global Goals](#)

SEZIONE 4

**CAMPAIGNING
E CAMBIAMENTO
CLIMATICO**



CAMPAIGNING E CAMBIAMENTO CLIMATICO

CESVI promuove l'attivismo come parte vitale dell'agenda per l'eradicazione della fame, della povertà, delle disuguaglianze e dell'ingiustizia.

I cambiamenti climatici esacerbano questi problemi e ci ostacolano nel progresso verso la loro eliminazione.

In Italia portiamo avanti attività educative per stimolare la comprensione delle sfide che oggi l'umanità si trova di fronte al fine di costruire un mondo migliore e più giusto per tutti.

Riconosciamo che il cambiamento non avverrà semplicemente attraverso le azioni di organizzazioni come la nostra o dei governi. Il cambiamento fondamentale coinvolge tutti noi e l'attivismo climatico è cruciale.

PROMUOVERE L'ATTIVISMO GIOVANILE

L'attivismo giovanile ha fatto enormi progressi

dallo sciopero per il clima del 2018 ispirato da Greta Thunberg, che ha stimolato milioni di persone e scatenato un'ondata di proteste giovanili in tutto il mondo.

Da allora, **il movimento per il clima è cresciuto costantemente** fino a diventare una rete di campagne globali e gruppi di attivisti. Un'idea erronea riguardante l'attivismo giovanile è che sia composto esclusivamente da scioperi e proteste; sebbene queste siano forme comuni e spesso efficaci, ci sono molti altri modi in cui possiamo esprimere le nostre richieste e sensibilizzare riguardo alle questioni climatiche.

Alcuni giovani potrebbero anche pensare che agire e fare campaigning richieda di parlare in pubblico stando così sotto i riflettori!

Questo può facilmente intimidire molte persone quindi è importante sottolineare che ci sono azioni diverse che possiamo intraprendere.

Suggeriamo anche di esplorare esempi di campagne famose insieme ai/alle partecipanti prima che intraprendano il proprio percorso.

Questa sezione mira a **guidare i facilitatori nel coinvolgimento dei/delle partecipanti al workshop** per la realizzazione di una campagna di azione sul clima.

Forniremo di seguito varie attività e metodi che potrai utilizzare per consentire ai partecipanti di impegnarsi nella pianificazione di azioni a breve o lungo termine.

Esamina tutte le opzioni e condividi ciò che pensi possa ispirare e sia realistico per il tuo gruppo.

REALIZZARE UNA CAMPAGNA CON IL TUO GRUPPO DI LAVORO

Come per tutte le risorse e le attività all'interno di questo toolkit, il nostro obiettivo è **fornirti diverse opzioni**.

Ti incoraggiamo a esaminare tutti i materiali delle campagne e le attività per i giovani di seguito poiché potrebbero esserci sovrapposizioni con altre sezioni di questo toolkit o con altri argomenti che desideri affrontare nei tuoi workshop.

Ad esempio, l'attività del Progetto di Ricerca della Sezione 2 è un buon punto di partenza per poi condurre una campagna.

Mentre leggi i materiali e le attività di seguito, chiediti quanto segue:

- Quali idee e attività mi interessano di più e mi sento sicuro/a a facilitare?
- Quali idee e attività penso che il mio gruppo di lavoro gradirebbe di più, e questo si allinea al mio stile di presentazione/facilitazione?
- Quali idee/attività potrebbero risultare impegnative per me da implementare nel mio workshop?
Sono pronto/a a provare qualcosa di sfidante in questo momento? È possibile che riduca un'attività in modo da poter provare qualcosa di nuovo ed entusiasmante con il mio gruppo ma mi senta comunque a mio agio nell'insegnarlo?
- Quali idee, attività o risorse presenti qui potrebbero essere utilizzate in altri argomenti?



Potresti voler iniziare il tuo workshop sulla campagna prima di tutto suscitando l'interesse e la motivazione dei partecipanti ad assumere misure di azione. Potresti invitare un attivista "professionista" per il clima a parlare al tuo gruppo su Zoom o di persona.

Potresti persino chiedere ai/alle partecipanti di condurre sondaggi/interviste con gruppi di età più anziana (genitori, nonni, ecc.) per promuovere l'idea di solidarietà intergenerazionale: i giovani non sono soli; sapere questo potrebbe spingerli ad agire!

MATERIALI PER LA CAMPAGNA

I seguenti materiali per la campagna sono disponibili per aiutarti nella facilitazione.

