



**Intervento di Ryan J. Davis, Executive Director of Social Innovation, al VI Congresso dell'Associazione Radicale Certi Diritti.**

Ryan Davis è stato il Co-Fondatore e il Digital Director di "The Four 2012", una compagnia sui social media che ha contribuito a quattro storiche vittorie sul tema della Marriage Equality (parità dei diritti di matrimonio). Lavora attualmente per i clienti della Blue State Digital per realizzare strategie innovative sui Social Media e contenuti creativi in grado di generare interazioni tra tutti i diversi tipi di canali. E' stato anche Social Media Director in BSD dove ha lavorato allo sviluppo delle strategie per molti clienti come X Factor, Freedom to Marry, The NAACP, The United Way and The Rockefeller Foundation. Partecipa regolarmente a dibattiti su vari temi, dai social media al rapporto tra presidenza e Social Media, nelle principali università e conferenze: Harvard, Yale, & Columbia, London, New York, Vienna, Las Vegas e Toronto. E' stato un membro del team Web della campagna per le presidenziali americani di Howard Dean, ed è stato digital director per le campagne della città di New York.

Salve, mi chiamo Ryan Davis e sono il capo della divisione Social Media di BlueStateDigital. Ho incontrato alcuni di voi alla Social Media Week a Milano in occasione del mio discorso sul matrimonio egualitario e sono molto felice di potervi parlare oggi delle strategie e tattiche che potreste utilizzare per far progredire la lotta a favore del matrimonio egualitario in Italia. Credo che, da una prospettiva di alto livello, sia molto importante per voi che le vostre associazioni lavorino insieme. So che i diversi gruppi, le diverse associazioni e, persino, i vari attivisti hanno strategie e tattiche diverse e che ricorrono a messaggi differenti, ma è importante che tutti concordino su alcune idee chiavi

e condividano delle azioni comuni. Ciò che abbiamo visto, quando abbiamo vinto la battaglia qui a New York, è che quando le dieci o undici diverse associazioni che comunicavano diversamente si sono trovate d'accordo sul messaggio, siamo riusciti a comunicare in modo molto più efficace al pubblico. Siamo stati in grado di condividere azioni e contenuti. Quindi è molto importante, d'ora in poi, riuscire a definire degli obiettivi comuni, ciò che si vorrebbe raggiungere quest'anno, e lavorare insieme, come un'intera coalizione, per raggiungerli. Bisogna iniziare, culturalmente, a fare dell'uguaglianza un caso. Negli Stati Uniti ha funzionato concentrarsi su parole come "equità" e "giustizia". Queste sono solo due idee, vi incoraggio a sperimentare e trovare le parole più adatte per l'Italia. È molto importante raccontare le storie delle coppie che vogliono sposarsi. Quindi si dovrebbe trovare una manciata di coppie disponibili a giocare un ruolo pubblico. Le persone più anziane, che sono state insieme per un lungo periodo, in genere funzionano meglio. Attorno a esse andranno creati molti contenuti: contenuti video, specialmente corti documentari nei quali si raccontano le storie di queste coppie. In questo modo si mostrerà come una relazione gay, un matrimonio gay è tanto noioso quanto uno etero, senza alcuna differenza. Questo è stato molto importante per la nostra vittoria. Quanto ai media digitali, è importante praticare una strategia crossmediale: utilizzare facebook, twitter, tumblr, email, e qualunque altra piattaforma connessa a un singolo sito web dove le persone possono andare e scoprire come collaborare al raggiungimento dell'obiettivo: il matrimonio egualitario in Italia. Vi incoraggio a creare contenuti *visual* che sono molto versatili. Per esempio immagini che dicano alle persone esattamente cosa possono fare oggi per rendere il matrimonio egualitario una realtà: chiamare uno dei loro rappresentanti in parlamento, scrivere una lettera al direttore di un giornale, esprimere i loro desideri su internet condividendoli. La cosa importante è fornire costantemente alle persone delle azioni da compiere intorno a questa questione. È incredibilmente importante, man mano che la campagna prosegue, riuscire a convertire questi utenti da *followers* sui *social media* a iscritti a una mailing list. Le email sono ancora il mezzo più efficace per convincere le persone a fare i volontari, ad agire e a contribuire finanziariamente. Quindi, se c'è bisogno di persone che facciano delle telefonate o del porta a porta o se c'è bisogno di fare del *fund raising*, è molto meglio usare le mail dei *social media*. Attraverso quest'ultimi si genera un utile brusio, si genera impegno, si genera un certo livello di azione, ma per trovare volontari e contribuenti occorre ancora usare le mail. Vi

incoraggio a dare un'occhiata alle cose che abbiamo fatto con associazioni come Freedom to Marry e HRC [Human Rights Campaign, ndr] negli Stati Uniti. Queste sono le associazioni leader per quanto riguarda il matrimonio egualitario e hanno fatto lavoro meraviglioso su questo tema. Monitorate i contenuti che diffondono, il modo in cui lo diffondono. Sentitevi liberi di prendere in prestito qualunque cosa e renderlo più culturalmente rilevante per voi. Lo sappiamo bene, sarà una dura battaglia, sappiamo quanto forte sia l'influenza della Chiesa. Ho parlato con molti di voi a Milano e credo che la sensazione generale sia che fare qualcosa di più facile del matrimonio possa essere la soluzione più adeguata, che le unioni civili siano un primo passo migliore piuttosto che tentare subito di ottenere il matrimonio egualitario, oppure che sia meglio concentrarsi su una legge contro le discriminazioni. Ci sono molte cose diverse che rientrano a pieno titolo nel movimento per l'eguaglianza e il matrimonio non è l'unica, ma rimanete ottimisti, siete dalla parte giusta della storia. Il matrimonio egualitario sta diventando una realtà in Francia, nel Regno Unito, in Canada, quindi è solo questione di tempo e anche l'Italia raggiungerà la piena uguaglianza. Grazie mille a tutti, è stato bello parlarvi oggi. Se volete raggiungermi, sono rintracciabile su twitter @ryannewyork. Grazie ancora e in bocca al lupo.