

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

Veronica Lo Presti e Maria Dentale

RPS

Il testo è la sintesi dell'articolo pubblicato nella sezione Rubrica del n. 2/2020 di Rps e scaricabile dagli abbonati nella versione integrale al link:

https://www.ediesseonline.it/wp-content/uploads/2020/07/RPS-2-2020_LoPresti-Dentale.pdf.

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. L'obiettivo del saggio è quello di illustrare i risultati principali della ricerca, focalizzando l'attenzione sul «posto della comunicazione» nel processo di promozione e diffusione della cultura etico-valoriale del SaD di AFN Onlus. A partire dall'illustrazione dei risultati principali di una survey, che ha coinvolto 459 sostenitori del SaD, si porrà l'attenzione sulle pratiche partecipative, di sostegno e di engagement dei sostenitori del SaD con l'intento 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*.

Più nel dettaglio, l'impianto teorico dell'indagine si inserisce all'interno del *Positive Thinking Inquiry Framework*, che comprende approcci differenti, tutti accomunati dall'idea per cui si apprende di più dai successi che dai fallimenti, in quanto basarsi sui successi offre motivazioni per l'azione. Sul piano metodologico, la strutturazione del disegno della ricerca ha consentito 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 nel corpo del saggio dedicato alla illustrazione dei risultati della survey, ha avuto delle evidenti ricadute sull'ambiente interno e sull'organizzazione professionale della Onlus. In tal senso, indagare le caratteristiche del SaD intercettando le aspettative dei sostenitori – con riguardo alle prospettive del servizio – ha permesso di rafforzare il rapporto con i donatori, richiamando l'attenzione sull'opportunità di comunicare al meglio i va-

lori e le pratiche condivise. L'adozione di una prospettiva valutativa aperta, volta ad intercettare i principali cambiamenti nella sfera del SaD (prossimità relazionale, 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 palesemente 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» basata su relazioni sociali forti, affidabili e cooperative, dove i valori della solidarietà prevalgono su una cultura istituzionale troppo spesso conflittuale, economicistica ed auto-referenziale. Dalle evidenze empiriche raccolte è emersa, inoltre, 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 e parte in causa della valutazione del successo dell'Associazione.