

Pratiche partecipative e relazioni solidali nel sostegno a distanza: il «posto della comunicazione»*

Veronica Lo Presti e Maria Dentale

RPS

Il saggio si inserisce nell'ambito di una ricerca sulla valutazione delle pratiche partecipative e delle attività di engagement dei sostenitori del servizio di sostegno a distanza (Sad) nell'Associazione Famiglie nuove (Afn) onlus. Dalle evidenze empiriche raccolte emerge una dimensione privata di adesione al Sad, che si articola nella diffusione di pratiche simboliche, inedite e per giunta non convenzionali di partecipazione associativa. Sono proprio queste pratiche, anche connesse al profilo etico e morale dei sostenitori – che si dichiarano

diffusori di fiducia e promotori diretti della cultura del Sad – che orientano la riflessione sui principali cambiamenti che hanno investito il significato della «prossimità relazionale» fra sostenitore e beneficiario del sostegno. Ponendo l'accento sui valori del dono e della reciprocità, il ruolo assunto dalla comunicazione 2.0 appare centrale per «salvaguardare» la qualità delle relazioni tra i diversi pubblici di Afn, e per estendere la loro portata (dimensionale e valoriale) verso le «comunità educanti» dei paesi terzi coinvolte nei progetti Sad.

1. La rete del sostegno a distanza come driver dei valori di reciprocità e solidarietà

Il sostegno a distanza (Sad) rappresenta un'originale forma di solidarietà e di generosità, caratterizzata da azioni di cittadinanza attiva rivolte a minori a rischio di povertà ed esclusione sociale e a comunità che riproducono forme estreme di disuguaglianza nel campo alimentare, sanitario, educativo e sociale.

Così come enucleato nella Carta dei principi del sostegno a distanza (ForumSad, 2016), il Sad è uno strumento di sostegno economico caratterizzato da un accompagnamento stabile delle persone, complementare e non sostitutivo delle altre prestazioni di welfare. La conti-

* Il saggio è il risultato della riflessione congiunta delle autrici. In particolare, Veronica Lo Presti ha redatto i paragrafi 1 e 2; Maria Dentale ha redatto i paragrafi 3 e 4 e i sottoparagrafi 3.1 e 4.1.

nuatività della prestazione è ciò che caratterizza il servizio rispetto alle altre forme di filantropia e di raccolta fondi e che permette di trasformare il *gesto* di solidarietà in una *relazione* stabile, ricorsiva e carica di valore (Caillé, 2011).

La relazione di solidarietà tra sostenitore e beneficiario, ancorché mediata dalla presenza di un'associazione, è rivolta ad attivare tutte le reti di sostenitori presenti sul territorio al fine di costruire «comunità solidali» capaci di rigenerare il welfare e di dare spessore ad un intervento che – per i valori che esprime e per le caratteristiche relazionali e di condivisione che lo qualificano – è di grande innovazione nel settore dei servizi alla persona.

In questa direzione comunitaria si sviluppano le principali azioni comunicative che le realtà del Terzo settore rivolgono ai loro diversi pubblici¹ di intervento al fine di: *i.* rafforzare la propria identità e cultura operativa, facendo conoscere le loro attività prioritarie, strategiche e vitali; *ii.* accrescere l'area della fiducia intorno all'associazione, arruolando e ingaggiando nuovi volontari e sostenitori privati; *iii.* migliorare la propria azione di influenza nel settore della filantropia, ponendosi come punto di riferimento sia dell'istituzione pubblica che delle altre organizzazioni del Terzo settore che operano nello stesso ambito di intervento (Donati e Terenzi, 2005; Gili, 2005).

Considerando le dimensioni principali che Colozzi (2008) attribuisce al capitale sociale – fiducia reciproca, fiducia nella rete e crescita di efficienza dei risultati e della rete – il Terzo settore si presenta come un «intermediario fiduciario» (Ferrucci, 2008) capace di generare un'azione locale per il benessere che è di tipo reticolare, cioè caratterizzata da elevati rapporti di fiducia reciproca che richiedono una maggiore trasparenza del processo di comunicazione (Mutti, 1998).

In questo quadro si colloca l'esperienza di ricerca valutativa² con l'Associazione famiglie nuove (Afn) onlus – ente autorizzato per le adozioni internazionali – che opera nell'ambito della cooperazione allo sviluppo principalmente sui temi del sostegno a distanza, della promozione culturale e della formazione per le famiglie. La richiesta di supporto all'università³ da parte della onlus è nata dalla registrazione, negli

¹ I singoli, le famiglie, le associazioni del Terzo settore e gli enti pubblici.

² La ricerca è stata commissionata da Afn onlus al Dipartimento di Comunicazione e ricerca sociale della Sapienza Università di Roma ed è stata condotta da un team di ricercatori del Dipartimento nell'arco temporale di circa un anno.

³ Sulla base di questa esigenza la onlus ha chiesto la collaborazione del Dipartimento di Comunicazione e ricerca sociale e ha avviato una ricerca ad hoc.

ultimi anni, di un calo dei sostenitori dei progetti Sad e dalla conseguente esigenza di comprendere i motivi di questa criticità a partire da una riflessione condivisa sulle proprie attività nonché sulle strategie di comunicazione diffuse tra i propri sostenitori.

