



FORUM DELLE ASSOCIAZIONI FAMILIARI
Lungotevere dei Vallati 10 - 00186 Roma
Tel. 06.6830.9445
Fax 06.6821.0027
forum@forumfamiglie.org
www.forumfamiglie.org





Nuove competenze per politiche familiari innovative

InNova

Nuove competenze per politiche familiari innovative

Iniziativa realizzata con il contributo del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali,
L. 383/2000, lettera d), annualità 2014

Incontrare e innovare la rete associativa per promuovere politiche familiari

L'iniziativa "InNova: nuove competenze per politiche familiari innovative" è stata realizzata dal Forum delle Associazioni Familiari tra il 2015 e il 2016 con il contributo del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali (L. 383/2000, anno finanziario 2014, lettera d). InNova è nata come iniziativa/progetto di formazione associativa con lo scopo di fornire ai partecipanti competenze in ambito di comunicazione e di gestione della relazione con i Media e con le Istituzioni. All'interno del Forum, negli anni precedenti, era stata più volte rilevata l'esigenza di ricevere una specifica formazione in nell'ambito della comunicazione (a tale formazione specifica è stata interamente dedicata nel 2013 l'iniziativa Associated Families, ugualmente finanziata nell'ambito della L. 383/2000). Già da tempo, infatti, è stato rilevato il bisogno di avere un supporto specifico, anche in ambito locale, sui temi della comunicazione e della gestione della relazione con i Media. In particolare negli ultimi anni il Forum è cresciuto a livello locale ed è stato protagonista sui territori di azioni e interlocuzioni complesse al contempo con Istituzioni, referenti di altre associazioni, Media locali e nazionali.

Questa presenza su molteplici fronti richiede competenze che non possono essere date per scontate: ecco perché è stata pensata e realizzata un'iniziativa come InNova, che tuttavia ha preferito non concentrarsi sugli aspetti tecnici o di creazione di strumenti di supporto alla comunicazione, come era stato fatto in precedenza, ma ha fornito una formazione trasversale sulla gestione della relazione ad intra e ad extra dell'ambito associativo locale. In questo modo, a cerchi concentrici, si è inteso potenziare la capacità gestionale e la relazione in ambito nazionale, creando specifici momenti di incontro in tre aree/città di maggior rilevanza: Milano, Roma e Napoli. In questo modo, promuovendo una formazione itinerante, è stato coinvolto un numero considerevole di partecipanti e sono state raggiunte tutte le realtà locali del Nord, del Centro e del Sud.

Con InNova è stato sperimentato un percorso di formazione multidisciplinare con tre focus specifici. Il primo tema-cardine è stato quello inerente alla leadership. Tale tema, ampiamente frequentato nelle realtà aziendali, è abbastanza desueto nel modo del sociale e del non profit. Nella formazione erogata durante il corso di InNova abbiamo invece ampiamente parlato di leadership, intesa come assunzione di responsabilità, dedizione, servizio nell'ambito associativo e sociale. Il secondo tema-cardine è stato invece quello della comunicazione, intesa come costruzione di relazioni anche nell'ambito (e grazie) alle nuove tecnologie e ai nuovi luoghi della comunicazione, il web e i social network in particolare. Infine, il terzo tema-cardine è stato quello della relazione con le istituzioni, relazioni da impostare e promuovere in quanto le associazioni sono e devono considerarsi come rappresentanti di quel peculiare soggetto sociale che è la famiglia.

L'obiettivo perseguito attraverso questa triplice scansione è unico: fornire strumenti e competenze per promuovere politiche familiari e azioni di sostegno alla

famiglia, tanto a livello nazionale quanto a livello locale. Questo si traduce in un percorso di empowerment dell'azione delle associazioni a livello locale e del Forum a livello nazionale, nella promozione cioè della “naturale” capacità delle associazioni e dell'associazionismo familiare di diventare attori rilevanti sul territorio. Associazioni e Forum locali sono chiamati a essere protagonisti sul territorio non solo attraverso l'interlocuzione con le amministrazioni locali, ma anche attraverso una rinnovata capacità di promuovere azioni, eventi, progettualità che sappiano coinvolgere e attrarre le famiglie. Una rinnovata capacità, cioè, per le associazioni di diventare soggetti non solo attivi, ma anche influenti.

InNova è stata dunque l'occasione per una nuova partenza del Forum delle Associazioni Familiari, nella promozione di quelle politiche che possono cambiare – e non in maniera irrilevante – la vita delle famiglie. L'urgenza del cambiamento nasce dalla consapevolezza che è necessario invertire la rotta della denatalità e del costante impoverimento delle famiglie – impoverimento che riguarda soprattutto le famiglie numerose e i bambini. La capacità e possibilità di produrre il cambiamento desiderato, pur piccolo che sia, ha iniziato a essere acquisita con questa prima iniziativa e i risultati sono stati incoraggianti, tanto che le metodologie di formazione e di incontro di InNova sono state acquisite dal Forum e replicate.

Una crisi demografica lunga quarant'anni

ALESSANDRO ROSINA

docente di demografia Università Cattolica di Milano

L'Italia è un Paese in affanno, prostrato dalla crisi, con troppi freni che ne imbrigliano le energie e ne comprimono la vitalità. Uno dei riscontri più evidenti di questa depressione economica e sociale è l'andamento delle nascite. Il 1976 è stato l'ultimo anno con numero medio di figli per donna in Italia superiore a 2. Tale soglia rappresenta il valore di equilibrio nel ricambio tra generazione dei figli e quelle dei genitori in una popolazione con mortalità molto bassa in età giovane e adulta. Sotto tale soglia non è invece mai sceso il valore medio di figli desiderati.

Questo significa che da circa quarant'anni facciamo meno figli sia rispetto a quanti ne vorremmo, oltre a quanto ritenuto necessario per un adeguato ricambio generazionale, con conseguenti squilibri che producono costi sociali ed economici. Il crollo tra la fine degli anni Settanta e la fine degli Ottanta è stato particolarmente accentuato e repentino, portando il nostro paese a raggiungere il record di bassa fecondità nel mondo. Successivamente vari altri paesi sono scesi su livelli ancora più bassi. Ciò che però caratterizza l'Italia è l'essere il paese con più persistente bassa fecondità: siamo quelli che da più lungo tempo mantengono una fecondità media più vicina a 1 figlio che a 2.

Come conseguenza della accentuata denatalità passata, lo scenario a cui andiamo incontro è quello di una popolazione che diminuisce e invecchia: vedremo impoverire soprattutto la parte più giovane e quella delle età adulte al centro della vita riproduttiva e lavorativa del Paese. Ci sta bene così?

Le dinamiche più recenti della natalità

La fecondità italiana ha toccato il suo punto più basso nel 1995, raggiungendo un numero medio di figli per donna inferiore a 1,2, con molte regioni scese già a fine anni Ottanta sotto il valore di 1 (valore che corrisponde al tendenziale dimezzamento dalla generazione dei genitori a quella dei figli). Questa riduzione si è realizzata in combinazione con una posticipazione delle nascite in età sempre più tardiva. Dalla metà degli anni Novanta la fecondità ha ripreso lentamente a risalire ma l'età media alla nascita dei figli è continuata a salire. Questo si spiega con il fatto che in una prima fase sono crollate le nascite delle donne under 30 e successivamente, dopo la stabilizzazione su livelli molto bassi della fecondità sotto tale età, si è osservato un recupero dopo i 30 anni. Tale recupero è stato però modesto e successivamente annullato dalla crisi del 2008. La conseguenza è stata un superamento della fecondità delle over 30 sulle under 30. Se infatti nel 1995 i nati da donne di età 30 e oltre erano il 47%, sono oggi più del 66%. All'interno delle varie generazioni l'aumento delle nascite in età più matura non è stato però in grado di compensare la riduzione precedente delle nascite in età più giovane.

Un altro cambiamento storico è il sorpasso del Nord rispetto al Sud. La ripresa della fecondità a partire dalla metà degli anni Novanta ha riguardato infatti solo le regioni centro-settentrionali. In quelle meridionali è continuato invece il declino senza alcuna inversione di tendenza. L'esito di tali due opposte dinamiche ha portato all'annullamento del secolare vantaggio riproduttivo meridionale, avvenuto attorno al 2005, seguito dal sorpasso del Nord. Secondo i dati Istat più recenti (va-

lori riferiti al 2015), la media italiana è pari a 1,35, il Mezzogiorno si trova sotto tale livello mentre l'Italia settentrionale è posizionata leggermente sopra (anche al netto delle nascite straniere). Si tratta di un risultato non solo inedito, poiché le regioni meridionali sono sempre state caratterizzate da una fecondità superiore a quella del centro-nord, ma anche inatteso: ancora nel 2001 l'Istat prevedeva per i primi decenni del secolo un andamento della fecondità del Mezzogiorno mantenuta sopra 1,6 figli (attorno ai livelli medi europei), con un'Italia settentrionale bloccata sotto 1,25.

L'aumento dell'incidenza della nascite da genitori non italiani e da matrimoni misti è un altro grande cambiamento osservato a partire dagli anni Novanta. Ancora fino al 2000 la quota di nati da entrambi genitori stranieri era inferiore al 5%. Oggi tale valore è più che triplicato e si sale oltre al 20% nel Nord Italia. I nati con almeno un genitore straniero sono invece quasi il 20% e si arriva a più di una nascita su quattro in varie regioni settentrionali. Il contributo degli immigrati alla recente ripresa della fecondità in Italia è senz'altro rilevante. Va precisato però che la positiva inversione di tendenza osservata nell'Italia settentrionale a partire dal 1995 ci sarebbe comunque stata, seppur in misura minore, anche senza il contributo degli stranieri. Si può, in particolare, stimare che circa la metà dell'aumento della fecondità osservato dalla metà degli anni '90 ad oggi si sarebbe comunque realizzato anche in assenza di immigrazione. Va inoltre precisato che anche la fecondità delle donne straniere è scesa sotto i due figli per donna negli ultimi anni.