MODELLO 1PLANET4ALL PER LA CREAZIONE DI UNA CAMPAGNA

- > **Foglio di calcolo modificabile** che guiderà i/le partecipanti attraverso le fasi e le tappe della pianificazione della campagna e delle scadenze delle attività. Contiene tre schede:
 1. **Fasi e Tappe della Campagna:** descrive il processo di creazione, pianificazione e attuazione di una campagna. I/le partecipanti possono impostare scadenze, segnare chi è responsabile per compiti specifici e registrare note.
 2. **Timeline delle Attività:** li incoraggia a suddividere le attività della campagna (idea, tappe, promozione, data, materiali)
 3. **Risorse/Modelli** (link alle risorse di supporto - descritte di seguito)
- > Una risorsa utile per piccoli gruppi che desiderano intraprendere varie attività e azioni.
- > I facilitatori/le facilitatrici dovrebbero adattare le fasi e le tappe della campagna in base alle esigenze e alle tempistiche.

Ad esempio, una campagna della durata di 2-3 settimane potrebbe non coprire tutte le tappe previste (e non tutte potrebbero essere necessarie!) oppure potresti voler ridurre la timeline delle attività, mentre per una campagna ambiziosa a lungo termine, potresti dover includere tappe aggiuntive.

RISORSE E MODELLI

- > **Panoramica della Campagna e Idee per le Attività:** definisce una campagna e copre un elenco di attività potenziali tra cui i/le partecipanti possono scegliere per diffondere il loro messaggio!
- > **Conduzione di un Sondaggio:** passaggi per la creazione di un sondaggio
- > **Scrittura di un Comunicato Stampa:** cosa includere in un comunicato stampa
- > **Pacchetto Social con materiali modificabili** per Twitter, Instagram e TikTok.



1Planet4All Campagna di azione per il clima	Deadline	Ruolo	Note
STAGE 1: PREPARAZIONE			
Step 1: Organizza un team e un'attività di brainstorming (meeting 1)			
> Amici, famigliari o chiunque possa essere interessato ad attivarsi in una campagna di azione per il clima	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
> Organizza un meeting di pianificazione per discutere le aree di interesse e i bisogni a cui rispondere	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
> Organizza le idee emerse nel brainstorming in max 3 aree di interesse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Step 2: Individua il tuo argomento e assegna a ciascun membro del gruppo un ruolo (meeting 2)			
> Individua la problematica su cui agire più rilevante e realistica per il tuo gruppo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
> Assegna ruoli e responsabilità es. Campaign Manager, Communications Manager, Events Manager, Researcher etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
> Scrivi la mission della tua campagna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
> Pianifica! Individua tutti gli step della campagna e metti in calendario meeting che ritieni importanti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
STAGE 2: DIVENTA UN ESPERTO			
Step 1: Raccogli informazioni			
> Cerca più informazioni possibili riguardo al tema della tua campagna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
> Individua obiettivi e target di riferimento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
> Capisci cosa è stato già fatto (localmente o a livello globale) e fai attività di sensibilizzazione sul tuo tema	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
> Identifica organizzazioni, istituzioni e cittadini che potrebbero avere influenza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Step 2: Conduci una prima ricerca			
> Considera qualsiasi ulteriori informazioni possono essere utili per la tua campagna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
> Contatta le persone che potrebbero avere influenza e aiutarti nella campagna per avere maggiori informazioni o testimonianze	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
> Usa i modelli "Realizza un'indagine su un campione di persone" e "Consigli per le interviste" (tab 3) come guida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Step 3: Sintetizza i risultati raggiunti e finalizza la missione della tua campagna			
> Hai bisogno di fare aggiustamenti sul tuo focus di campagna o hai trovato alcune problematiche particolari che ritieni di dover includere?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1Planet4All Campagna di azione per il clima	Deadline	Ruolo	Note
STAGE 3: CREA LA TUA CAMPAGNA			
Step 1. Individua attività e strumenti			
> Fai una lista di strumenti e attività che utilizzerai per diffondere il tuo messaggio. Usa il modello "Attività di campagna" come ispirazione (tab 3)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
> Fai una timeline delle tue attività (tab 2)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
> Decidi come promuoverai la campagna e il suo messaggio. Dai un'occhiata al nostro pacchetto per i social (tab 3)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Step 2. Crea i materiali			
> Decidi il nome della tua campagna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
> Crea un logo e uno slogan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
> Crea un hashtag	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
> Crea altri materiali utili come ad esempio brochure, posters, etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
STAGE 4: LANCIA LA TUA CAMPAGNA			
Step 1. Organizza eventi, meetings etc.			
> Rivedi i ruoli assegnati. Assicurati che ciascun membro del team tenga traccia di attività e deadline.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Step 2. Traccia i progressi e rifletti			
> Prendi nota di quante e quali persone stai ingaggiando con la tua campagna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
> Fai un check del tuo workplan, cerca di capire se qualcosa deve essere rivisto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
> Ripeti il ciclo della campagna - fai in modo che l'azione prosegua!	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Compila la tabella con gli obiettivi del tuo team di campagna!
Puoi trovare ispirazione nel modello "Idee per le attività di campagna" nella tabella 3