Più da vicino, l'associazione ha avvertito il bisogno di avviare una riflessione sull'efficacia delle attività di comunicazione rivolte ai sostenitori dei progetti Sad, con l'obiettivo di valorizzare il patrimonio di solidarietà disponibile (inteso nei termini di capitale sociale), di ampliare le alleanze fra gli attori coinvolti nella rete dei progetti Sad e di favorire lo sviluppo di *aspettative di tipo fiduciario* intorno alla crucialità, del servizio, di contrastare le forme di disuguaglianze più estreme.

A partire da queste premesse è iniziato un lavoro di conoscenza e di contatto con i referenti della onlus che hanno raccontato la loro storia e la loro esperienza nell'ambito del Sad. È emersa immediatamente l'esigenza condivisa dalla onlus di non fare un semplice lavoro di individuazione delle motivazioni del calo dei sostegni a distanza e di analisi della soddisfazione dei donatori, ma anche di avviare un percorso di autoriflessione delle attività svolte dal 1998 ad oggi sul Sad, finalizzato ad un miglioramento della vita organizzativa e delle pratiche.

Si è trattato di un'esperienza di ricerca sul campo, in cui tutti (ricercatori accademici e operatori di Afn) si sono «sporcati i pantaloni» scendendo nell'analisi delle pratiche e dei servizi della onlus in una prospettiva di grande coinvolgimento e partecipazione.

La ricerca è dunque partita da una domanda etica: che cosa sta succedendo? È positivo quello che succede? Per chi? Come potrebbe migliorare ulteriormente? E ancor più importante, i risultati della ricerca possono essere uno strumento utilizzabile dai promotori e dai destinatari dell'azione, entrambi attori di pari livello di una valutazione che si svolge come un processo emergente (Guba e Lincoln, 1989) e partecipativo orientato all'apprendimento e all'*empowerment*.

2. Il framework della ricerca: pratiche partecipative e apprendimento organizzativo

La ricerca qui illustrata si inquadra all'interno del *Positive Thinking Inquiry Framework* (Lo Presti, 2020) che comprende approcci differenti, tutti accomunati dall'idea (Stame, 2016) per cui si apprende di più dai successi che dai fallimenti, in quanto basarsi sui successi offre motivazioni per l'azione. Come sostiene Sabel (2004), nelle sue riflessioni in tema di

policy analysis, valorizzare il positivo consente di far conoscere ed estendere i risultati positivi a chi è rimasto indietro (Archibald e Vo, 2018). Inoltre, il successo aggiunge informazioni su perché qualcosa di desiderato succede, mentre il fallimento non fa che riprodurre la mancanza di conoscenza iniziale, evidenziando gli ostacoli al cambiamento. Si aggiunga a ciò che il successo è proattivo e motiva le persone ad agire, mentre il fallimento in genere demoralizza.

Nello specifico, la scelta di utilizzare un approccio positivo per la ricerca in questione si basa sul desiderio condiviso dai membri della onlus di attivare ulteriormente le energie dei gruppi di lavoro, di trovare dei modi per ridefinire e per migliorare gli strumenti per attualizzare le attività principali di Afn a partire dalle esperienze di valore condotte negli anni. Sin dal principio, quando la onlus ha chiesto al team di ricerca un supporto per riflettere sui cambiamenti che stavano intercorrendo nella sua vita associativa, Afn ha mostrato un'apertura al confronto e allo scambio non scontata per chi commissiona una ricerca a un dipartimento universitario, in una logica di scambio alla pari e di accrescimento reciproco delle proprie conoscenze e competenze.

La scelta di focalizzarsi sul Sad, settore principale di Afn onlus in cui vengono riprodotti i valori e la sua identità culturale, ha consentito di approfondire la riflessione sul futuro della cooperazione attraverso il Sad e il contributo che può continuare a offrire in questa direzione l'attività di Afn.

Con riferimento al disegno della ricerca, l'indagine è stata strutturata in tre fasi principali: 1. un'analisi di sfondo del contesto organizzativo e delle pratiche professionali; 2. una survey rivolta ai sostenitori del Sad; 3. workshop (di valutazione e di auto-riflessione in base all'approccio dell'*Appreciative Inquiry* (Preskill e Catsambas, 2006).

La prima fase è stata necessaria a ricostruire insieme agli operatori di Afn il ricco sistema di valori della onlus e a chiarire gli aspetti fondamentali della *mission* e della *vision* di Afn. Attraverso un'osservazione partecipata sul campo e la raccolta di interviste ad alcuni operatori, è stato possibile condividere insieme la storia della onlus, che nasce nel 1998 per dare voce civica e istituzionale al movimento Famiglie nuove, nato nel 1967 in seno al più vasto movimento dei Focolari. Dal 2005 Afn onlus opera come ente autorizzato dalla Commissione Adozioni internazionali della Presidenza del Consiglio dei ministri, per l'adozione internazionale di minori in stato di abbandono. Attualmente Afn è un'associazione iscritta nel Registro delle persone giuridiche e anche all'Anagrafe unica delle onlus, organizzazioni non lucrative di utilità sociale.