Le trasformazioni del fare famiglia

Cambiamenti rilevanti si stanno producendo anche sul versante della formazione e della stabilità del rapporto di coppia. A differenza di quanto avvenuto nel complesso dell'Europa nord-occidentale, al sud delle Alpi per lungo tempo il matrimonio ha mantenuto indiscussa la sua centralità nel percorso individuale di transizione allo stato adulto e di formazione della famiglia. Ha conservato in particolare largamente il suo ruolo di evento che sancisce simultaneamente a) l'uscita dalla casa dei genitori, b) l'entrata nella vita di coppia, c) l'avvio dell'attività riproduttiva. Ancora a metà anni Novanta il percorso tipico di transizione allo stato adulto era, in particolare, caratterizzato da una forte sincronizzazione tra uscita dalla casa dei genitori e matrimonio.

Rispetto agli altri paesi occidentali anche l'instabilità coniugale è rimasta su livelli sensibilmente più contenuti, mostrando però una accelerazione negli ultimi vent'anni. Nel contempo anche i matrimoni celebrati hanno mostrato una continua contrazione, scesi da circa 290 mila a meno 190 mila tra il 1995 e il 2015. Il numero di separazioni è passato da meno di 50 mila l'anno ad inizio anni '90 a quasi 90 mila attuali.

In modo corrispondente è aumentato sia il numero di persone che vivono sole e le coppie che convivono in modo informale. Si è passati da una incidenza pari a meno del 5% per la generazione degli anni '50 a quasi il 30% nelle generazioni più giovani. Il matrimonio come forma di prima unione è infatti sceso sotto il 70% per le nate a fine anni '70. Anche in questo caso si tratta di valori più bassi rispetto ai paesi al nord delle Alpi, ma in forte crescita. In particolare, in alcuni paesi, come Svezia e Francia, le nascite extranuziali hanno superato il 50%. In Italia il valore, ancora inferiore al 5% negli anni Ottanta, è salito negli ultimi vent'anni fin oltre il 20%, ma si supera il 30% in varie regioni del Nord.

Tutto questo è l'esito di trasformazioni comuni in tutto il mondo occidentale che portano, a differenza del passato, a non considerare per scontato il "quando" ed il "se" sposarsi. Posticipare il matrimonio e convivere sono scelte coerenti sia con lo svilupparsi di un maggior atteggiamento critico verso vincoli di coppia, so-

prattutto formali, sia con una maggiore importanza assegnata alla valutazione della presenza di requisiti minimi attesi di qualità, oltre che con la verifica delle possibilità di conciliazione delle esigenze reciproche dei due partner.

La scelta di posticipare il matrimonio e iniziare la prima unione in modo informale è però molto spesso favorita anche da un aumento del senso di insicurezza: in una società sempre più complessa diventa sempre meno chiaro l'intreccio tra vincoli, opportunità e implicazioni delle proprie scelte. Inoltre flessibilità e mobilità occupazionale, se da un lato favoriscono la possibilità di conquistare un'autonomia dalla famiglia di origine, dall'altro non forniscono, soprattutto in mancanza di adeguate misure di protezione sociale (particolarmente carenti per i giovani nel nostro paese), quella stabilità psicologica e quella continuità di reddito considerate necessarie per sposarsi e mettere basi solide di un progetto familiare.

Come mostrano i dati del Rapporto giovani dell'Istituto Toniolo, parzialmente consultabile su www.rapportogiovani.it, nella grande maggioranza dei giovani il matrimonio continua a essere considerata la modalità preferita di formazione della famiglia, da raggiungere però in condizioni di bassa incertezza sia rispetto alla forza della relazione di coppia che alle condizioni abitative ed economiche. La carenza di politiche pubbliche a sostegno dell'autonomia dei giovani e di formazione della famiglia, unitamente a una maggiore fragilità psicologica rispetto alla gestione dell'incertezza, portano a strategie adattive che inducono soluzioni più difensive che di piena realizzazione.

La difficile conciliazione tra famiglia e lavoro

Nel nostro paese, più che altrove, le famiglie sono sole, sovraccariche di responsabilità. Sempre più in difficoltà nell'aiutare i membri più deboli, si trovano spesso a fare un passo indietro rispetto a importanti scelte di vita e soffrono soprattutto la mancanza di un welfare moderno, attivo, che le aiuti a rispondere in modo efficace alle trasformazioni in corso. Questa carenza di politiche adeguate ha ricadute pesanti in termini di benessere economico e nella gestione dei tempi di vita, e quindi in ultima analisi anche sul benessere relazionale.

I dati della spesa sociale italiana ben evidenziano come nel nostro Paese si investa poco, quasi la metà rispetto alla media europea, a favore della voce famiglia. Per cambiare questo stato di cose serve soprattutto un approccio diverso, in grado di riconoscere esplicitamente che le risorse destinate alla famiglia non sono un costo che lo Stato sostiene, ma soprattutto un investimento che nel tempo viene ampiamente ripagato, in termini di maggiore crescita economica e di minori disuguaglianze sociali.

Il fatto di essere entrati in una fase di risorse scarse è spesso usato come alibi per lasciare le cose come stanno. Ma proprio in situazioni di carenza di risorse bisognerebbe, invece, investire di più dove maggiore è il ritorno in termini di benessere per le persone e di crescita economica. Il non agire in tale direzione non porta, a ben vedere, ad un risparmio ma a maggiori costi, che pagano in primis le famiglie ma con ricadute negative anche per la società e l'economia. Proprio la carenza di politiche integrate e coerenti a sostegno e stimolo dei comportamenti virtuosi, le famiglie sono state indotte a rivedere al ribasso desideri e aspirazioni: le coppie ad avere un figlio in meno, le donne a rinunciare a valorizzare adeguatamente il loro capitale umano, i giovani a ritardare l'uscita dalla famiglia di origine, e così via.

Quello che serve è quindi un welfare che abbia come principale obiettivo quello di far crescere meglio il Paese e che, a tal fine, aiuti le famiglie a mettersi nelle condizioni di stare meglio e dare di più, esplicando al miglior livello le proprie potenzialità.

Questo è ancor più vero oggi che ci troviamo in una nuova fase del rapporto tra

demografia ed economia. Si pensi ad esempio, alla permanenza dei giovani nella famiglia di origine. Fino a pochi anni fa conquistavano più tardi l'autonomia i giovani che vivevano nelle regioni più sviluppate del Nord, e i motivi erano prevalentemente culturali. Ora, invece, rimangono più a lungo nella casa dei genitori i giovani del Sud, e i motivi sono prevalentemente economici, legati alle difficoltà di trovar lavoro e di valorizzazione del capitale umano. Assistiamo inoltre a un ribaltamento inedito, come quello del legame tra fecondità e occupazione femminile. Per lungo tempo i paesi con maggiore partecipazione femminile al mercato del lavoro erano anche quelli con fecondità più bassa. Oggi invece, grazie alle politiche di conciliazione, la relazione è diventata positiva: nei paesi nei quali le donne lavorano di più si fanno più figli. E l'Italia risulta, colpevolmente, uno dei paesi che si sono rivelati meno in grado ad inserirsi in tale nuovo percorso.

L'evidenza empirica dimostra che avere una fecondità vicina ai due figli per donna e una occupazione femminile oltre il 60% sono obiettivi compatibili, a patto di investire adeguatamente in servizi di conciliazione. Noi siamo tra i più lontani da tali livelli, eppure se fosse per i desideri, la volontà e le capacità delle donne italiane li avremmo già raggiunti. Quello che manca è una politica in grado di sostenere strutturalmente le loro scelte, sia che si voglia occuparsi esclusivamente della famiglia sia che si tratti di mettere felicemente assieme il ruolo di madre con quello di realizzazione in ambito lavorativo. Le conseguenze negative che per questo paghiamo sono molteplici: minor fecondità; maggior invecchiamento della popolazione; minor crescita dell'occupazione (e quindi peggior rapporto anziani inattivi su lavoratori); minor possibilità di valorizzazione del capitale umano femminile; maggior povertà delle famiglie con figli (nel caso debbano rinunciare a un secondo reddito); maggiori disuguaglianze sociali (perché ad essere più penalizzate dalla possibilità di conciliare sono le donne con titolo di studio medio-basso).

Il record negativo del 2015 e il rischio di una trappola demografica

Rispetto ai dati delineati, quelli più recenti sollevano ancor più preoccupazione, conseguenza del sovrapporsi di carenze croniche di policy e dell'impatto della crisi. Nel corso del 2015 per la prima volta, dopo la seconda guerra mondiale, la popolazione complessiva è diminuita (-139 mila unità secondo la stima dell'Istat) come conseguenza di: a) un raffreddamento delle entrate dall'estero; b) un aumento delle uscite, c) un affossamento delle nascite (arrivate al punto più basso dall'Unità ad oggi) con ampliamento del divario negativo rispetto ai decessi (in progressivo aumento per l'invecchiamento della popolazione).

Un indebolimento, quindi, delle componenti della crescita sensibilmente peggiore rispetto alle previsioni. Si è, in particolare, accentuata la posticipazione della formazione della famiglia (soprattutto tra gli under 30), la rinuncia ad avere figli (soprattutto tra le donne che lavorano), assieme al rischio di povertà delle coppie con due figli o più (soprattutto al Sud). Un impoverimento quindi sia quantitativo che qualitativo delle risorse generative del Paese.

Un aspetto di particolare attenzione è la cosiddetta "trappola demografica". Quando la fecondità rimane a lungo su livelli molto bassi si innescano meccanismi che portano ad un riadattamento strutturale verso il basso se non controbilanciati da politiche adeguate a sostegno della ripresa.

A livello di atteggiamenti e comportamenti individuali, diventa più facile adeguarsi all'idea di rinviare la formazione della famiglia, di fermarsi al figlio unico o meno - anche desiderandone di più - in una società in cui è diventata comune tale condizione.