Attività	Fasi	Promozione	Location	Data	Dettagli sull'attività	Materiali
es. Creazione di un video con una call to action	1. Creazione di un video concept 2. Script & Storyboard 3. Realizzazione e montaggio	1. Pubblicazione su: Instagram, TikTok, Youtube..	Online			
1. Evento a Scuola	1. Creazione di una brochure 2. Invitare uno speaker	1. Coinvolgere gli insegnanti 2. Volantinaggio	Scuola			

PANORAMICA SULLE CAMPAGNE E IDEE PER LE ATTIVITÀ

Una campagna è **un insieme pianificato di attività che condividono un messaggio centrale e un obiettivo**, di solito influenzare, informare e realizzare un cambiamento per uno scopo politico o sociale. Le campagne più efficaci utilizzano una varietà di strategie per raggiungere il loro obiettivo.

Ci sono molti tipi diversi di campagne e formati, spesso con obiettivi sovrapponibili. Le tipologie di campagne più rilevanti per coinvolgere le persone nell'azione per il clima (e nello stesso tempo fattibili per la tipologia di target) sono:

- **Campagna di Sensibilizzazione:** mirano a informare ed educare le persone su un problema con l'obiettivo di influenzare il loro comportamento e le loro azioni.
- **Campagna di Raccolta Fondi:** ha l'obiettivo principale di raccogliere fondi per una causa importante.

I/Le partecipanti possono promuovere la loro campagna utilizzando una varietà di canali e tattiche, come i social media, l'email e il video marketing, nonché le relazioni pubbliche. Nell'elenco delle idee per le attività di campagna, noterai come alcuni di questi canali di marketing si sovrappongono.

IDEE PER LE ATTIVITÀ DI CAMPAGNA

Condividi queste idee per le attività con con le persone che partecipano al tuo workshop per ispirarle!

Crea...

- Poster, Opuscoli, Volantini
- Newsletter: invia una newsletter settimanale esplorando un diverso argomento correlato alla tua campagna
- Video: utilizza la nostra Guida per Creare una Campagna Video (pagina 52) come riferimento
- Sito Web: ospita informazioni sul tuo problema legato ai cambiamenti climatici, dettagli sugli eventi della campagna e i progressi, ecc.
- Riviste: scrivi sul tuo problema
- Merchandise (magliette, bicchieri, cancelleria, segnalibri, spille, ecc.)
- Canzoni e Jingle
- Giochi informatici, giochi da tavolo, app per smartphone

Organizza...

- Eventi Educativi (ad esempio, speaker presso la tua scuola, visita a una scuola elementare per presentare il tuo argomento, serata informativa per genitori/insegnanti, ecc.)
- Letture di Poesia/prosa
- Dibattiti
- Proiezioni di Film
- Mostre d'arte o spettacoli

Promuovi...

- Usa i social media per pubblicare informazioni sugli eventi della campagna
- Scrivi un comunicato stampa per i giornali
- Invia email

Porta a termine...

Si dice che la goccia d'acqua costante su una pietra alla fine formerà un buco... non attraverso la forza, ma attraverso la perseveranza.

Gli obiettivi delle campagne raramente vengono raggiunti da un giorno all'altro. Prima di avviare la tua campagna, preparati per un lungo e talvolta impegnativo percorso.

Puoi andare avanti e persistere con la tua campagna se:

- **Pianifichi** sia per il breve che per il lungo periodo
- **Continua a collaborare** con le altre persone (inclusi coloro i cui pensieri stai cercando di cambiare)
- **Ricorda:** se le cose diventano un po' difficili, fai un passo indietro e prenditi una pausa e quando sei pronto/a, ricomincia.

