

Effeto “Boomerang” - Le basi

Backfire Basics

Brian Martin

2012

Translation: FFF Italia (translator), November 2019

Effetto “Boomerang” - Le basi

I punti chiave dell'effetto “boomerang”:

- Rivelare: smascherare l'ingiustizia e contrastare l'insabbiamento;
- Riscattare: legittimare la vittima e contrastare operazioni di screditamento;
- Reinterpretare: evidenziare l'ingiustizia, contro-reinterpretare;
- Reindirizzare: attivare il sostegno, screditare i canali ufficiali;
- Resistere: non soccombere a intimidazioni e corruzione.

Il modello “boomerang” è una tattica per opporsi alle ingiustizie.

Effetto Boomerang (ingl. “Backfire”): un'aggressione diventa un “boomerang” quando genera più supporto o attenzione nei confronti di chi ha subito l'aggressione. Qualsiasi ingiustizia o violazione, di norma, può produrre un effetto “boomerang” (cioè, ritorcersi contro il responsabile).

L'effetto “boomerang” può emergere quando l'opinione pubblica è avversa o quando si verifica una maggiore attività da parte degli oppositori. Anche quando il responsabile sembra averla fatta franca, l'ingiustizia commessa può rivelarsi controproducente nel lungo periodo.

Solitamente le ingiustizie perpetrate da gruppi potenti non producono un effetto “boomerang” perché i responsabili sono in grado di spegnere l'indignazione.

Cinque metodi per spegnere l'indignazione davanti a un'ingiustizia:

1. Insabbiare, nascondere l'azione;
2. Screditare la vittima;
3. Reinterpretare l'accaduto, distorcere la realtà;
4. Usare i canali ufficiali per trasmettere un'apparenza di giustizia;
5. Intimidire o ricompensare le persone coinvolte.



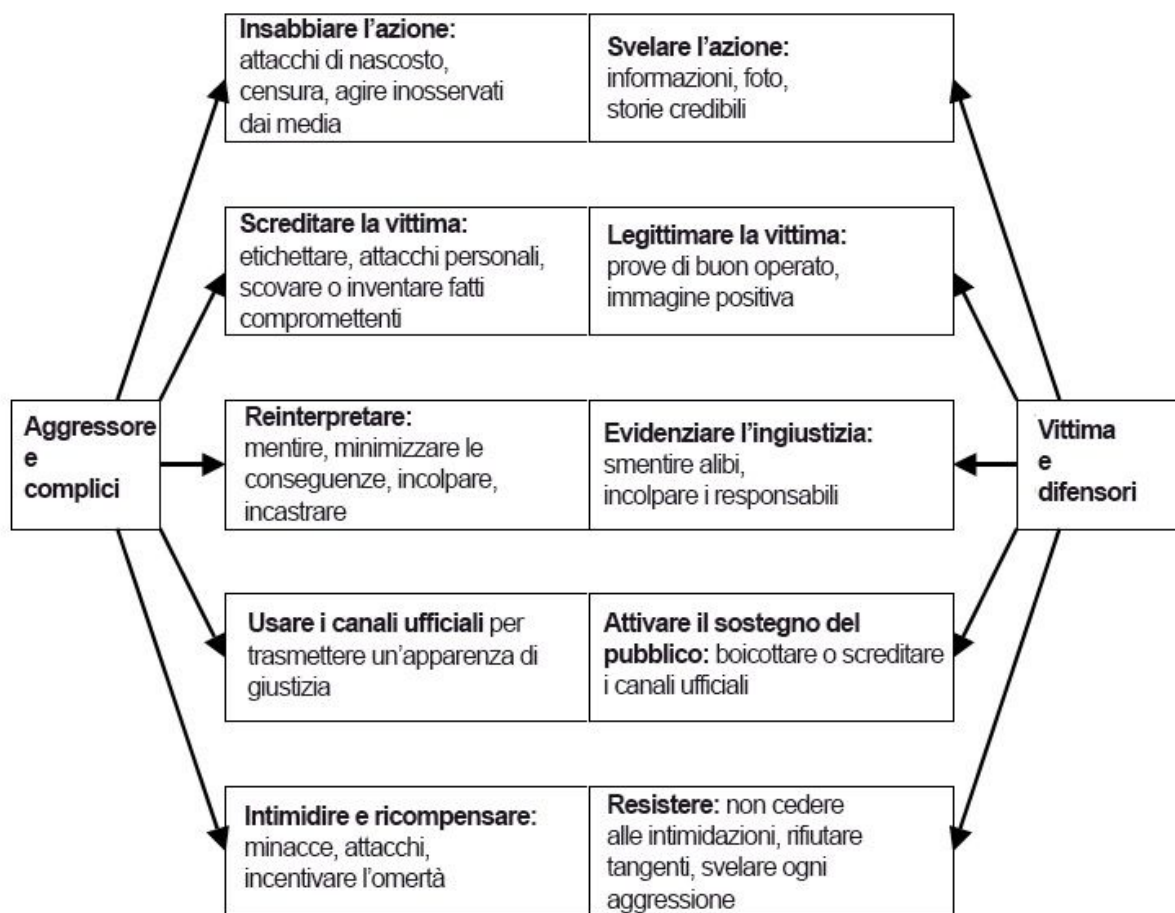
Cinque metodi per spegnere l'indignazione in relazione a un evento, a come viene percepito e alle reazioni che suscita.