In questa prima fase orientativa della ricerca, le interviste con i referenti dell'associazione hanno consentito di porre l'attenzione su alcuni punti di interesse per la onlus da approfondire negli step successivi, tra cui non solo quello di incrementare il numero dei sostenitori, ma anche quello di rafforzare il clima di lavoro, riflettere su come rinvigorire le energie del personale impiegato nel Sad e su come potenziare la capacità di progettazione delle attività in chiave innovativa.

Su queste basi è stata progettata la seconda fase della ricerca che ha previsto una survey su «Pratiche partecipative, di sostegno e di *engagement* dei sostenitori del Sad», al fine di centrare l'analisi proprio sul settore del sostegno a distanza che rappresenta il principale ambito d'intervento della onlus.

La survey, di cui si tratterà diffusamente nei prossimi paragrafi, ha coinvolto 459 sostenitori del Sad, con l'obiettivo principale di analizzare le pratiche partecipative, di sostegno e di *engagement* dei sostenitori del Sad al fine di valutare l'efficacia dei circuiti di relazione solidale – tra sostenitori e tra sostenitori e operatori – per l'adesione ai progetti di sostegno a distanza promossi dall'Associazione attraverso canali di comunicazione *off* e *online*.

La terza fase della ricerca risulta di particolare interesse ai fini specifici della valutazione dell'impatto delle attività della onlus, in quanto ha costituito una risposta all'esigenza dell'area del Sad di migliorare la propria vita organizzativa rinforzando il clima di collaborazione interno e individuando i modi più adeguati per valorizzarne i risvolti positivi.

Il settore Sad è stato, dunque, coinvolto in sessioni di lavoro di gruppo, dei veri e propri tavoli di riflessione condivisa in forma di workshop condotti da un ricercatore e supportati da un mediatore secondo l'approccio dell'*Appreciative Inquiry*, utilizzato in chiave valutativa (Lo Presti, 2009).

Questo approccio ha orientato la conduzione dei workshop partendo dall'idea che non fosse utile chiedere ai partecipanti di segnalare e analizzare i loro problemi principali per risolverli, quanto piuttosto di avviare una riflessione condivisa sulle esperienze positive e sulle risorse impiegate per ottenerle in un percorso che, partendo dall'analisi del passato, coinvolgesse tutti in un progetto di rinnovamento da attuare concretamente nel futuro. Il ricercatore ha condotto dunque i partecipanti ai workshop in un percorso di riflessione sul passato a partire da quello che aveva funzionato bene e che aveva dato particolari soddisfazioni ai membri dell'organizzazione. È stato così possibile sviluppare un percorso di valutazione coinvolgente che ha stimolato i partecipanti ad esplicitare e riarticolare i valori chiave dell'organizzazione e a rileggerli

RPS

Veronica Lo Presti e Maria Dentale

in vista del miglioramento futuro, stimolando anche la produzione di idee innovative.

Sul piano metodologico, la strutturazione del disegno della ricerca consente di mettere in evidenza due dimensioni fondamentali della valutazione condotta: una esterna e una interna.

La dimensione esterna della ricerca, di cui si tratterà nello specifico nei paragrafi successivi dedicati all'analisi dei risultati principali, risulta estremamente importante in quanto ha avuto delle importanti ricadute anche sull'ambiente interno e sull'organizzazione professionale della onlus.

Sul piano esterno, indagare le caratteristiche del Sad all'interno del contesto organizzativo della onlus ha difatti consentito di valutare le opinioni dei donatori nei termini di aspettative e soddisfazione in vista del miglioramento delle attività dell'associazione, con l'effetto di rafforzare il rapporto con i donatori e riflettere sull'opportunità di comunicare al meglio i valori e le pratiche condivise bilanciando tra modalità di comunicazione tradizionali e innovative grazie all'utilizzo delle opportunità del digitale.

Come si approfondirà dalla lettura dei dati, è risultato di grande interesse l'effetto della ricerca relativo al potenziamento del capitale sociale come «risorsa relazionale» per l'associazione. La rilevanza del capitale sociale è emersa sin dalla fase di co-progettazione della survey, rivelandosi un aspetto di interesse e di approfondimento anche per i sostenitori, affrontato diffusamente anche nel confronto aperto del seminario finale di restituzione e discussione dei risultati, che ha costituito un punto di inizio di una riflessione continua e aperta tra Afn e i suoi sostenitori.

Ancor più rilevante la dimensione interna della ricerca che si riferisce al fatto che l'attività di progettazione del questionario, di riflessione condivisa sulle dimensioni rilevanti da indagare e da sottoporre all'attenzione dei sostenitori del Sad ha provocato un effetto imprevisto e «positivo», ovvero quello di trovarsi a riflettere «riflessivamente» sulle pratiche professionali del team di Afn, che hanno assunto le caratteristiche dei *professionisti riflessivi* di Schön (1999).

Tale operazione di riflessività e apprendimento in itinere è stata facilitata dall'adozione di un framework di ricerca ispirato ai *positive thinking*, secondo cui «we learn more success than from failure» (Stame e Lo Presti, 2015). L'adozione di un approccio positivo orientato dalla ricerca di quello che aveva funzionato bene e ispirato dai cambiamenti positivi nelle pratiche professionali del team di Afn ha consentito di valutare insieme i suoi punti di forza partendo dalle risorse positive e dai valori fondanti.