A livello di dinamiche di popolazione, quando la natalità rimane bassa per oltre trent'anni va ad erodere anche la base della potenziali madri. Le donne oggi tra i

25 e i 35 anni, nella fase della vita più feconda, non appartengono più alle generazioni nate nel periodo del baby boom, ma sono nate quando la fecondità era già scesa sotto i due figli per donna. Questo significa che se anche il numero medio di figli per donna rimanesse costante, il numero delle nascite andrebbe comunque a diminuire perché le madri sono via via sempre di meno. Basta considerare che le donne arrivate alla fine della loro vita riproduttiva, ovvero attorno ai 50 anni, sono oltre mezzo milione, mentre le donne che stanno entrando nella fase di formazione della famiglia, ovvero attorno ai 25 anni, sono poco più di 300 mila. Questo rende evidente come siamo entrati in una fase di effetti al quadrato della bassa fecondità sulla riduzione del numero delle nascite.

Diventa quindi oggi ancor più urgente mettere in atto politiche efficaci di sostegno alle scelte di formazione delle famiglie.

Ripartire dal desiderio di famiglia dei giovani

Uno studio presentato nel Rapporto giovani 2013 dell'Istituto Toniolo mostrava una riduzione significativa della progettualità riproduttiva degli Under 30 intervistati, nel confronto operato tra le intenzioni dichiarate nel 2007 (inizio crisi) e 2012 (piena crisi). Tale effetto negativo aveva trovato poi effettivo riscontro in una riduzione sul versante dei comportamenti, tanto che il numero medio di figli per donna misurato dall'Istat, posizionato attorno ad 1,45 tra l'inizio della crisi e il 2011, era poi sceso a 1,35 nel 2015.

Il confronto tra le intenzioni raccolte nella nuova indagine del 2015 rispetto a quelle del 2012 vede, viceversa, riemergere spiragli positivi nella progettualità riproduttiva nell'orizzonte dei prossimi tre anni. Ci sono quindi segnali incoraggianti sulla possibilità che la riduzione della fecondità si possa fermare, ma molto dipenderà da quanto una effettiva crescita economica e politiche familiari adeguate consentiranno di sostenere la trasformazione delle intenzioni positive in effettivi comportamenti virtuosi.

La demografia è lenta nella sue trasformazioni ma implacabile con i paesi che non sanno leggere i cambiamenti in atto e favorire per tempo risposte virtuose. La crisi demografica, come abbiamo visto, dura oramai da oltre quarant'anni e rappresenta il segno più evidente di un paese che ha smarrito capacità e speranza nel costruire il proprio futuro. Se non vogliamo rassegnarci ad un declino irreversibile è dalla vitalità delle famiglie e delle nuove generazioni che dobbiamo con convinzione e determinazione ripartire.

Vi racconto la bellezza della famiglia

GIANLUIGI DE PALO

presidente Forum associazioni familiari

Oggi ci viene descritta la famiglia in modo molto astratto e poco concreto. Anche le definizioni di famiglia che comunemente utilizziamo tra addetti ai lavori sono sicuramente giuste, ma estremamente noiose.

Fino a quando definiremo la famiglia come “prima cellula della società”, diremo sicuramente il vero, ma nasconderemo dietro un’enunciazione sociologica l’essenza stessa della famiglia che prima di ogni cosa è bellezza.

Siamo sinceri e realisti: oggi parlare di famiglia è noioso. Ormai quando si parla di famiglia la si immagina come qualcosa di vecchio, di stantio, di sorpassato. Anche gli aggettivi che la accompagnano non lasciano ben sperare: “tradizionale”, “costituzionale”, “patriarcale”...

E non possono non venire alla mente fotografie sbiadite ed in bianco e nero che raccontano di papà con i baffi e autoritari che non sanno dire “ti voglio bene” o di mamme appiccicose che vorrebbero figli a loro immagine e somiglianza. Situazioni noiose, ripetitive, grigie. Roba dal profumo di naftalina.

Se poi poco ci lasciamo condizionare dai media, la famiglia diventa il luogo del dolore e dei problemi. E tra gli aggettivi che la accompagnano spuntano anche “violenta” e “assassina”.

Ma è questa la realtà? È questo ciò che vivono ogni giorno gli uomini e le donne di buona volontà che in questo tempo difficile rompono ogni schema e compiono la scelta più trasgressiva che c’è?

Con queste premesse è comprensibile che un giovane, oggi, faccia scelte diverse. Chi di noi si sposerebbe sapendo che il suo matrimonio è destinato (come raccontano quasi ogni giorno i giornali) al fallimento? Chi di noi metterebbe su famiglia sapendo in anticipo (come ci viene raccontato dal rapporto statistico di turno) che è una scelta ormai sorpassata?

Eppure, secondo il X Rapporto del Centro internazionale studi famiglia (Cisf), nella classifica delle cose più importanti della vita, gli affetti familiari restano saldamente in testa, anzi guadagnano terreno rispetto al lavoro e agli amici. È un plebiscito, con il 93% degli italiani che dichiarano «molto importante» la famiglia, contro l’88% di vent’anni fa. Non solo: interpellato sul matrimonio, il 76% degli italiani non è d’accordo sul fatto che si tratti di un’istituzione sorpassata (era il 73% nel 1981).

Tutti infatti desideriamo, nell’intimo del nostro cuore, nei nostri desideri più nascosti, amare una sola persona per tutta la vita. Non ce lo dice la Chiesa cattolica, ce lo dicono i nostri sogni adolescenziali, le favole che abbiamo ascoltato da bambini. Il “per sempre” ha un fascino innegabile e incontrovertibile. Non conosco nessuno che voglia sentirsi amato per un pezzetto di vita. Non ho ancora incontrato un uomo o una donna che chiedono un amore a tempo.

E i dati, oltre a confermare questo desiderio di amore “per sempre”, ci dicono che gli italiani vorrebbero anche più figli di quanti ne fanno.

Il tasso di fecondità in Italia, infatti, si assesta a 1,3 figli per donna, ciò la rende terzultima nella classifica europea. A fare difetto - come rileva l’Istat nel rapporto

“Essere madri in Italia” pubblicato a dire il vero qualche anno fa - non è la mancanza di voglia di fare figli: il numero “atteso” di figli per le madri italiane è in media di 2,19 ben lontano da quell’1,35 effettivo che l’Istat ha ufficializzato nei mesi scorsi. È nell’insufficiente sostegno economico, nel sistema fiscale che non favorisce chi ha figli, nell’inesistenza delle politiche di conciliazione tra famiglia e lavoro e nella scarsa presenza di asili e strutture socio-educative, che vanno ricercate le responsabilità. Del resto in Italia, dopo il primo figlio, in molte sono costrette ad abbandonare il lavoro o a passare ad una attività meno redditizia. Fenomeno di tendenza opposta a quanto succede in Francia.

Inevitabilmente l’Italia continua ad invecchiare in modo preoccupante. Sempre l’Istat riporta che nel 2016 ci sarebbero state 14.600 registrazioni all’anagrafe in meno rispetto all’anno precedente. In un Paese in cui sposarsi è considerato fuori moda e chi fa figli è un folle coraggioso, non ci rendiamo conto che non abbiamo futuro. Si continua piuttosto a puntare su false battaglie ideologiche che accontentano una minima parte della popolazione, rispondendo unicamente a diktat di partito lontani anni-luce dall’interesse e dall’attenzione della stragrande maggioranza della gente. È il paradosso del Paese virtuale incapace di guardare alle esigenze più urgenti e concrete del Paese reale.

Volete un altro dato? Nel 1971 le famiglie con 4 o più figli erano il 21,51% del totale. Nel 2015 si sono ridotte al 5,4%.

Altro che i panda... Chi si sta estinguendo davvero sono le famiglie numerose.

Il motivo? Una politica fiscale scoraggiante se non penalizzante, che tratta nello stesso modo chi con il suo stipendio mantiene solo se stesso e chi invece ha figli a carico.

Ma non siamo qui per lamentarci, bensì per rilanciare e attaccare, *primerear* come direbbe Papa Francesco nell’*Evangelii gaudium*.

Per questo è fondamentale lavorare non solo a livello politico, ma anche a livello culturale cercando di ridare fiducia ai giovani, trasmettendo loro il desiderio di fare progetti di vita a tempo indeterminato. I dati dell’Istat non sono incontrovertibili e la politica non dovrebbe semplicemente gestire i fenomeni, ma avere un’idea di futuro e lavorare per creare le premesse perché il desiderio di famiglia delle giovani generazioni trovi servizi e risposte concrete. Ma soprattutto dobbiamo tornare a raccontare la bellezza di questa scelta.

La scelta di mettere su famiglia prima di essere una scelta che porta dei vantaggi economico/fiscali (anche perché non li porta) è una scelta di bellezza. Se oggi ci sono delle coppie che ancora si sposano, nonostante non convenga minimamente, nonostante per accedere ai servizi o vedere riconosciuti i propri diritti sia preferibile fare delle finte separazioni, vuol dire che l’attrattiva del matrimonio supera le difficoltà.

Vuol dire che quel sogno bambino è più forte di ogni cosa, è il desiderio di realizzare le favole che ci hanno raccontato prima di addormentarci. Un desiderio che abbiamo nell’anima.

Nelle parrocchie, nei corsi prematrimoniali fatti dal parroco di turno abbiamo massacrato per anni l’immagine della famiglia del “Mulino bianco”. Ve la ricordate? Una mamma e un papà normalissimi — forse un po’ troppo in tiro per i canoni di una famiglia normale — che fanno colazione con i figli mentre il sole illumina una tavola apparecchiata con ogni ben di Dio.

Abbiamo detto che quella famiglia non esiste. L’abbiamo presa come modello negativo, inesistente e astratto.

Ora a distanza di qualche anno mi domando e vi domando: ma la famiglia dove siete cresciuti o che avete formato è più simile a quella del Mulino Bianco o a quella di una qualsiasi fiction della domenica sera?

Sì, forse è vero: le mogli e mariti la mattina quando si svegliano (solitamente già in ritardo) sono molto più sbrigativi e freddi nei loro rapporti. Sì, sicuramente non si ha mai tutto quel tempo da dedicare alla colazione ed è già tanto se si trova una tazza di caffè. Sì, effettivamente tua moglie è molto meno pettinata di quella della tv e tuo marito, pensando alla giornata che lo aspetta, è meno sorridente. Gli stessi bimbi sono più rumorosi e meno ubbidienti: litigano per i biscotti e non vogliono bere il latte...