REALIZZA UN SONDAGGIO

I sondaggi sono uno strumento di ricerca utile per ottenere opinioni dalle persone su un argomento. Prima di creare e condurre il tuo sondaggio, dovrai cercare informazioni sull'argomento e restringere ciò su cui vorresti saperne di più e il pubblico che dovrai raggiungere. Successivamente, dovrai considerare il miglior formato per diffondere il tuo sondaggio.

Vuoi creare un modulo Google e inviarlo tramite email? Usa Survey Monkey (che è gratuito se il tuo sondaggio ha meno di 10 domande!). Oppure vuoi creare un modulo cartaceo da distribuire? Puoi anche condurre un sondaggio per telefono o in forma di intervista di persona. Sta a te decidere! Una volta determinati gli obiettivi della tua ricerca e il formato del tuo sondaggio, puoi seguire i seguenti passaggi:

Crea la Tua Lista di Domande

- Cerca di mantenere il tuo sondaggio con un **massimo di 10 domande**.
- Determina il **tipo di domande che vuoi fare** ad esempio, domande aperte, scelta multipla, scala di valutazione, ecc.
- Fai una lista di **5 domande qui sotto!**

1	
2	
3	
4	
5	

Trova i partecipanti!

- **Pensa al tuo target.** Vuoi ottenere opinioni dai giovani dai 15 ai 20 anni riguardo alla crisi climatica? Persone dell'età dei tuoi genitori? Un mix? Dove puoi trovare il target e quando il momento migliore per contattarli?
- Quando chiedi alle persone di partecipare, **assicurati di spiegare lo scopo del sondaggio** e come le informazioni saranno utilizzate, informali se i dettagli personali saranno anonimi.

Analizza i tuoi risultati

- Cosa rivelano le risposte dei partecipanti? Cosa hai imparato? Ad esempio, se hai chiesto ai partecipanti di una certa fascia d'età di valutare la gravità della crisi climatica su una scala da 1 a 10 (1 rappresenta una bassa gravità e 10 una gravità alta), potresti riportare i tuoi risultati come segue:
 - **8 su 10 persone** tra i 35 e i 45 anni hanno valutato la crisi climatica come 5
 - **6 su 10 persone** tra i 25 e i 35 anni hanno valutato la crisi climatica come 7
 - **10 su 10 persone** tra i 15 e i 25 anni hanno valutato la crisi climatica come 10
- Quali conclusioni potresti trarre confrontando i risultati tra coloro che hanno tra i 15 e i 25 anni e coloro che hanno tra i 35 e i 45 anni?
- In generale, quali nuove conoscenze hai acquisito e come possono essere utilizzate nella tua campagna?