Il seminario finale di presentazione dei risultati principali della ricerca e di dibattito sul futuro della cooperazione del Sad come forma di solidarietà è stato l'ultimo atto di un processo partecipativo di autoriflessione e confronto interno ed esterno che potrà sicuramente continuare.

3. La survey su «pratiche partecipative, di sostegno e di engagement dei sostenitori del Sad»

Nel contesto di una survey rivolta ai sostenitori del Sad, la ricostruzione delle «culture partecipative», dunque delle ragioni che incoraggiano l'adesione alle iniziative di solidarietà connesse al Sad, ha tenuto in considerazione il ruolo giocato dalla comunicazione, attraverso i canali offline e online dell'associazione, nel processo di promozione e diffusione del Sad. Come già premesso nei paragrafi precedenti, nel contesto del mandato della ricerca valutativa, l'unità di ricerca ha avviato un'indagine volta ad individuare nuove strategie di intervento e di *social engagement* (Binotto, 2010) dei sostenitori del servizio Sad.

In tutte le sue fasi, la ricerca ha seguito un'impostazione metodologica aperta (Amaturo e Punziano, 2016), realizzata attraverso la co-progettazione degli strumenti e la condivisione di finalità, obiettivi e azioni da intraprendere in risposta alla domanda valutativa su «rafforzamento delle strategie di *engagement* dei sostenitori del Sad di Afn». In accordo al *framing* dell'approccio, ispirato alla valorizzazione delle esperienze «positive» (cfr. par. 2), durante la fase esplorativa⁴ della ricerca si è ravvisata la possibilità di innescare un processo di apprendimento organizzativo, culminato con la co-progettazione – tra operatori e ricercatori – delle dimensioni rilevanti del questionario di indagine sulle pratiche partecipative e di *engagement* dei sostenitori del Sad di Afn Onlus. Riflettendo sulla necessità di orientare la strategia operativa del Sad di Afn verso la riduzione dell'assistenzialismo economico, l'attenzione degli operatori si è indirizzata su alcuni obiettivi da includere maggiormente nel progetto comunicativo di Afn, come la necessità di: rafforzare alleanze «orizzontali» (Ascoli e Ranci, 2003) con le famiglie e le realtà associative che sostengono il Sad; promuovere interventi «concertati» con gli organi di rappresentanza attivi nelle regioni terze e partner dei progetti Sad; includere la «comunità educante» fra gli obiettivi di successo del Sad (Crescere al Sud, 2012).

⁴ Le informazioni ricavate dall'analisi di sfondo e dalla conduzione dei due tavoli di lavoro di *Appreciative Inquiry* si sono rivelate particolarmente utili per la progettazione del questionario.

La condivisione del questionario «Pratiche partecipative, di sostegno e di *engagement* dei sostenitori del Sad di Afn onlus» si inserisce all'interno di una strategia innovativa di ricerca, ispirata ad un impiego rigoroso e lineare delle web survey, ovvero di ricerche condotte sfruttando le potenzialità di ingaggio la rete internet⁵.

La base empirica, raccolta attraverso la compilazione del questionario, è composta complessivamente da 459 sostenitori che hanno mostrato notevole interesse ad interagire con gli operatori di Afn, in ordine ad un set di domande sulle modalità in cui si *partecipa* e ci si *informa* sul Sad, unitamente alla riflessione sul valore che gli intervistati attribuiscono alla pratica del *dono* (Caillé, 2011).

In accordo ad una parte della letteratura che pone in relazione il livello di *civiness* alla propensione a sviluppare valori orientati alla reciprocità e alla solidarietà (Di Nicola, 2006; Donati e Colozzi, 2006; Biorcio e Vitale, 2016), fra le dimensioni del questionario ha assunto un rilievo principale la ricostruzione *de* e la riflessione *sur*: *i.* impegno, intensità e attivismo pro-sociale accordato alla pratica del Sad; *ii.* significati di partecipazione, ragioni dell'adesione e prospettive del Sad; *iii.* modalità di *engagement* dei sostenitori del Sad con focus sull'efficacia percepita dei canali di comunicazione *off* (relazioni interpersonali tra sostenitori e operatori di Afn) e *online* (interazione con i social media attraverso cui veicolano le informazioni sul Sad di Afn).

L'ipotesi guida della survey è che la capacità del Terzo settore di generare «capitale sociale» dipenda dalla messa in rete dei valori di reciprocità e solidarietà, oltre che dal profilo etico e morale di quei sostenitori che – raggiunti dalla survey – espressamente si dichiarano «promotori» e «diffusori» della cultura del Sad di Afn.

⁵ La definizione operativa seguita nel disegno della ricerca ha consentito di tracciare una precisa road-map delle fasi di rilevazione, delle modalità di somministrazione e del tipo di analisi svolta sulle informazioni raccolte intervistando i sostenitori del Sad di Afn onlus. Pragmaticamente, attraverso le impostazioni contenute nel *Google form*, il questionario di rilevazione – ideato in collaborazione con gli operatori di Afn – è stato condiviso attraverso mailing list ad un folto gruppo di sostenitori, sottoforma di link condivisibile per la compilazione. Nonostante le difficoltà di gestione del sistema di recall, e considerata anche la caduta campionaria sul bacino nazionale dei sostenitori di Afn, il team di ricerca ha raccolto dichiarazioni per un numero significativo di 459 sostenitori, raggiunti nelle tre settimane a cavallo tra la fine di Settembre e l'inizio di ottobre 2019.