Due condizioni necessarie per un effetto “boomerang”:

1. L’azione deve essere percepita come ingiusta, sleale, eccessiva o sproporzionata.
2. Le informazioni sull’azione devono essere comunicate al pubblico utile di riferimento.

Cinque modi per far aumentare l’indignazione:

1. Svelare l’azione;
2. Legittimare la vittima;
3. Raccontare l’azione ribadendo l’ingiustizia subita;
4. Smuovere l’opinione pubblica (ed evitare i canali ufficiali);
5. Resistere e svelare intimidazioni e ricompense.



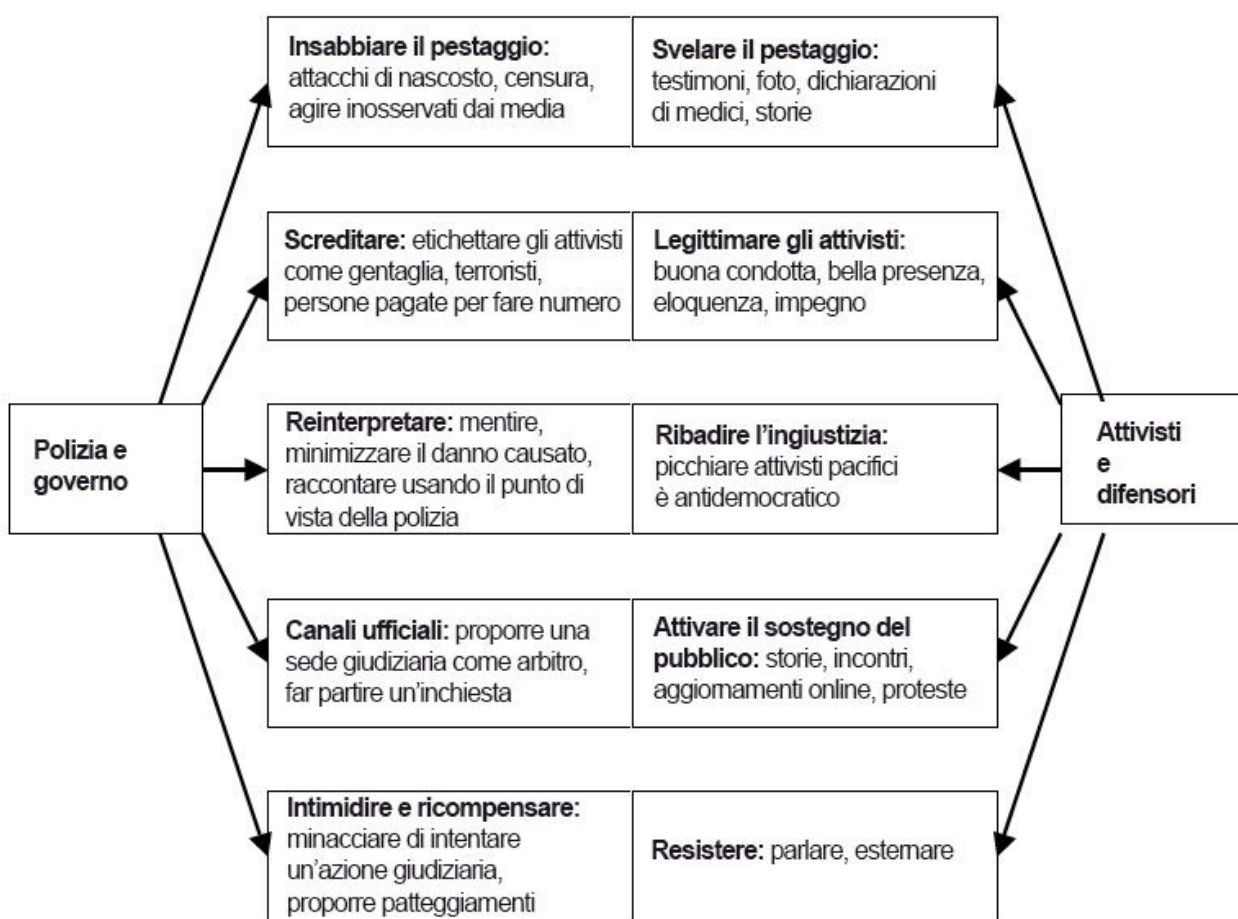
Un’ulteriore considerazione: il tempismo nella comunicazione è essenziale. Tre fattori rilevanti che influiscono sul modo in cui viene recepito un messaggio sono:

1. Ricettività: sensibilità di base alle ingiustizie; quadro etico. Se le persone sono già sensibili a un certo tipo di abuso la loro reazione a un nuovo caso sarà più forte. I movimenti sociali possono creare o aumentare la ricettività delle persone.

2. Lo scenario informativo: visibilità, rilevanza del fatto (rispetto ad altre storie). Cos'altro sta accadendo in parallelo? Se al notiziario ci sono altri avvenimenti importanti, un'ingiustizia potrebbe ricevere poca attenzione mediatica.