Scrivi un comunicato stampa

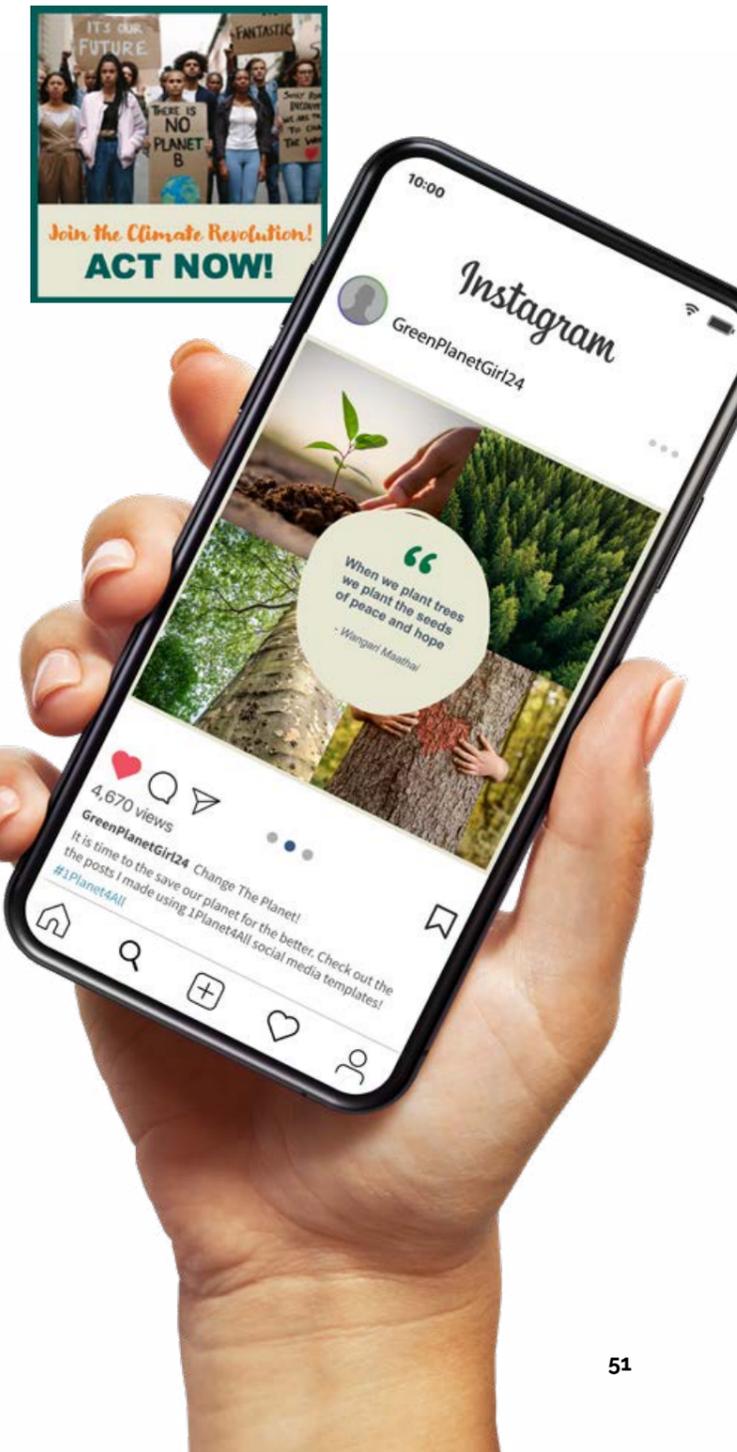
Un comunicato stampa è un **comunicato ufficiale inviato ai media** utilizzato per fare un annuncio, attirare l'attenzione su una potenziale notizia, promuovere la consapevolezza e, in definitiva, generare pubblicità. Scrivere un comunicato stampa è un modo efficace per **suscitare interesse attorno alla tua campagna** o a un evento significativo che potresti organizzare! **Un comunicato stampa è composto da 6 parti chiave.**

1. **Titolo** - questo è il titolo del tuo comunicato stampa e la prima cosa che i lettori vedranno. Dovrà essere breve, incisivo e accattivante in modo che la persona che legge abbia voglia di saperne di più!
2. **Data e Luogo** - queste informazioni dovranno apparire subito sotto il titolo o come prima riga nel paragrafo principale.
3. **Riassunto** - un breve riassunto che includa le 5 W (chi/who, cosa/what, quando/when, dove/where, perché/why) dovrà seguire il titolo. Potrebbe sembrare insolito includere un riassunto di ciò che stai per dire proprio prima di dirlo, ma lo scopo è che se qualcuno non ha tempo di leggere l'intero articolo, può comunque avere un'idea!
4. **Corpo** - questa è la parte principale del comunicato stampa e dovrebbe contenere tutti i dettagli! Qui potresti raccontare cosa ha ispirato la tua campagna, gli obiettivi, la durata, ecc., e includere dati/statistiche/citazioni.
5. **Nota informativa** - questa è essenzialmente la tua sezione "Chi siamo". È separata dal corpo del comunicato e fornisce una breve descrizione di una o due righe su cosa fa la tua azienda, organizzazione o campagna.
6. **Conclusione** - concludi con il tuo invito all'azione e elenca le informazioni di contatto!



Pacchetto Social Media

Scarica il Pacchetto Social Media qui sotto, **contiene modelli che puoi utilizzare per creare post su Instagram, Facebook e TikTok**. Per creare un post, scegli il modello di immagine che desideri utilizzare e modificalo per renderlo tuo. Puoi cambiare i colori, aggiungere il tuo testo e includere qualsiasi immagine tu voglia. Pensa a quali frasi o colori potrebbero attirare l'attenzione sulla tua pagina. Una volta soddisfatto dell'aspetto, salva la slide come file PNG o JPG, e poi è pronta per essere caricata sui social media!