3.1. Pratiche, ragioni e valori dell'impegno dei sostenitori del Sad

Da una prima lettura delle evidenze empiriche, raccolte nella sezione socio-anagrafica del questionario, emerge come gran parte dei rispondenti siano privati cittadini (88,2%) provenienti per lo più dal Nord Ovest (34,8%) e Nord Est (25,5%).

In linea con l'andamento nazionale sulla flessione delle dinamiche partecipative (Istat, 2017), il 96,3% dei sostenitori raggiunti dichiara di *non coordinare* alcun gruppo di sostenitori nella propria zona geografica di riferimento. L'impegno associativo⁶ o civico dei sostenitori sembra essere il nodo emergente dell'analisi. Alla domanda «qual è il ruolo da lei rivestito nelle attività di sensibilizzazione del SaD (eventi di divulgazione delle attività; meeting tematici; distribuzione Spazio Famiglia)», una secca percentuale di sostenitori ha risposto di *non partecipare* a nessun evento di divulgazione (il 68%). Segue la porzione di intervistati che dicono di aderire alle attività ma *non* in qualità di *attivi organizzatori o promotori* (il 29,8%) e lo scarso 2,2% di chi si ritiene attivo e perciò *partecipa* (tabella 1). Gli intervistati che dichiarano di aderire agli eventi connessi al Sad, ma non come attivi organizzatori e promotori, si concentrano prevalentemente nel Sud (42,4%); tra coloro che non partecipano, invece, la maggioranza risiede nel Nord Ovest (76,9%).

Tabella 1 - Distribuzione dei sostenitori promotori e organizzatori delle attività di sensibilizzazione del Sad

	<i>n.a.</i>	<i>n.%</i>
Non partecipo	312	68
Aderisco ma non sono un attivo organizzatore	137	29,8
Partecipo in qualità di organizzatore e promotore	10	2,2
<i>Totale</i>	<i>459</i>	<i>100</i>

Nello scenario associativo attuale, circoscritto da un'evidente erosione delle forme collettivistiche di partecipazione sociale l'azione volontaria può consumarsi fuori dai contesti comunitari, senza per questo ridurre l'eccedenza generativa di capitale sociale che trasborda da quei legami fiduciari che sorgono spontanei (Caltabiano, 2006, 2007). Per il nostro campione di intervistati, l'esercizio della solidarietà si esprime conte-

⁶ Seguendo Donati e Colozzi (2006), nella prospettiva relazionale, per capitale sociale generalizzato o *civico*, si intende quell'insieme di relazioni associative che, richiedendo motivazione, impegno e partecipazione, producono fiducia generalizzata, ovvero diventano una risorsa per il singolo, per le famiglie e per l'intera comunità.

stualmente all'atto del donare (Godbout, 1993); i legami tra i sostenitori e i beneficiari – e tra i sostenitori e gli operatori – sono basati sulla spontaneità e sulla reciprocità⁷, e molto spesso si collegano a pratiche partecipative *invisibili*, non formalizzate in vincoli organizzativi convenzionali (Raniolo, 2002, p. 132).

Una stima dell'intensità dell'impegno del sostenitore, e della portata del suo coinvolgimento nella pratica del Sad, è stata ottenuta mediante la domanda «con riferimento agli ultimi cinque anni, la sua partecipazione al Sad si può definire maggiore, minore o uguale?». I sostenitori di Afn confermano un impegno rigoroso e lineare (l'85,8% di essi ha risposto *uguale*) nel tempo alla pratica del Sad. Tra le principali motivazioni all'origine della mancata partecipazione agli eventi connessi alla diffusione del Sad (meeting tematici, manifestazioni, ecc.) la *mancaanza di tempo* (76%) figura tra le alternative prescelte, seguita dallo *scarso interesse* o dall'*assenza di conoscenze e competenze* tradizionalmente richieste per coinvolgere ed ingaggiare altre persone come potenziali sostenitori. Tali risultati – e primi tra tutti la dichiarazione sulla *mancaanza di tempo* come fattore che ostacola un impegno associativo più attivo – forniscono una traccia di quanto, oggi, i comportamenti pro-sociali tendano a disancorarsi sempre più da matrici organizzative visibili, riproducendo forme di solidarietà inedite (Caltabiano, 2006), più vicine a quella dimensione *intimista* dell'adesione che è insita nell'identità del Sad. Ciò detto, una porzione significativa di sostenitori si trova particolarmente d'accordo nel definire la propria partecipazione⁸ al Sad come *centrale*⁹, quando essa

⁷ Seguendo Donati (2006), nell'agire per «reciprocità» il valore dello scambio è intrinseco alla relazione sociale e gli attori continuano a stare in rete proprio perché ritengono che il valore della relazione sociale sia superiore ai risultati che tale relazione offre o produce.