Eppure, tra le urla mattutine e la fretta di uscire di casa per arrivare a scuola prima che suoni la campanella, tra le chiavi che non si trovano mai e le giornate piovose che ti viene tristezza solo a pensarci, quella pubblicità è molto più vicina alla realtà di una famiglia italiana di quanto crediamo.

Non so voi, ma la bellezza dello stare insieme a tavola, la bellezza di condividere la colazione, un biscotto, il latte caldo, la bellezza di svegliarsi insieme, di abbracciarsi sul lettone è il vissuto quotidiano delle nostre famiglie.

Questo non vuol dire che non ci siano problemi nelle famiglie italiane, anzi. Ma che in famiglia quei problemi si vivono meglio perché non si viene lasciati soli.

Anche se la famiglia vive una situazione di grande difficoltà in questo tempo, non vuol dire che sia un'istituzione superata. Anche la democrazia non se la passa benissimo, ma nessuno penserebbe di tornare alla dittatura per questo. Se qualcosa o qualcuno vive un momento difficile è proprio quello il momento di prestare il proprio aiuto. Questo ci consiglia il buon senso, merce ormai rara nel nostro Paese dilaniato e diviso dal tifo e dall'ideologia. Stiamo assistendo ad una miope e controproducente distruzione dell'immagine della famiglia. Come se la famiglia non fosse qualcosa che unisce tutti, ma come qualcosa che divide. Come se si sposassero solo i cattolici. Come se il desiderio di fare famiglia fosse una presa di posizione politica e non un voler concretizzare un sogno sempre sognato. Come se sposarsi e mettere al mondo dei figli sia una scelta non naturale ma ideologica. Una situazione assurda che viviamo solo in Italia dove anche la famiglia è diventata strumentale per gli interessi di parte. Difesa strumentalmente da alcuni e attaccata in maniera stupida da altri fino alla fine.

Dobbiamo tornare a raccontare questa bellezza. Dobbiamo tornare a raccontare il fatto che se una persona si sposa e vuole fare dei figli è semplicemente perché non c'è niente di più naturale per la semplice ragione che a livello antropologico siamo fatti in questo modo. Il tema del Sacramento viene dopo, prima c'è un ancestrale desiderio che ciascuno di noi ha di stare con il proprio simile e di condividere con lui il tempo, le emozioni ed i figli. Pensateci: cosa c'è di più grande di due sconosciuti che si trovano, si scelgono, si giurano amore eterno, mettono al mondo dei figli. Danno corpo a un concetto che oggi viene descritto in maniera astratta ma che è molto concreto: l'amore. L'amore infatti non è un sentimento, l'amore non è qualcosa di pancia, l'amore è un fatto concreto è la scelta di donare ogni giorno se stessi all'altro e soprattutto è una scelta di farlo non solamente fino a quando "mi andrai bene" ma oltre, per sempre.

Dobbiamo tornare a raccontare l'invidia positiva che le famiglie con figli sentono aleggiare quando vengono guardate in pizzeria o in autogrill. Si percepisce negli occhi delle persone che quello che tu hai realizzato semplicemente vivendo e avendo fiducia nella vita è il desiderio che tutti hanno nel loro cuore. Non c'è niente di più bello di guardare negli occhi i propri figli e dire senza paura io e mamma

staremo insieme per tutta la vita e anche oltre; non temere, noi saremo una certezza in questo mondo senza certezze, ci proveremo in tutti modi... lo abbiamo promesso davanti al sacerdote.

Cosa c'è di più bello di un uomo e una donna sposati, che sdraiati sul divano ascoltano con la mano sulla pancia i movimenti impercettibili di un bimbo che cresce in grembo? Cosa c'è di più bello di svegliarsi in piena notte, vedere il tuo figlio con la febbre e dovergli mettere la suppostina e poi stare lì, ad aspettare l'alba, aspettare che la prima goccia di sudore ti dica che finalmente ha sfebbrato. Sensazioni uniche, belle, stupende.

Cosa c'è di più bello dell'andare per la prima volta al mare con un bimbo che non l'ha mai visto, per iniziare ogni volta un percorso nuovo, per insegnargli ogni volta lo stupore del mare, lo stupore di un cavallo, la bellezza di un tramonto, l'immensità di un cielo stellato.

Cosa c'è di più bello del fare la lotta la domenica mattina tutti sul lettone. Delle risate, del solletico sotto le ascelle, dello stare insieme in una macchina davanti al vento impetuoso e alle onde del mare, cosa c'è di più bello della sensazione di verificare che non ti manca nessuno.

Cosa c'è di più bello di sentire che il mondo è tutto lì dentro; cosa c'è di più bello, tornando a casa, del profumo di torte fatte di nascosto dalle femmine.

Torniamo a raccontare questa bellezza che è la cosa più concreta che abbiamo. Torniamo a parlare di amore che non è un sentimento di pancia, ma un fatto concreto. Amore è svegliarsi di notte quando un figlio non vuole dormire e sentire che finalmente si addormenta perché sente l'amore e la sicurezza nel padre. Amore è aiutare tua moglie nei momenti di difficoltà, quando non si sente bella perché una gravidanza le ha rovinato la pancia. Amare è festeggiare le smagliature, medaglie di una donna che non ha avuto paura di dare il suo corpo per amore a un figlio.

Questo sono convinto che sia il tema della famiglia: non un problema solo politico ma soprattutto culturale. Abbiamo smesso di raccontare questa bellezza. Una bellezza che chiudiamo in casa e che abbiamo trasformato in una scelta personale.

Fare famiglia invece non è una scelta individuale, è una scelta che viene presa nei confronti di una comunità e per questo merita il riconoscimento che le dovrebbe spettare anche secondo la nostra Costituzione. Fare famiglia è generare capitale umano. Fare famiglia è continuare a raccontare una bellezza che non dobbiamo mai perdere. Fare famiglia è rispondere con forza alla tristezza di questo mondo, al mondo che non vuole figli, al mondo che ha paura del futuro, ad un mondo che sta perdendo la speranza. Fare famiglia è una risposta di bellezza a chi dentro è disperato. Fare famiglia è una risposta reale e concreta alla disperazione dei giovani che non hanno lavoro, alla disoccupazione. È una risposta alla crisi che stiamo vivendo. La paura sta sconfiggendo il nostro desiderio, la paura ci vuole far credere nella nostra vita mediocre, che non siamo capaci di scelte importanti, che non siamo in grado di mettere al mondo dei figli, che non vale la pena mettere al mondo dei figli perché tanto ormai è tutto brutto.

Fare famiglia è una scelta di bellezza capace di rompere lo schema della paura, capace di mostrare al mondo che la vita di ciascuno di noi è un'opera d'arte.

Dobbiamo tornare a raccontare questa scelta di bellezza consapevoli del fatto che la famiglia è la risorsa più importante di questo Paese che sembra essersi rassegnato. Lo dico spesso e lo ripeto anche qui: la famiglia non è un malato da curare, ma la cura del malato.

Raccontiamola come merita, cresciamo anche noi in questa nuova narrazione. Senza paura, senza lamenti autodifensivi, ma capaci di trovare nuove strade di creatività missionaria.

Fare rete nella Rete

Il Web come luogo ideale per le associazioni al servizio del bene comune

BRUNO MASTROIANNI

docente di Media Relations presso la Pont. Università della Santa Croce

Felix è un ventenne svedese che su Youtube si fa chiamare “Pewdiepie” e carica i suoi video che lo ritraggono mentre gioca ai videogiochi nella sua stanza. Felix ha più di 40 milioni di iscritti al suo canale¹, i suoi video sono visti da milioni di spettatori e grazie a questa attività fattura alcuni milioni di dollari all’anno. Quali investimenti ha fatto Felix? Nessuno, se non il suo tempo e la sua creatività. Quante strutture tecnologiche ha utilizzato? Un computer e una telecamera. Non ha iniziato con la creazione di un’azienda, non ha fatto un piano economico, non ha allestito strutture con personale qualificato, eppure oggi Pewdiepie ha numeri degni di un canale broadcast internazionale.

Di persone come Felix sui social media ce ne sono molte. Utenti partiti da zero che sulle varie piattaforme (Twitter, Facebook, Instagram, ecc.) si sono conquistati fette di pubblico considerevoli, a volte raggiungendo o superando in termini di quantità il pubblico dei mezzi di comunicazione classici. Cosa sta succedendo?

Quando pensiamo ai cosiddetti “nuovi media”, di solito commettiamo l’errore di considerare questa realtà come fosse qualcosa che riguarda un futuro non ben precisato. Tutte le volte che parliamo di “nuovo scenario” oppure del “futuro del Web” rischiamo di proiettare una realtà attuale verso un domani indefinito, con l’effetto di non cogliere ciò che il Web e i social media sono oggi, qui e adesso. Il punto da cui partire è che non siamo più nell’epoca del monopolio degli addetti ai lavori e dei comunicatori professionisti. La comunicazione oggi è qualcosa che riguarda ciascuno direttamente, qualunque sia il ruolo e la posizione che ricopre nella società. Potremmo dire che, rispetto allo scenario del passato, oggi saper comunicare e quindi sapersi muovere nell’ambiente digitale è come saper leggere e scrivere: una conoscenza di base per agire in mezzo agli altri uomini.

Per chiunque sia impegnato in un’associazione o un’organizzazione dedita al campo della cultura, dell’educazione o dell’assistenza sociale, è tempo di consapevolezza e impegno. Mentre infatti le aziende si sono da tempo attrezzate e stanno vivendo appieno il digital-turn e mentre utenti singoli vivono ormai questi ambienti come luoghi ordinari di frequentazione quotidiana, spesso il mondo del non profit e del servizio al bene comune appare in ritardo. È una lacuna grave, perché rappresenta un’occasione mancata: oggi il Web ha quanto mai bisogno del contributo di chi, giorno dopo giorno, si occupa delle esigenze più basilari della società.