ATTIVITÀ

A. CREA UNA CAMPAGNA VIDEO

Una campagna video può **inviare un messaggio potente ed è un modo efficace per creare consapevolezza, incoraggiando le persone all'azione.**

Questa attività dovrà prevedere per i partecipanti l'accesso a un dispositivo di registrazione video (telefono, laptop, fotocamera, ecc.) e strumenti di editing/audio digitali (ci sono molte opzioni gratuite online). Prima di iniziare, vorrai assicurarti che questi strumenti siano disponibili per il tuo gruppo o che tu possa fornirli.

1. Scrivi il termine **"campagna"** sulla tua presentazione, lavagna, cartellone o su qualsiasi altro strumento a tua disposizione.
2. **Scegli alcune delle domande qui sotto** per generare una discussione:
 - Cos'è una campagna?
 - Quali sono i tipi di attività o organizzazioni associate a una campagna? I partecipanti probabilmente avranno familiarità con la raccolta fondi, la pubblicità e le campagne politiche. Cerca di guidarli a riconoscere che una campagna può essere utilizzata per sensibilizzare su una importante questione sociale/politica.
 - Quali sono le **campagne famose** con cui sei entrato/a in contatto in passato?
 - Incoraggiali a **pensare a qualche video** che hanno visto di recente (non deve necessariamente trattare di una questione politica o sociale).
 - Cosa ha catturato la tua attenzione? Ti ha ispirato? Ti è rimasto impresso? Ti ha fatto ridere o ricordare l'annuncio?
3. Spiega che uno dei modi più popolari per trasmettere un messaggio oggi è attraverso una **campagna video** e che lavoreranno insieme, in gruppi, per crearne una propria!
4. Suddividi i partecipanti in **piccoli gruppi**. Spiega che condividerai alcuni esempi di video di campagne (qui di seguito). Dopo aver riprodotto ciascun video, concedi da 1 a 2 minuti ai membri del gruppo per discutere: cosa hanno apprezzato, cosa non hanno apprezzato, cosa hanno ritenuto più impattante?

- **"Nothing Kills like Hunger"** (Concern Worldwide): mostra l'esperienza di milioni di bambini che vivono in conflitto attraverso il punto di vista di un singolo bambino, l'audio malinconico insieme alla ripetizione da parte del narratore bambino di "I survived, I survived (sono sopravvissuto)" porta lo spettatore a essere inizialmente speranzoso ma poi fa un brusco cambiamento: il bambino non è sopravvissuto a causa della fame, coinvolgendo emotivamente lo spettatore sul tema della campagna.
- **"1Planet4All" (Concern Worldwide)** Un mix tra leggerezza e serietà, questo video mostra il contrasto tra ciò che ci viene in mente quando pensiamo al cambiamento climatico e il fatto che il cambiamento climatico ha un impatto molto reale e umano.
- **"Non Possiamo Negoziare il Punto di Fusione del Ghiaccio"** (WWF Arctic Programme): Un giovane orso polare cerca di sopravvivere nell'ambiente artico sempre più in via di scioglimento. La narrazione è informativa e quasi asciutta, permettendo all'audio di accentuare l'urgenza della questione e alle immagini di creare una metafora tra l'Artico reale e l'ambiente animato.



Dopo aver visto tutti e tre i video, prendi in considerazione di porre le seguenti domande al tuo gruppo:

Cosa hanno in comune tutti e tre i video?

- Sono tutti brevi (non più lunghi di 1 minuto)
- Tutti finiscono con una call to action
- Tutti trattano questioni legate al clima e cercano di sensibilizzare sul problema
- Si appellano alle nostre emozioni e alla connessione tra l'essere umano e la natura

B. REALIZZA UN PROGETTO DI ARTIGIANATO!

Lo sapevi che l'artigianato può essere un approccio all'attivismo? Si tratta di rallentare, **utilizzare l'arte manuale per affrontare questioni globali e riflettere criticamente su come possiamo aiutare a risolverle**, dal cambiare le nostre abitudini e scelte di consumo. Per coloro che amano realizzare compiti creativi o che vorrebbero agire in prima persona ma non in modo convenzionale, puoi incoraggiarli a creare qualcosa con le loro mani!

Condividi questi esempi di progetti creativi:

- Dai un'occhiata a [questa guida](#) passo-passo per [creare un uccello con materiali riciclati](#)
- Indossa [sulle maniche un messaggio cucito](#) con una parola o un'immagine di qualcosa che ami.
- Dai un'occhiata al [Craftivist Collective](#) su Pinterest per ulteriori idee e modelli di progetti artigianali gratuiti.