⁸ La ricostruzione dei significati più intimi che, a ragione dei sostenitori, spiegherebbero il tipo di impegno, di aspettative e di speranze riposte nel Sad è avvenuta predisponendo scale di atteggiamento volte a testare il grado di accordo dell'intervistato su alcune espressioni di adesione al progetto Sad. Oltre alla formulazione sul grado di «partecipazione centrale» sopra riportata, l'indagine empirica evidenzia un basso grado di accordo nel definire la propria partecipazione come «circostanziata» e «occasionale». Il dato sul basso grado di accordo verso una definizione di «partecipazione attiva» è spiegato in virtù della dichiarazione, già commentata nel testo, sulla *mancaanza di tempo* come potenziale ostacolo ad un impegno più attivo del sostenitore nel prendere parte agli eventi promozionali del Sad di Afn.

⁹ I sostenitori che si dichiarano particolarmente concordi nel definire la propria partecipazione al Sad come «centrale» sono anche quelli che ritengono di aver aumentato, negli ultimi 5 anni, il proprio impegno nel Sad (59,2%).

contribuisce ad accrescere il profilo etico e morale del sostenitore (tabella 2).

Tabella 2 - Livello di Accordo sulla definizione di partecipazione centrale al Sad

	<i>v.a.</i>	<i>v. %</i>
Alto	206	44,9
Medio	122	22,6
Basso	64	13,9
Non saprei	67	14,6
<i>Totale</i>	<i>459</i>	<i>100</i>

A ben vedere, la scelta del sostenitore di contribuire alla diffusione valoriale del Sad si manifesta anche attraverso il significato attribuito alla *prossimità relazionale*, che lega sostenitore e beneficiario del sostegno. In quest'ottica, prevale (per il 53,6% dei casi) l'idea di una prossimità che sembra potersi più compiutamente esprimere attraverso *periodici aggiornamenti sulle attività e i progressi che contribuiscono alla crescita del beneficiario e di tutta la sua comunità*. L'idea portante è che aderendo al Sad si costruiscano network relazionali di tipo *bridging* (Putnam, 2000, trad. it. 2004), che connettono «attori appartenenti a reti diverse che istaurano rapporti sia simmetrici sia asimmetrici attivando così risorse relazionali assai disparate e talvolta anche fra attori lontani nello spazio» (Golinelli e Scidà, 2006, p. 192). In questo senso, i valori del Sad di Afn – che circolano nelle reti – gettano ponti tra sostenitori e bambini, e coinvolgono tutta la «comunità educante» che concorre al raggiungimento degli obiettivi di auto-sviluppo e di crescita collettiva.

4. Il «posto della comunicazione» nella diffusione etica e valoriale del Sad

La partecipazione *tradizionale* alle pratiche del Sad è uno degli elementi che emerge con forza e sistematicità rispetto alle modalità di contribuzione e di donazione più seguite dai sostenitori per l'adesione ai progetti di sostegno. Nelle modalità tradizionali di social engagement si annoverano *gli scambi informali con il personale interno di Afn onlus* (20,5%), quale canale comunicativo più frequentato dai sostenitori per informarsi e aggiornarsi sulle proposte di Sad¹⁰. L'importanza della relazione con il

¹⁰ Per conoscere il grado di interazione del sostenitore con Afn, è stata prevista una domanda specifica che interrogasse i sostenitori del Sad sul proprio profilo

personale interno di Afn onlus è un tratto caratteristico dei sostenitori del Nord Ovest (34,9%), più giovani per anzianità di servizio – il 42,7% di coloro che devolvono contributi da meno di cinque anni – e che esprimono un alto grado di accordo nel definire centrale la propria partecipazione al Sad (52,6%).

Passando alla sfera valoriale, delle ragioni all'origine di partecipare, quindi del *perché* si aderisce ad un Sad, il 50,8% degli intervistati confermano che l'adesione al Sad è *una scelta maturata assieme ad altri sostenitori* grazie ai riscontri positivi derivanti dalla loro esperienza di titolari di un Sad di Afn. La *partecipazione agli eventi di sensibilizzazione del Sad organizzati da Afn onlus* gioca un ruolo di ottimo rilievo nel rafforzare la motivazione dei sostenitori a partecipare al Sad (41,2%); gli aggiornamenti sui social network, pubblicati da Afn per sensibilizzare alle tematiche del Sad sono *abbastanza efficaci* per il 35,3% dei rispondenti. In generale, e per aggiornarsi sull'andamento del proprio Sad, lo scambio comunicativo (telefonico, e-mail, incontri con il personale interno) risulta *importante* per il 47,5% del campione. Anche l'efficacia percepita per le prestazioni connesse al Sad – rilevata con la domanda *«indichi il suo livello di soddisfazione per il servizio di Afn onlus rispetto al Sad»* – raccoglie una consistente porzione di rispondenti (48,1%) che si ritiene *molto soddisfatto*. Il 54,8% di essi è composto, inoltre, dai sostenitori più convinti, che esprimono un elevato accordo nel definire centrale la propria partecipazione al servizio.

Si può affermare, inoltre, che un'interazione più dinamica tra le parti (operatori di Afn e sostenitori del Sad) riesca ad aumentare la propensione dei privati cittadini nel continuare il proprio investimento nel Sad, rafforzando gli scambi comunicativi con gli operatori e con gli altri sostenitori che partecipano alla rete di solidarietà.

