



2 agosto 2019 ore: 11:45
NON PROFIT

Volontariato e web: un “capitale narrativo” tutto da raccontare

Varie associazioni romane, sollecitate dal Csv Lazio, si sono ritrovate al “Binario F” della stazione Termini, l’hub di Facebook dove si svolgono incontri organizzati dalla fondazione Mondo digitale

Il mondo dell’associazionismo si è riunito al **Binario F, l’hub di Facebook alla stazione Termini di Roma** che ospita incontri gratuiti con un programma, sviluppato dalla **Fondazione Mondo Digitale**, aperto a persone e destinatari diversi - dagli over 60 ai giovanissimi, dalle aziende alle associazioni di volontariato - per diffondere la cultura digitale e alfabetizzare alle nuove tecnologie tutti, nessuno escluso.

Da qui è partito anche il viaggio formativo di operatori e volontari alla scoperta del grande potenziale dei social network per raccontare le “buone notizie”. “Job Future” è il nome del format che ha ospitato diverse associazioni romane grazie alla collaborazione del **Centro di servizio per il volontariato del Lazio** e di CSVnet.

Come trasmettere identità e valori del volontariato attraverso il web? Come costruire contenuti efficaci? Il training animato da Nicoletta Vulpetti, esperta di comunicazione digitale, ha fornito risposte concrete alle sfide comunicative che sta affrontando il non profit. Lo spazio narrativo che caratterizza, seppure in modo differente, le diverse piattaforme social (Facebook, Instagram, Twitter ecc.) le rende fortemente adatte alla comunicazione di *mission* e valori, perché si possono condividere progetti e obiettivi comuni entrando in relazione con maggiore empatia. Le piattaforme social sono quindi utili non solo a scopi commerciali ma anche al racconto di se stessi, come dimostrano esempi vincenti di campagne internazionali di raccolta fondi.

Anche piccole realtà con pochi mezzi a disposizione possono investire nella comunicazione? Le risorse inadeguate rischiano di essere un alibi. A volte manca proprio la consapevolezza del valore narrativo dell’azione sociale. Un potere capace di coinvolgere un pubblico che sempre più cerca autenticità, partecipazione e condivisione. Ogni associazione possiede un **capitale narrativo inesauribile** in grado di creare grande empatia: sono le storie di persone e delle loro vite, di chi soccorre e di chi viene soccorso, di chi lavora per accogliere e di chi viene accolto.

Con gli strumenti digitali il valore condiviso del lavoro delle associazioni diventa patrimonio di tutti. Il *digital storytelling* diventa pertanto un'opportunità per **scardinare la narrazione della paura**, per non subire le rappresentazioni poco fedeli di un'identità spesso imposta, per generare immedesimazione nel pubblico a cui ci si rivolge. Un modo prezioso per contribuire alla diffusione della conoscenza di esempi virtuosi di convivenza e condivisione, quelli delle più di 300 mila organizzazioni che fanno parte del tessuto non profit italiano. Realtà che non devono isolarsi ma fare rete, unire le proprie forze per riuscire a far conoscere e diffondere temi spesso molto specifici e "impopolari".

Paola Springhetti, responsabile comunicazione per il Csv Lazio, sottolinea il bisogno diffuso di comunicare efficacemente sul web il patrimonio delle associazioni di volontariato e la difficoltà di farlo in modo autonomo e indipendente. "Bisogna imparare a lavorare in rete: associazioni che si occupano di temi diversi sullo stesso territorio o che, in luoghi diversi, si battono per le medesime cause devono impegnarsi a dare vita a iniziative di comunicazione condivisa per **regalarsi vicendevolmente visibilità**". Ciò che non si racconta è invisibile e la difficoltà economica di affidare questo compito a una o più risorse con competenze specifiche non può e non deve trasformarsi in un alibi. (Ilaria Bonanni)