C. INCORAGGIA ALL'AZIONE

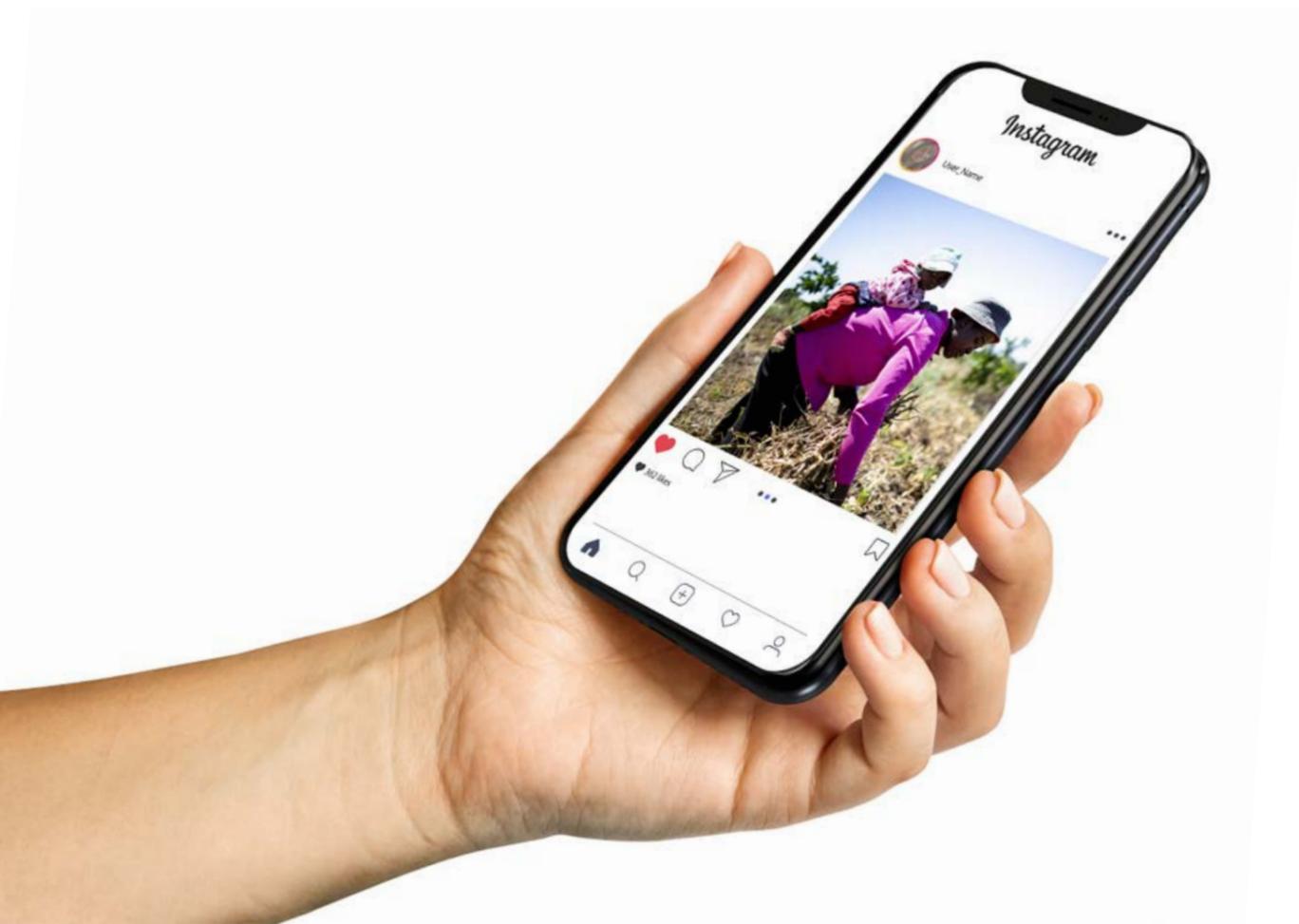
Incoraggia i partecipanti a **utilizzare i social media** per promuovere la loro campagna o il loro progetto di artigianato! Possono scaricare il nostro **Pacchetto Social Media modificabili (pagina 51)** per creare il loro messaggio.