Sono soprattutto i sostenitori più giovani, che praticano il Sad da meno di cinque anni¹¹, a ritenere molto *efficace la comunicazione con Afn* (il 25%

di *donor* nel sostegno offerto ad altre attività filantropiche promosse dall'associazione. Nel campione degli intervistati, si scorge una significativa porzione di donatori che versano quote di sostegno destinate al *finanziamento di progetti avviati in Italia* (23%); all'acquisto di *bomboniere solidali* (22,7%); alla *donazione rivolta a progetti esteri* (21,7%) o in risposta ad appelli/emergenze (20,5%). Infine, meno scelta è l'opzione *5xmille* (12,1%).

¹¹ L'*anzianità* del sostenitore è stata rilevata attraverso la domanda del questionario: «da quanto tempo devolve contributi/donazioni a favore del Sad?». Le categorie di risposta previste sono le seguenti: meno di 5 anni; da 5 a 10 anni; da 11 a 20 anni; da oltre 20 anni.

di essi), intesa come interazione diretta e costante con il personale interno all'associazione.

Guardando ai canali attraverso cui si è venuti a conoscenza del Sad come forma solidaristica di sostegno, tutti i sostenitori, giovani e anziani – che devolvono il loro contributo al Sad da meno di cinque anni o da oltre venti anni – rispondono che ad aver fatto la differenza è stato lo *scambio comunicativo con gli altri sostenitori del Sad*, ai quali si riconosce una notevole capacità di traino per l'ampliamento dei networks solidali di altri potenziali sostenitori. Sul punto, i valori percentuali delle risposte fornite da tutti i sostenitori, giovani e meno giovani per anzianità di pratiche, si attestano intorno al 65%.

Le risposte alla domanda «attraverso quali canali si informa e viene a conoscenza delle proposte progettuali connesse al Sad di Afn onlus?» ci permettono di accordare ai sostenitori più anziani – che devolvono contributi da oltre venti anni – una tendenza alla comunicazione di tipo tradizionale, che si articola negli scambi informali con il personale interno di Afn onlus (29%) e nel passaparola con altri sostenitori privati o gruppi di sostenitori del Sad (29,7%); comunicazione che, passando a considerare le scelte dei sostenitori relativamente più giovani, pare sfruttare tutte le potenzialità dei canali social dell'associazione (42,8%), dove abitualmente vengono diffuse le notizie e le informazioni inerenti le proposte progettuali del Sad.

La partecipazione dei nostri associati, con particolare riguardo ai sostenitori più giovani per anzianità di servizio, ovvero per pratica del Sad, si presenta, dunque, svincolata da forme di impegno fattive (prendere parte a meeting o a pubbliche manifestazioni) e invece ancorata ad un tipo di *impegno latente*, che può realizzarsi attraverso l'informazione sul web, la navigazione internet, e tutte le forme di comunicazione che as-sortiscono la dieta mediale 2.0. (Binotto, 2010).

4.1 Riflessioni conclusive

La ricostruzione del disegno di ricerca valutativo di tipo «mixed» (Stame, 2007) illustrato e i risultati emersi dall'analisi dello studio di caso del servizio di Sostegno a Distanza hanno mostrato la centralità degli approcci di *positive thinking* per analizzare l'evoluzione delle pratiche partecipative nel contesto dei legami che la onlus dispiega verso i sostenitori del Sad, presenti su tutto il territorio italiano. L'adozione di una prospettiva valutativa aperta, volta ad intercettare i principali cambiamenti nella sfera del Sad (in particolare, prossimità relazionale e

apertura verso la comunità educante), ha consentito una costruzione condivisa e partecipata delle tappe della ricerca, facendo interagire le esigenze degli operatori – sul fronte del miglioramento delle strategie di comunicazione della onlus – con le richieste di cambiamento espresse dai sostenitori coinvolti nella survey (a proposito dei fattori che ostacolano la propria partecipazione al Sad) e particolarmente interessati ad esprimere il proprio punto di vista sul significato attribuito all'atto del donare.

In questo senso, la *riflessività* del percorso di cambiamento iniziato dalla onlus si esprime con la consapevolezza di dover continuare ad investire su una strategia comunicativa che salvaguardi e protegga i molteplici attori coinvolti nel sostegno a distanza, creando uno spazio pubblico comune, una «comunità educante» (Lo Presti e al., 2019) basata su relazioni sociali forti, affidabili e cooperative (Donati, 2006), dove i valori della solidarietà prevalgono su una cultura istituzionale che a volte diventa conflittuale, economicistica ed auto-referenziale (Martelli, 2006). La capacità di generare legame sociale, tipica del Terzo settore, può essere un buon antidoto alla dirompente individualizzazione e ai suoi effetti sulla soggettività contemporanea (Beck, 1986). Si tratta di una sfida che il progetto culturale di Afn ha mostrato di sapere affrontare.