Per capire cosa fare occorre anzitutto conoscere di cosa stiamo parlando. Non è questa la sede più adatta per affrontare lo scenario digitale nella sua completezza², ma perlomeno potremo tratteggiarne alcune caratteristiche essenziali per poter poi proporre alcune linee d’azione per istituzioni che operano nel sociale.

1. Il nuovo scenario della comunicazione

La semplicità del web 2.0

La prima caratteristica dello scenario attuale è il superamento delle barriere tecnologiche. Si parla spesso di Web 2.0 (in realtà già si parla di 3.0 e si prospettano

pure le novità del futuro 4.0³), intendendo il passaggio da un Web più statico a uno più interattivo con la possibilità di commentare, scrivere le proprie opinioni, interagire sui siti e gli spazi web. Tutto vero, ma qui ci interessa notare un elemento ancora più fondante del cambiamento a cui abbiamo assistito attorno agli anni 2000. In quegli anni infatti è avvenuto qualcosa che ha portato a una trasformazione radicale del mondo della comunicazione di massa. Il riferimento è al passaggio che c'è stato tra un Web per addetti ai lavori (il Web 1.0 appunto), al Web user friendly (2.0, 3.0 ecc.), utilizzabile da chiunque, in qualunque momento, senza grandi capacità tecniche⁴.

Se alla fine degli anni '80 un computer portatile era una macchina che pesava 25 chili con un piccolo schermo a cristalli liquidi, e richiedeva specifiche capacità tecniche di utilizzo, oggi un iPad costantemente connesso può essere utilizzato da un bambino o da una persona anziana a digiuno di qualsiasi conoscenza informatica. Così come i siti: negli anni '90 per costruire un sito si doveva chiamare un tecnico specializzato in linguaggio di programmazione e investire risorse, oggi per aprire un blog e tenerlo aggiornato servono pochi facili passaggi gratuiti, accessibili a chiunque e effettuabili direttamente online da qualsiasi dispositivo⁵.

Quello che è successo è che il Web è diventato accessibile. Le applicazioni, i dispositivi, persino le interfacce dei PC sono sempre più semplificate e meno tecniche, permettendo a chiunque di entrare in Rete. È come se il fattore tecnico-tecnologico fosse passato in secondo piano lasciando il posto alla dimensione umana: entrare e interagire in rete è facile, semplice, tutti possono contribuire fruendo e pubblicando contenuti⁶.

Dal ciclo al flusso, dal fisso al mobile

Un altro cambiamento radicale è stato il passaggio da uno schema ciclico delle informazioni e dei contenuti a quello di un flusso continuo⁷. Fino a 20/30 anni fa i media erano soggetti a procedure cicliche. Le Tv e le radio avevano programmi e edizioni di telegiornali in specifiche ore del giorno, i giornali uscivano la mattina presto in edicola, così i periodici e gli altri mezzi.

Oggi questi orari non sono più vincolanti: attraverso un dispositivo collegato alla rete si può fruire praticamente di qualsiasi contenuto in ogni momento, che sia una notizia, un programma tv, un file audio di una trasmissione radiofonica: tutto è sempre virtualmente disponibile. I limiti di tempo diventano soggettivi, in funzione dell'interesse individuale, e lo spazio infinito: tutti i contenuti possibili possono essere pubblicati e fruiti⁸. Non ci sono cicli a cui adeguarsi, non ci sono spazi vincolanti, c'è piuttosto un flusso costante in cui è l'utente a decidere a che ora, in che modo e a cosa connettersi.

A questo si unisce la costante crescita dell'uso di dispositivi mobili, che stanno diventando il principale mezzo attraverso cui si vive quotidianamente connessi in rete. Il cellulare di qualche anno fa è stato sostituito dagli smartphone e dai tablet, il mercato dei laptop e desktop negli Stati Uniti è stabile e non cresce più di tanto, persino i tablet sembrano avviarsi verso un rallentamento della crescita⁹. Il futuro sembra essere dei cosiddetti phablet (fusione tra phone e tablet), cioè gli smartphone di dimensioni generose e con prestazioni avanzate, veri e propri device multifunzionali che sostituiscono tablet e laptop. In Italia negli ultimi due anni la crescita della fruizione di internet in modalità mobile è cresciuta del 45%¹⁰.

I dispositivi mobili sono insomma a tutti gli effetti la personale finestra sul mondo che mette nelle condizioni di accedere virtualmente in ogni momento e in ogni luogo al flusso di informazioni e contenuti che caratterizza la conversazione globale. Sì, perché di conversazione si tratta.

Dal broadcast alla conversazione

Prima dell'avvento del digitale i media erano caratterizzati da uno schema di tipo broadcast, la comunicazione avveniva secondo una dinamica "da uno a molti". La TV e la radio erano tecnicamente una trasmissione di informazioni da un sistema trasmittente ad un insieme di apparecchi riceventi. Lo stesso funzionamento caratterizzava i giornali: prodotti confezionati da un piccolo numero di giornalisti e destinato a una grande massa (generalizzata) di lettori.

Oggi non è più così. Accanto ai grandi player della comunicazione (che corrispondono ai media classici) i contenuti sono prodotti, condivisi, commentati e diffusi virtualmente da qualsiasi utente presente in rete, tanto che il pubblico non è più concepibile come un insieme di fruitori di contenuti quanto piuttosto di un insieme misto di fruitori-produttori. Il termine inglese prod-users (gioco di parole tra il termine producer e user) esprime bene l'idea dell'utente che è anche produttore¹¹.

Di fatto ciò porta il sistema di comunicazione a corrispondere più all'immagine di una grande conversazione globale che alla diffusione di contenuti da alcuni punti di trasmissione alla massa. Lo schema "da uno a molti"¹² classico, insomma, non corrisponde più pienamente alla realtà, che si è trasformata in una specie di scambio da molti a molti, in una continua conversazione sull'informazione¹³.

Dai media agli influencer

In uno scenario del genere non si può più pensare alla comunicazione solo nei termini classici di un'interazione tra un medium e il suo pubblico. Nella rete, nel flusso costante della conversazione globale, non si può più ragionare in un'ottica semplicistica mezzo/messaggio-fonte/ricevitore. Cadute le barriere tecniche, finita l'epoca dei "pochi che parlavano ai molti", messo nelle mani di ciascun utente un dispositivo capace di accedere ai contenuti e di diffonderli a sua volta; si può dire che le dinamiche della comunicazione si stanno avvicinando quanto mai al modo di comunicare naturale tra esseri umani, senz'altro molto di più che nello scenario della comunicazione generalizzata di massa.

Oggi infatti si può parlare non più di mezzi di comunicazione e pubblici di riferimento, ma di insiemi di interessi su cui diversi utenti si scambiano contenuti e informazioni. In questi insiemi si formano gruppi di utenti legati da un nesso di coesione (che può essere più o meno forte, stabile o passeggero, vitale o semplicemente strumentale)¹⁴. In questo schema, un ruolo fondamentale è giocato dai cosiddetti influencer, che in italiano potremmo indicare con il termine snodi: sono gli utenti capaci di sottoporre all'attenzione dei vari gruppi determinati temi¹⁵. Gli influencer sono quello che erano gli opinion maker e gli opinion leader nel precedente scenario mediatico. La differenza fondamentale è che l'autorevolezza, oggi, se la guadagnano soprattutto sul campo e non solo in virtù della posizione di preminenza che occupano nella società, come accadeva un tempo ai giornalisti e personaggi pubblici per il fatto di essere presenti sui media classici.

Tendenzialmente le testate classiche e i media organizzati giocano ancora un forte ruolo di influencer nella Rete ma, accanto a loro, nascono e crescono influencer "dal basso" come Felix/Pewdiepie, del quale abbiamo parlato all'inizio, che si sono fatti strada e sono capaci di sottoporre agli altri utenti ciò che secondo loro merita attenzione, influenzando sulle loro opinioni.

2. Conseguenze: la fine dei guru, l'inizio del compito di ciascuno

Un simile scenario sta facendo evolvere velocemente la situazione rispetto a un passato in cui nella comunicazione vi era una netta demarcazione tra addetti ai lavori (giornalisti e comunicatori professionisti) e pubblico non specializzato. In pre-

cedenza, alla massa non competeva molto altro se non affidarsi a qualcuno dei protagonisti presenti sul mercato. Oggi invece, in un modo o nell'altro, ciascuno è messo nelle condizioni di dover provvedere a sé stesso, giacché ha nelle sue mani (letteralmente nel palmo della mano con il suo smartphone) gli strumenti per fruire del flusso informativo e per intervenire in esso. In un certo senso siamo diventati tutti addetti ai lavori della comunicazione, chi più chi meno. In questa condizione c'è un dato di fatto: nessuno può pretendere di "tirarsi fuori", giacché è il sistema stesso che lo proietta costantemente nella conversazione globale, che sia connesso o no. Se prima era sufficiente che alcuni conoscessero lo scenario per gestirne la complessità e offrire elaborazioni al pubblico (i produttori e selezionatori di contenuti), oggi questo compito è affidato a ogni singolo utente e a ciascuna istituzione.

Tra l'altro la comunicazione oggi investe ogni aspetto della vita quotidiana. Anni fa eravamo abituati a pensare che comunicare – andare in TV, scrivere un articolo o anche solo assistere a uno show – fosse uno certo momento del nostro agire. Oggi di fatto vita e comunicazione diffusa e pervasiva sono intrecciate e difficilmente distinguibili. Controllare sul cellulare il News Feed di Facebook, fare un commento, condividere una foto, sono gesti quotidiani e abituali. Ci accorgiamo quanto essi siano ormai vita ordinaria solo nei momenti di disconnessione. Persino non essere sui social network è un atto comunicativo che rivela a chi sta attorno: "non ci sono", "non voglio essere trovato", "non interagisco con voi".

Insomma, la comunicazione è ormai diventata la prima cosa. Una specie di premessa inevitabile, come una porta di ingresso: nessuno pensa che la porta sia la casa, ma senza di essa nessuno può entrare né uscire¹⁶. Non occuparsi di come comunichiamo oggi sarebbe come costruire una casa stupenda, arredarla, curarla nei minimi dettagli e poi dimenticare di costruire la porta di ingresso. Se facessimo così o rimarremmo intrappolati e isolati nella casa meravigliosa, o chiusi fuori senza poterne godere.