CREA UNA CAMPAGNA VIDEO

1. Qual è il focus (riferito al cambiamento climatico)?

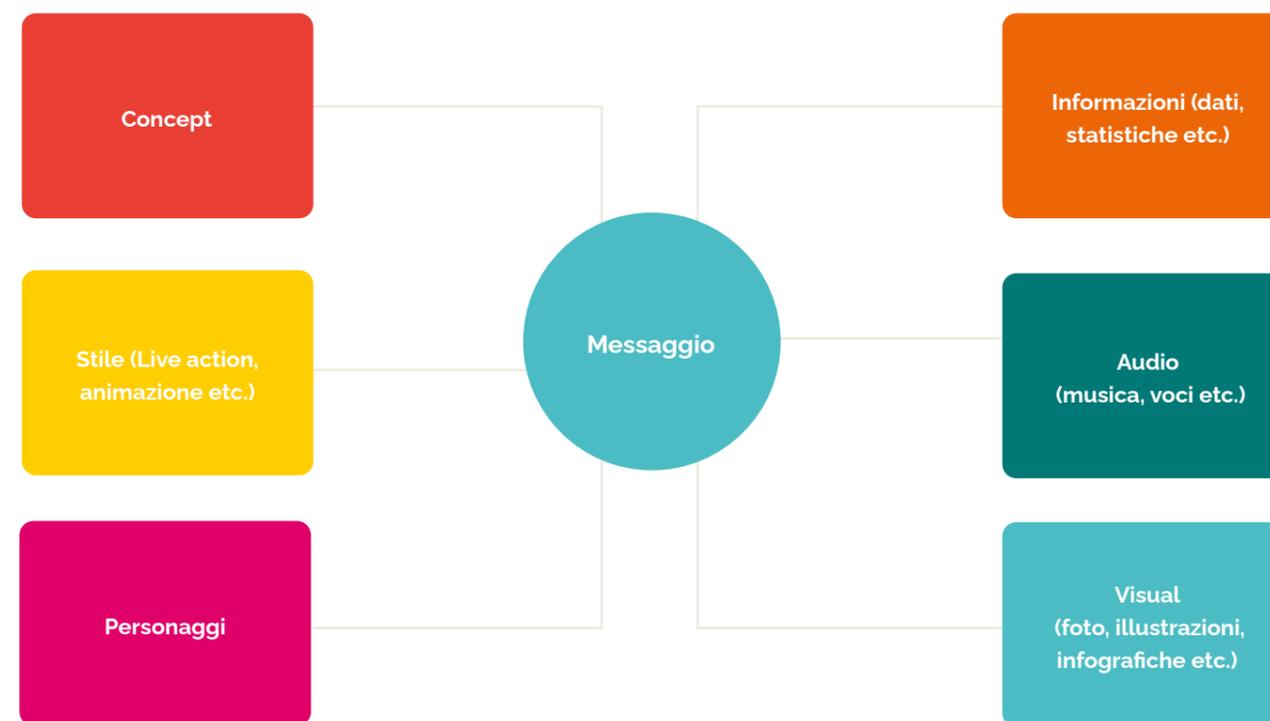
2. Quale il messaggio?



3. Che tono vuoi usare?

Serio	Allegro	Malinconico
Speranzoso	Formale	Critico

4. Brainstorming



5. Storyboard/Script

Lo storyboard ha l'obiettivo di descrivere ogni singola scena del tuo video. Includi un'illustrazione di ciò che mostrerai nelle scene, la sceneggiatura (ricorda: i video delle campagne sono brevi, quindi non avrai troppo testo!) e la durata stimata delle scene.

6. Produzione

È ora di mettere in atto il tuo storyboard e registrare! Visita [questa pagina](#) e scorri fino alla sezione "video" dove troverai moltissimi consigli utili per le parti tecniche del tuo video.



APPROFONDIMENTI

Leggi gli approfondimenti qui di seguito per ulteriori informazioni sui cambiamenti climatici, articoli e idee per attività che stimoleranno la discussione e l'azione nei vostri gruppi di giovani!

SCOPRI DI PIÙ SUI MOVIMENTI GIOVANILI PER IL CLIMA

- > [How Climate Activists Changed the World](#)
- > [What's up with the Climate Strike Movement](#)
- > [Youth Activists Protest against Climate Change](#)
- > [Calls for Positive Action Coup](#)
- > [Beyond Greta Thunberg: The uprising of youth activists](#)
- > [Youth for Climate action: breaking barriers](#)

STRUMENTI DI CAMPAGNA

- > [Digital Campaigning](#)
- > [NYCI Digital Filmmaking Handbook](#)





cesvi

cesvi.org



Funded by
the European Union

