

Corso

“Costruire partecipazione dal basso”

Terzo incontro

(martedì 15 febbraio 2026 ore 18)

Come costruire una campagna di mobilitazione sociale

Definizione

Una campagna di mobilitazione sociale è un processo collettivo organizzato e strategico volto a coinvolgere la comunità di riferimento (variabile nell'estensione a seconda del tema trattato) per sensibilizzare le persone e promuovere il cambiamento sociale e politico, stimolando azioni concrete in merito a una specifica problematica.

La comunità di riferimento all'interno della quale si opera varia nella dimensione e aumenta proporzionalmente la complessità della costruzione di una campagna di mobilitazione.

Esempi:

- campagna per la costruzione di un asilo nido – comunità di riferimento il Comune
- campagna per l'acqua pubblica – comunità di riferimento il Paese
- campagna contro il riarmo europeo – comunità di riferimento il continente europeo
- campagna contro il trattato di libero scambio Ttip tra Usa e Ue – comunità di riferimento il continente europeo e gli Usa

Fasi della costruzione di una campagna

1. Fase Analitica e Strategica

- **Identificare il problema e l'obiettivo**

Definire in modo concreto cosa si vuole cambiare, assicurandosi che l'obiettivo sia realistico e specifico.

Non significa rinunciare al desiderio di un cambiamento globale e radicale, ma identificare il granello di sabbia in grado di inceppare il motore del sistema attuale, confidando che l'esito positivo della campagna apra la possibilità di quell'orizzonte più ampio.

- **Analisi del contesto**

Analizzare le cause del problema e le possibili risposte, sia per essere in grado di opporsi alle soluzioni prospettate dalla narrazione dominante, sia per poter spiegare alle persone da coinvolgere la soluzione alternativa proposta dalla campagna.

Il contesto va inoltre analizzato per mappare le forze in gioco, definendo i possibili alleati, i sicuri oppositori e l'area intermedia di popolazione contendibile.

- **Identificare il target**

Definire a chi ci si rivolge (pubblico generale, decisori politici, comunità specifica) e segmentarlo per messaggio.

- **Definire il messaggio centrale**

Creare una contro-narrazione coinvolgente, sincera ed emozionale che spieghi il "perché" della campagna e susciti empatia.

2. Pianificazione Operativa

- **Costruire le alleanze**

Definire in forma partecipativa l'insieme di realtà sociali, associative, sindacali e politiche interessate a realizzare la campagna.

- **Costruire la struttura organizzativa**

Definire in forma partecipativa ruoli e responsabilità, identificare una struttura di coordinamento operativo e contribuire a far emergere una leadership collettiva riconosciuta.

- **Sviluppare il piano d'azione**

Stabilire chi fa cosa, quando e con quali risorse (budget e strumenti).

- **Sviluppare il piano di comunicazione**

Definire un piano diversificato per i diversi canali di comunicazione (mass media, social media etc.) con l'obiettivo di allargare la conoscenza della campagna e la partecipazione alla stessa.

- **Curare la formazione interna**

Costruire momenti di formazione mirata per le attiviste e gli attivisti, in modo da socializzare le conoscenze e moltiplicare le persone in grado di proporsi come parte attiva della campagna.

3. Esecuzione e Mobilitazione

- **Lancio della campagna**

Iniziare con un'azione forte, un evento pubblico centrale e eventi in contemporanea in tutte le realtà territoriali interessate alla campagna, produrre un video virale per la diffusione via social dell'avvio della campagna.

- **Allargare la partecipazione attiva e concreta**

Invitare le persone a partecipare attivamente (condividere, firmare, donare, partecipare a proteste).

- **Comunicazione coerente**

Mantenere un messaggio uniforme e una narrazione costante nel tempo.

4. Monitoraggio e Sostenibilità

- **Valutazione in itinere**

Misurare periodicamente l'impatto sia in termini di processo che di risultato, definendo tappe intermedie che aiutino a fare il punto sull'andamento della campagna.

- **Mantenere lo slancio**

Aggiornare costantemente le e gli attivisti, le e i sostenitori per tenere alta l'attenzione e la motivazione.

Organizzare periodicamente giornate di mobilitazione con iniziative in contemporanea in tutti i territori.

Utilizzare eventi esogeni di grande richiamo, inserendosi per amplificare la conoscenza della campagna e la sensibilizzazione delle persone.

- **Sostenibilità**

Pianificare le azioni per ogni tappa successiva al fine di garantire che l'impatto della campagna duri nel tempo.

Marco Bersani