3. Possibilità di agire: esistenza di movimenti sociali e opportunità di azioni. Quando gli attivisti sono pronti ad agire, un'ingiustizia improvvisa ha maggiori probabilità di trasformarsi in un "boomerang".

Un esempio: la polizia picchia alcuni attivisti pacifici durante una manifestazione



Le cinque R, ovvero: rivelare, riscattare, reinterpretare, reindirizzare e resistere, possono essere usate come risposta a un'ingiustizia o come metodo per prevenirla.

Ad esempio, per prevenire aggressioni da parte della polizia, fatevi trovare pronti con testimoni e videocamere, vestitevi e comportatevi in modo da valorizzare la vostra immagine, ecc.

Pubblicazioni sull'Effetto "Boomerang"

Consulta il sito <http://www.bmartin.cc/pubs/backfire.html> (o cerca "Brian Martin backfire" sui motori di ricerca) per reperire le analisi delle tattiche usate in alcune lotte contro la censura, la diffamazione, le molestie sessuali, la deportazione di Scott Parkin, le aggressioni della polizia, le stragi di manifestanti pacifici, le torture, il genocidio e altre ingiustizie.



Una protesta contro la deportazione di Scott Parkin dall'Australia

Brian Martin, bmartin@uow.edu.au, telefono: 02-4221 3763

Versione del 26 febbraio 2012

Traduzione di FFF Italia