I sintomi di un disagio

Considerando lo scenario digitale così come è, si può notare che esso rappresenta un potenziamento delle possibilità umane di comunicazione, come una lente di ingrandimento che aumenta caratteristiche insite in ogni uomo e donna¹⁷. Ciò comporta che tra queste caratteristiche ci siano luci e ombre, come sempre quando si ha a che fare con la natura umana. Assieme alle grandi potenzialità, infatti, con il Web si presentano alcuni rischi che corrispondono tipicamente ad alcune pratiche istintive e poco evolute nel modo di stare online delle persone.

Tutt'altro che mali ineluttabili, tali "sintomi" ci parlano di un ambiente online che ha bisogno di essere popolato e civilizzato, o meglio: sono le persone che lo popolano che necessitano di quella costante educazione alle relazioni che sempre accompagna ogni socializzazione umana.

Tra i tanti rischi della Rete ne prenderemo qui in considerazione tre principali, non tanto per fermarci alle ombre, ma per trovare in esse la luce più adatta con cui dissiparle. Questi sintomi sono: inattendibilità e parzialità delle informazioni, sovraccarico informativo e chiusura in gruppi polarizzati di opinioni omogenee.

a. L'inattendibilità

Durante gli attentati di Parigi è circolata online la foto di un attentatore con giubbotto esplosivo e Corano in mano, pubblicata da diversi giornali¹⁸. In realtà si trattava della foto di un ragazzo sikh, tra l'altro famoso recensore di videogiochi online, ritoccata ad arte. Una cosa simile è accaduta durante gli attentati a Bruxelles: dopo poco tempo dalle esplosioni online hanno iniziato a circolare video e foto spacciate come attinenti agli attentati, ma in realtà prese dal Web e riguardanti altri

luoghi e altri eventi¹⁹. Da tempo sui social gira un testo attribuito a Papa Francesco che in realtà non è suo ma le persone continuano a condividerlo e a segnalarlo²⁰.

Questi episodi mostrano una realtà che con il Web si è aggravata: il “si dice”, le notizie senza fonte e non verificate circolano indisturbate, molto più di quanto non accadesse prima. Nello scenario mediatico classico infatti per lo meno i giornalisti si prendevano – o avrebbero dovuto prendersi – la briga di verificare le notizie prima di diffonderle. Online invece, nel flusso continuo, non c'è un direttore, non c'è una redazione che vaglia e decide, i contenuti circolano nella misura in cui colpiscono e vengono rilanciati, commentati, diffusi.

b. Il sovraccarico informativo

La sensazione di inattendibilità diffusa è aggravata dall'overload di informazioni. Secondo una efficace infografica di Smartinsights²¹, ogni minuto sul Web vengono caricati 400 ore di video su YouTube, oltre 3 milioni di post su Facebook, più di 400mila tweet, pubblicati oltre 1 milione di contenuti solo sui blog di WordPress e così via. Un flusso di contenuti assolutamente ingestibile e indigeribile da qualsiasi essere umano. Anche da un punto di vista individuale, accade spesso che ci si muova online alla continua ricerca di informazioni e se ne ricevano altrettante con una velocità e intensità che porta spesso, più che ad acquisire informazioni, a perdersi in esse, restando, alla fine del percorso, di fatto meno informati di prima e spesso più confusi²².

c. I gruppi polarizzati

Il combinato disposto delle due precedenti derive ne alimenta una terza: la tendenza a chiudersi in gruppi polarizzati tra persone che la pensano allo stesso modo e che sono impermeabili al confronto con chi ha opinioni diverse. La sensazione di inattendibilità e di sovraccarico ha creato una complessità di fronte alla quale gli utenti si difendono cercando conferme delle proprie convinzioni (confirmation bias) nella coesione con gli affini²³. Diversi studi²⁴ hanno analizzato il funzionamento di queste dinamiche che rientrano nell'ambito dei pregiudizi di conferma e che portano le persone a non curarsi dell'attendibilità e della rilevanza delle informazioni in nome del consolidamento delle proprie posizioni, registrando anche una certa inefficacia delle azioni di correzione delle informazioni (debunking) incapace di per sé di vincere la resistenza ad abbandonare le proprie visioni. In questo ricoprono un ruolo importante gli algoritmi delle piattaforme come Facebook²⁵, che tendono a offrire a ciascun utente contenuti che sono a lui graditi e affini alle sue opinioni: questo porta a ritrovarsi in una bolla, convinti che sia la “finestra sul mondo” mentre è in realtà solo uno spioncino sul proprio piccolo orto fatto di informazioni e opinioni omogenee²⁶.

Cosa si può fare

Tutti questi sintomi non sono affatto un freno alle potenzialità del Web ma una conferma: lo scenario digitale ci ha messo nelle condizioni di potenziare le capacità relazionali dell'uomo. In questo potenziamento rientra tutto: sia gli aspetti costruttivi che le derive negative. Si tratta di cogliere la sfida di coltivare i primi e guardarsi dalle seconde.

In questo ambito, le associazioni e le istituzioni che si dedicano al servizio del bene comune giocano un ruolo di primo piano. Non si può infatti pensare che la qualità del Web sia lasciata solo alla buona volontà dei singoli, o alle iniziative del libero mercato o della politica. Così come nel mondo fisico, anche l'ambiente online ha bisogno di corpi intermedi che riuniscano cittadini attorno a scopi sociali e richiamino la società civile alla sua responsabilità. Di fatto le associazioni possono

contribuire a quella “nuova cittadinanza”²⁷ che sta prendendo forma grazie alla possibilità aperta a tutti di produrre e diffondere contenuti sul Web.

L'azione online delle organizzazioni non profit può essere una risposta concreta ed efficace anche ai disagi del Web che abbiamo osservato perché le associazioni che operano nel territorio, a contatto con le persone reali, possono rappresentare in modo efficace una risposta all'inattendibilità delle informazioni, all'overload e al fenomeno dei gruppi chiusi. Vediamo come, iniziando proprio da questo ultimo punto.

a. La risposta ai gruppi chiusi

Una presenza online costruttiva e proficua richiede anzitutto l'abbandono della mentalità della contrapposizione. Spesso accade che le associazioni non profit, così come tutte le entità che si dedicano alla cultura, all'assistenza e al bene comune, avvertano una certa insofferenza al momento di confrontarsi nel dibattito pubblico. Ciò è particolarmente vero per quelle associazioni che hanno un ideale forte, come ad esempio un'ispirazione religiosa o una forte connotazione valoriale. Può accadere che gli esponenti e i supporter assumano nella conversazione pubblica toni di polemica e di scontro andando ad alimentare l'effetto dei gruppi contrapposti impermeabili al confronto²⁸.

Questo effetto è dovuto a una caratteristica fondamentale dello scenario di comunicazione digitale: i social network hanno messo in contatto mondi e visioni del mondo contrapposti che, prima, non avrebbero potuto confrontarsi così intensamente e facilmente²⁹. Se a questo si aggiunge che quello dei conflitti è sempre stato un modo di raccontare la realtà tipico dei media classici che, nel contrapporre opinioni opposte, hanno sempre trovato spunti per attirare in modo semplice l'attenzione del pubblico³⁰; ecco che la modalità di opporsi a ciò su cui non si è d'accordo è spesso la più istintiva³¹.

Online però la contrapposizione ha un solo effetto: unire gli affini, radunare le persone che hanno opinioni omogenee, polarizzare le discussioni e allontanare ed escludere tutti coloro che la pensano in modo diverso. Quei numerosi like che si ricevono a seguito di una sprezzante denuncia o per un post acceso scritto con tono aggressivo non sono molto di più che una “conta” di chi è già convinto che non raggiunge minimamente chi non è d'accordo³².

A guardar bene le associazioni, nella loro vita offline, prestano servizi che non considerano le appartenenze o le provenienze. Anzi, offrire supporto a chiunque semplicemente perché è nel bisogno fa parte di quella dedizione al bene che, essendo comune, per definizione non ha una selezione all'entrata. Pensiamo a una scuola o a un consultorio: sono organismi che assistono chi necessita di qualcosa, nel primo caso di educazione, nel secondo di ascolto e consiglio, e nella realtà si rivolgono proprio a chi manca, a chi è lontano. Entrare in relazione con i nuovi, i diversi, i non altrimenti raggiungibili, è il fondamento dell'azione di servizio.

Qui la grande opportunità: se le associazioni trasferiscono online lo spirito che le anima nella realtà materiale di tutti i giorni, si troveranno ad avere la spinta per raggiungere, avvicinandosi, proprio chi è lontano e non affine, che è nel Web proprio ciò che spesso manca.

Questa modalità di comunicazione che ci avvicina all'altro, chiunque esso sia, e da ovunque provenga, in nome del bene comune, è esattamente l'antidoto alla chiusura in bolle di opinione omogenee che sembra attanagliare molti utenti online. Inoltre questo comportamento può rappresentare per le organizzazioni non profit una grande occasione di crescita e sviluppo, perché confrontarsi con il diverso comporta un'evoluzione nella consapevolezza della propria mission e identità.

b. L'inattendibilità

Anche sulle notizie false, infondate, casuali e imprecise che spesso si diffondono senza controllo nel Web le associazioni non profit possono fare molto. Come? Essendo una presenza significativa e concreta online per quanto riguarda il loro campo di azione. Pensiamo a un tema importantissimo come quello dei migranti, foriero di molte informazioni non confermate, manipolate, tendenziose. Immaginiamo quanto possa fare chi opera tutti i giorni su questa sfida della società occidentale spiegando, raccontando, mostrando online cosa accada veramente nella realtà.

Sì, perché il punto centrale è proprio questo: l'aderenza alla realtà. Le organizzazioni dedite al servizio si occupano di problemi reali, di persone in carne e ossa, con soluzioni magari non perfette ma concrete. Trasportare questa aderenza alla realtà sul Web, andando a raggiungere più persone possibili, anche quelle di per sé lontane, contribuisce di fatto a popolare i social network di ciò che è vero e vivo, contrastando efficacemente la dimensione dell'astrattezza e della semplificazione della "realtà diminuita"³³ che le dinamiche del Web possono spesso generare.