Riferimenti bibliografici

- Amaturo E. e Punziano G., 2016, *I mixed methods nella ricerca sociale*, Carocci, Roma.
- Archibald T. e Vo A.T., 2018, *New Directions for Evaluative Thinking*, «New Directions for Evaluation», n. 58, pp. 139-147, Wiley Periodicals, Inc. and the American Evaluation Association.
- Ascoli U. e Ranci C., 2003, *Il welfare mix in Europa*, Carocci, Roma.
- Bartholini I. (a cura di), 2008, *Capitale sociale, reti comunicative e culture di partecipazione*, FrancoAngeli, Milano.
- Beck U., 1986, *La società del rischio. Verso una seconda modernità*, Carocci, Roma.
- Binotto M., 2010, *Comunicazione sociale 2.0*, Edizione Nuova Cultura, Roma.
- Biorcio R. e Vitale T., 2016, *Italia civile. Associazionismo, partecipazione e politica*, Donzelli Editore, Roma.
- Caillé A., 2011, *Il terzo paradigma: antropologia filosofica del dono*, Bollati Boringhieri, Torino.
- Caltabiano C. (a cura di), 2006, *Altruisti senza divisa. Storie di italiani impegnati nel volontariato informale*, Carocci, Roma.

- Caltabiano C. (a cura di), 2007, *Anticorpi della società civile. L'Italia che reagisce al declino del paese*, Carocci, Roma.
- Colozzi I., 2008, *Il capitale sociale in prospettiva relazionale*, in Bartholini I. (a cura di), *Capitale sociale, reti comunicative e culture di partecipazione*, FrancoAngeli, Milano.
- Crescere al Sud, 2012, *Fare comunità educante: la sfida da vincere*, www.crescerealsud.it.
- Di Nicola P. (a cura di), 2006, *Dalla società civile al capitale sociale. Reti associative e strategie di prossimità*, FrancoAngeli, Milano.
- Donati P., 2006, Introduzione. *La valorizzazione del capitale sociale in Italia: luoghi e attori*, in Donati P., Colozzi I. (a cura di), *Terzo Settore e valorizzazione del capitale sociale in Italia: luoghi e attori*, FrancoAngeli, Milano.
- Donati P. e Colozzi I., 2006, *Terzo settore e valorizzazione del capitale sociale in Italia: luoghi e attori*, FrancoAngeli, Milano.
- Donati P. e Terenzi P., 2005, *Invito alla sociologia relazionale. Teoria e applicazioni*, FrancoAngeli, Milano.
- Ferrucci F., 2008, *La promozione del welfare societario a livello locale: il ruolo delle fondazioni comunitarie*, in Bartholini I. (a cura di), *Capitale sociale, reti comunicative e culture di partecipazione*, FrancoAngeli, Milano.
- ForumSad, 2016, *Sostegno a distanza: principi e linee guida*, www.forumsad.it.
- Gili G., 2005, *La credibilità come relazione sociale*, in Donati P. e Terenzi P., *Invito alla sociologia relazionale. Teoria e applicazioni*, FrancoAngeli, Milano.
- Godbout J.T., 1993, *Lo spirito del dono*, Bollati Boringhieri, Torino.
- Golinelli M. e Scidà G., 2006, *Volontariato, appartenenza associativa, capitale sociale: un legame non scontato nella realtà romagnola*, in Donati P. e Colozzi I., *Terzo Settore e valorizzazione del capitale sociale in Italia: luoghi e attori*, FrancoAngeli, Milano.
- Guba G. e Lincoln Y.S., 1989, *Fourth Generation Evaluation*, Sage Publication, Newbury Park, California.
- Istat, 2017, *Rapporto annuale 2017. La situazione del Paese*, Roma.
- Lo Presti V., 2009, *Appreciative Inquiry: un nuovo approccio per la valutazione di contesti organizzativi*, «Rassegna Italiana di Valutazione», a. XIII, n. 45, pp. 73-83.
- Lo Presti V., 2020, *L'uso dei positive thinking nella ricerca valutativa*, FrancoAngeli, Milano.
- Lo Presti V., Dentale M. e Celardi E., 2019, *Ricerca valutativa e case study research: un «caso positivo» di valutazione dell'infrastrutturazione sociale a Palermo*, «Rassegna Italiana di Valutazione», a. XXIII, n. 71/72, FrancoAngeli, Milano.
- Martelli S. (a cura di), 2006, *La comunicazione del Terzo settore nel Mezzogiorno*, FrancoAngeli, Milano.
- Mutti A., 1998, *Capitale sociale e sviluppo*, il Mulino, Bologna.
- Preskill H.T. e Catsambas T.T., 2006, *Reframing Evaluation through Appreciative Inquiry*, Sage, Londra.

- Putnam R.D., 2000, *Bowling Alone. The collapse and revival of American community*, Simon and Schuster, New York; trad. it.: 2004, *Capitale sociale e individualismo. Crisi e rinascita della cultura civica in America*, il Mulino, Bologna.
- Raniolo F., 2002, *La partecipazione politica*, il Mulino, Bologna.
- Sabel C., 2004, *Beyond Principal-Agent Governance: Experimentalist Organizations, Learning and Accountability*, Columbia University Press, New York.
- Schön D.A., 1999, *Il Professionista riflessivo. Per una nuova epistemologia della pratica professionale*, Dedalo, Bari.
- Stame N., 2007, *Classici della valutazione*, FrancoAngeli, Milano.
- Stame N., 2016, *Valutazione pluralista*, FrancoAngeli, Milano.
- Stame N. e Lo Presti V., 2015, *Positive thinking and learning from evaluation*, in Bohni-Nielsen S., Turksema R. e van der Knaap P. (a cura di), *Success in Evaluation: Why Focusing on What Works will Increase Learning from Monitoring and Evaluation*, Transaction, New Brunswick (NJ).