Ognuna nel suo campo, in cui ha un'expertise fattuale impareggiabile, ciascuna associazione può essere un faro che irradia fatti e storie reali, prospettive concrete e esperienze misurabili. Aiutando in questo modo gli utenti online a discriminare ciò che è veramente rilevante da ciò che è più superfluo, passeggero, sensazionalistico e irreali. E questo ci apre alla dimensione successiva, quella dell'overload di informazioni.

c. La rilevanza che alleggerisce il sovraccarico

La risposta alla presenza di troppi input non può essere quella di cercare di contrastare l'ondata informativa, anche perché sarebbe inutile oltre che impossibile. Si tratta piuttosto di cambiare prospettiva. L'overload può spaventare solo se lo si vede con nostalgia per lo scenario precedente: prima erano i poli informativi (i mass media) a selezionare e offrire, a noi spettava solo il compito di acquistare i loro prodotti e affidarci al lavoro dei professionisti. Oggi, nella vita quotidiana connessa al Web, c'è tutto e il contrario di tutto. Non c'è un editore che vaglia, una redazione che seleziona: questo lavoro tocca a ciascuno. In questa dinamica, le organizzazioni che operano sul territorio hanno un ruolo fondamentale: rendersi presenti, offrire contenuti e spunti, intercettare le domande dei diversi interlocutori e dare risposte, insomma fare un lavoro di rilevanza informativa.

Oggi non si può più pensare che le informazioni si diffondano e siano recepite solo in virtù della fonte da cui vengono erogate (ad esempio giornali e TV); lo scenario attuale richiede che l'informazione si muova entrando nelle relazioni che si stabiliscono tra i diversi utenti. Quello di cui c'è bisogno insomma è di un "filtro a posteriori"³⁴: non si può impedire alle informazioni di circolare liberamente, in abbondanza e senza un controllo della loro rilevanza; quello che si può fare è intervenire in una fase successiva, facendo in modo che la comunità delle persone interconnesse possa riordinare l'apparente caos. Il criterio che le associazioni possono adottare e portare alla comunità connessa è la tensione verso il bene comune e la concretezza delle loro attività quotidiane.

3. Le associazioni come reti di persone

Ciò che stiamo osservando è quindi una realtà che richiede un cambiamento di prospettiva. Spesso le organizzazioni non profit si percepiscono come realtà in difficoltà o in ritardo rispetto allo scenario di comunicazione digitale mentre in esso possono trovare l'ambiente ideale per essere se stesse e svolgere la loro missione.

Si tratta di cambiare modo di vedere la Rete, perdendo quel dualismo

offline/online che fa pensare alla tecnologia come mero strumento da usare o non usare³⁵; così come va persa una certa diffidenza nei confronti degli strumenti tecnologici che non sono più una frontiera distante, proiettata verso il futuro, ma il presente della vita quotidiana della maggior parte delle persone. Come tali non possono essere temuti né posizionati all'ultimo posto dell'azione associativa: devono diventare una priorità, perché c'è già un certo ritardo. Il Web è un ambiente dove vivere e coltivare legami e relazioni, ancorché mediate dallo strumento tecnologico, e come tale è un ambiente particolarmente promettente perché la sua forza è la stessa su cui puntano le associazioni: le persone.

A ben vedere, infatti, cos'è un'associazione dedicata a un qualche servizio al bene comune? Se togliamo le strutture, le sedi, le carte, tutti gli elementi tecnici ed esteriori, cosa rimane se non un insieme di persone collegate tra loro da certe relazioni? Una scuola non è fatta dalle aule, dai bagni e dalle lavagne, ma dalle relazioni educative che intercorrono tra insegnanti, allievi e i genitori di questi.

Una associazione è fondamentalmente una rete di persone. Una rete tendenzialmente aperta, pronta ad accogliere chiunque abbia necessità di un certo bene (l'educazione, l'assistenza, il supporto) e chiunque abbia energie o risorse per offrire quel bene (gli addetti, gli insegnanti, i volontari, i benefattori, ecc.). Questa struttura intrinseca delle associazioni le rende entità ideali, in quanto reti di persone tenute insieme da un nesso di coesione (un bene da perseguire), per operare sulla Rete.

La sfida quindi non è quella di usare uno strumento per raggiungere un certo scopo, come era nello scenario di comunicazione classica, in cui era necessario guadagnarsi spazio di attenzione sui media per avere visibilità. La sfida è vivere online ciò che già si vive offline, trasferire sui social e nel Web la rete di relazioni aperte che già si è³⁶.

Come fare in concreto

Una volta preso atto della differenza dello scenario attuale di comunicazione rispetto allo schema precedente, e superato il dualismo tra online/offline, è possibile intraprendere un percorso di presenza nel Web sempre più consapevole e efficace. Da cosa partire? Ci sono tre elementi da curare nel Web: individuare i propri temi, inserirsi nel flusso della conversazione, coltivare la propria rete in Rete³⁷. Vediamoli uno alla volta.

a. Stare nel proprio campo

Se abbiamo detto che l'online è fondamentalmente un ambiente di relazioni, in questo ambiente emergerà chi saprà apportare valore a queste relazioni³⁸. Per farlo occorre soprattutto essere capaci di individuare molto bene quali siano i propri temi, il proprio ambito di esperienza concreta e autentica, quale il campo in cui si ha veramente qualcosa da dire e da offrire.

Una scuola avrà come suoi temi l'educazione, i rapporti familiari, la vita degli alunni. Un'associazione che si occupa di anziani avrà interesse per i temi legati alla terza età, all'invecchiamento, alla solitudine. Un centro di ascolto sarà attento alle tematiche delle nuove fragilità, delle dipendenze, dei disagi sociali.

Chi rimane nel proprio campo è interessante e significativo, perché ha qualcosa da dire con ragione, perché lo sperimenta e lo vive. Chi invece si lancia in ragionamenti lontani dalla propria esperienza e impegno scade subito nel generico, nel qualunquismo impreciso e poco significativo. In un ambiente digitale affetto da overload e inattendibilità delle informazioni servono presenze focalizzate, autorevoli ed esperte. Online è meglio dire di meno ma dire ciò che si sa e si conosce, piuttosto che intervenire continuamente con contenuti poco significativi.

b. Entrare in conversazione

Comunicare oggi non è colpire con un messaggio, non è fare un discorso né ottenere visibilità. La conversazione digitale globale è un sistema di interazioni da soggetti: i feedback, le domande, le richieste, i commenti, il coinvolgimento degli interlocutori, è più importante di ciò che si ha da dire. Si tratta di stabilire un dialogo più che fare un discorso³⁹.

Inserirsi nel flusso significa fare un primo passo di umiltà e di ascolto⁴⁰. Spesso le organizzazioni entrano in rete con la mentalità dello schema mediatico precedente: come se avessero in mano un megafono e si mettessero a dire la loro. Gli effetti: siti web non interessanti, account social non frequentati, contenuti che non creano coinvolgimento. Se il Web è una conversazione, occorre fare come in tutte le conversazioni: anzitutto ascoltare, per poi intervenire. Con questa modalità tra l'altro si impara molto, giacché sul Web, probabilmente, diversi influencer staranno già parlando con competenza dei temi di interesse. Entrare in contatto con loro e con le persone che li seguono non può che essere un arricchimento e la giusta via per inserirsi proficuamente nel flusso.

c. Coltivare la rete

Come abbiamo visto, non si tratta di usare Internet per comunicare, ma di trasportare sul Web, considerato come un ambiente relazionale, la vita dell'associazione. Per essere precisi: dell'associazione occorre trasferire l'insieme delle relazioni già in atto, per aprirne di nuove. In concreto, qualsiasi associazione sul Web dovrebbe cercare in essa anzitutto i contatti con coloro con cui è già connessa nella dimensione fisica. Questo lavoro non può essere lasciato al caso, né si può aspettare che le persone si accorgano da sé della presenza online dell'associazione. Occorre un vero e proprio lavoro di mappatura e cura della rete.

Chi sono i decisori? Ci sono online? Così i soci, i dipendenti, i volontari e tutti coloro che internamente partecipano al lavoro dell'organizzazione. Cercarli online, prendere contatto con loro, rendersi visibili e connessi è il primo passo. Poi si può procedere a una cerchia più esterna: quella dei sostenitori e benefattori, dei beneficiari del servizio, degli amici, di eventuali giornalisti, comunicatori e personaggi pubblici che in qualche modo hanno a che fare con il lavoro associativo. Tutti questi interlocutori, che fanno già parte della rete fisica dell'associazione, vanno in qualche modo cercati e intercettati online.

Se si fa questo lavoro con un po' di pazienza, si avranno diverse sorprese. Ad esempio si potrà scoprire che in persone "insospettabili" si nascondono punti di riferimento sul Web: si può magari scoprire che un volontario giovane, che nell'organigramma dell'associazione conta poco, è influencer molto seguito online. Attraverso questo lavoro di mappatura si potrà avere il polso di come appare online la comunità che l'associazione rappresenta nella realtà fisica. A partire da questa consapevolezza su chi è già online, e come è online, si potrà poi procedere a chiedere aiuto ai vari interlocutori per elaborare, diffondere e condividere i contenuti che siano di interesse per il lavoro dell'associazione. Così come nella realtà tutte queste persone hanno un ruolo e fanno qualcosa per l'associazione, lo stesso deve avvenire online, perché offline e online non sono altro che due modi di vivere e interagire nell'unica realtà.

Nel corso di questo lavoro si scoprirà poi che l'impegno online di ciascuno differirà nel grado di coinvolgimento, nella sua capacità di influenza (alcuni saranno molto seguiti e connessi con molte persone, altri meno), e nelle differenti preferenze in merito a un social piuttosto che un altro. Questa mappa servirà per dare avvio a un modo di comunicare online comunitario, di rete, non più con l'atteggiamento broadcast di un polo unico istituzionale che irradia contenuti, ma secondo una vi-

sione molto più aderente alla realtà di una comunità di persone⁴¹ che si danno da fare per diffondere un certo bene online come offline.

A partire dalla cura di questa comunità esistente si potrà di pari passo procedere al vero terreno fertile: quello del contatto con altri esterni e lontani. Questa dimensione è la più interessante che il Web può offrire: in Rete infatti sono già presenti utenti interessati, coinvolti e probabilmente impegnati sugli vari fronti di cui si occupano le differenti associazioni. Intercettare questo impegno, confrontarsi con esso, creare nuovi potenziali legami, scambi di idee, o anche semplicemente raggiungere chi, nel bisogno, non conosce la possibilità di ricevere un servizio, è davvero una prospettiva promettente che può ampliare e far crescere il lavoro di ogni associazione.

Un territorio da popolare

Se si procede in questo modo si potrà scoprire che l'ambiente digitale, per le associazioni, è fondamentalmente un terreno da esplorare e popolare. Se fino a qualche decennio fa riuscire a raggiungere il pubblico doveva per forza passare attraverso la mediazione dei media classici, con tutto ciò che comportava in termini di adeguamento alle logiche della attualità e dei ridotti spazi mediatici, oggi ogni organizzazione ha come un campo libero davanti a sé in cui offrire i suoi contenuti e costruire, nella Rete, una rete aperta di relazioni.

Per farlo, occorre conoscere bene le dinamiche del Web, ma soprattutto esserci e cimentarsi. Stare online non è un'attività settoriale, delegabile a qualche addetto (magari giovane e inesperto); la presenza online è una delle azioni più importanti e strategiche che le associazioni devono e possono coltivare, sapendo che in questa dimensione vive, si muove e si incontra l'interesse quotidiano della maggior parte della gente. Non sentire l'urgenza di portare un contributo al bene comune anche sul Web sarebbe solo una grande occasione persa.

NOTE

¹ <https://www.youtube.com/user/PewDiePie>, visitato il 20.9.2016.

² Per una visione più completa dello scenario digitale cfr. G. Tridente, B. Mastroianni (a cura di), *La missione digitale*, ESC, Roma, 2016.

³ <https://www.posizionamento-seo.com/search-engine-marketing/web-4-0/>, visitato il 23.3.2016

⁴ Cfr. D. Chieffi, *Online media relations*, Gruppo24ore, Milano, 2011.

⁵ Cfr. S. Maistrello, *Giornalismo e nuovi media*, Apogeo, Milano, 2010, pp. 31-34.

⁶ Cfr. M. Carroggio, *Lo scenario digitale*, in G. Tridente, B. Mastroianni (a cura di), *La missione digitale*, op. cit., pp. 22 e seguenti.

⁷ *Ibidem*, p. 23.

⁸ Cfr. S. Maistrello, *Giornalismo e nuovi media*, op. cit., p. 27.

⁹ <http://www.pewinternet.org/2015/10/29/technology-device-ownership-2015/>, visitato il 29.8.2016.

¹⁰ Audiweb Trends, *La diffusione di internet in Italia - Dicembre 2015*, cfr.

<http://www.audiweb.it/news/total-digital-audience-del-mese-di-dicembre-2015/>, visitato il 29.8.2016.

¹¹ Cfr. M. Carroggio, *Lo scenario digitale*, op. cit., p. 21.

¹² *Ibidem*, p. 22.

¹³ J. L. Orihuela, *Los medios después de internet*, editorial UOC, Barcelona 2015, p. 44.

¹⁴ Cfr. D. Chieffi, *Social Media Relations*, Gruppo24ore, 2012, ebook, capitolo: 1.4 Gruppi online e offline.

¹⁵ *Ibidem*, capitolo: 2. Leader digitali. Influencers e snodi.

¹⁶ Cfr. B. Mastroianni, *Un terreno da arare*, in "Vita Pastorale", maggio 2016.

- ¹⁷ Cfr. C. Giaccardi, *Ripensare i legami nell'era dei social media*, in E. Scabini, G. Rossi, *Famiglia e nuovi media*, Studi Interdisciplinari sulla Famiglia, n. 26, Vita e Pensiero, Milano, 2013, pp. 19-20.
- ¹⁸ Cfr. <http://www.bufale.net/home/bufala-il-selfie-del-kamikaze-di-parigi-bufale-net/>, visitato il 31.8.2016.
- ¹⁹ Cfr. http://www.huffingtonpost.it/2016/03/22/video-attentato-bruxelles-mosca_n_9520762.html, visitato il 31.8.2016.
- ²⁰ Cfr. <http://www.lastampa.it/2016/01/02/vaticaninsider/ita/news/i-tanti-falsi-discorsi-del-papa-su-internet-2VqvKX6xhaQY2MmjeF0nI/pagina.html>, visitato il 31.8.2016.
- ²¹ Cfr. <http://www.smartinsights.com/internet-marketing-statistics/happens-online-60-seconds/>, visitato il 31.8.2016.
- ²² Cfr. G. Tridente, *Abitare i Nuovi Media alla luce della Evangelii Gaudium di Papa Francesco*, in G. Tridente, B. Mastroianni, *La missione digitale*, op. cit. p. 48.
- ²³ Tale dinamica è confermata da vari dati ad esempio quelli dell'Edelman Trust Barometer che per il 2016 registra che al momento di indicare quale fonte online le persone ritengano più affidabile, ben il 78% dichiara "i miei amici e la mia famiglia" (con una crescita dell'11% rispetto all'anno precedente); subito dopo sono menzionati gli "esperti accademici" (65%) e le "compagnie che uso" (62%); si fermano invece al 44% e 42% i "giornalisti" e le "persone note online", cfr. <http://www.slide-share.net/edelmaninsights/2016-edelman-trust-barometer-global-results-slide-46>, visitato il 5.5.2016.
- ²⁴ Cfr. ad esempio A. Bessi – F. Petroni – M. del Vicario – Zollo – A. Anagnostopoulos – A. Scala – G. Caldarelli – W. Quattrociochi, *Viral misinformation: the role of homophily and polarization*, Proceedings of WWW'15, WebSci track Papers & Posters, Firenze 2015, www.www2015.it/documents/proceedings/companion/p355.pdf, visitato il 5.5.2016; e anche F. Zollo – A. Bessi – M. del Vicario – A. Scala – G. Caldarelli – L. Shekhtman – S. Havlin – W. Quattrociochi, *Debunking in a World of Tribes*, 14.10.2015, <http://arxiv.org/pdf/151004267v1.pdf>, visitato il 5.5.2016.
- ²⁵ Cfr. J. Constine, *How Facebook News Feed Works*, <https://techcrunch.com/2016/09/06/ultimate-guide-to-the-news-feed/>, visitato il 20.9.2016.
- ²⁶ Cfr. B. Mastroianni, *Dibattiti online: oltre le contrapposizioni*, in G. Tridente, B. Mastroianni, *La missione digitale*, op. cit., p. 92.
- ²⁷ Cfr. S. Maistrello, *Giornalismo e nuovi media*, op. cit., pp.15-17.
- ²⁸ Ibidem, p. 74 e ss.
- ²⁹ Cfr. B. Mastroianni, *L'incontro tra mondi diversi può far paura ma è solo una grande occasione*, <http://brunomastroianni.blogspot.it/2016/09/lincontro-tra-mondi-diversi-puo-far.html>, visitato il 19.9.2016.
- ³⁰ Cfr. D. Contreras, *Il conflitto come "valore" giornalistico*, "Sphera Publica", universidad Católica de San Antonio, Murcia 2006, p. 79.
- ³¹ Cfr. B. Mastroianni, *Dibattiti online: oltre le contrapposizioni*, op. cit., pp. 66-69.
- ³² Questo effetto è acuito dal funzionamento degli algoritmi che regolano la visibilità dei contenuti sulle timeline degli account social: tendono a segnalare ciò su cui è stato espresso un interesse pregresso, tanto che si potrebbe dire che i social tendono a dare sempre ragione all'utente che li usa, Cfr. Ibidem, pp. 74-76.
- ³³ Cfr. F. Ceretti, M. Padula, *Umanità Mediale. Teoria sociale e prospettive educative*, ETS, Pisa 2016, p. 32.
- ³⁴ Cfr. S. Maistrello, *Giornalismo e nuovi media*, op. cit., p. 32.
- ³⁵ F. Ceretti, M. Padula, *Umanità Mediale. Teoria sociale e prospettive educative*, op. cit., p. 64.
- ³⁶ Cfr. C. Giaccardi, *Ripensare il reale nell'epoca del digitale*, "Vita e Pensiero", 6/2012, p.126.
- ³⁷ B. Mastroianni, *Diventare attivi digitali - elementi di base per stare online in modo proficuo*, <http://brunomastroianni.blogspot.it/2016/06/diventare-attivi-digitali-elementi-di.html>, visitato il 19.9.2016.
- ³⁸ Cfr. D. Chieffi, *Social Media Relations*, op. cit., versione ebook, capitolo: "4.3 Costruire la relazione. Portare valore alla comunità".
- ³⁹ Cfr. M. Carroggio, *Lo scenario digitale*, op. cit., p. 22.
- ⁴⁰ Cfr. E. Arriagada, *Dialogare sui valori nelle reti sociali*, in Giovanni Tridente, B. Mastroianni, *La missione digitale*, op. cit., p. 121.
- ⁴¹ Cfr. E. Arriagada, *Dialogare sui valori nelle reti sociali*, in Giovanni Tridente, B. Mastroianni, op. cit., pp. 118-119.

Famiglia e partecipazione associativa

Associazionismo familiare e diritto amministrativo: gli spazi di partecipazione

VITTORIO V. FEDELI
avvocato

Pubblichiamo di seguito le slide presentate durante il corso di formazione di InNova sulle possibilità di partecipazione, aperte dal diritto amministrativo alle associazioni familiari.

Famiglia Anima del Mondo

“Istituzioni sociali e famiglia invocano un reciproco riconoscimento e devono aprirsi a una intensa collaborazione, in attuazione del principio di sussidiarietà per la costruzione del bene comune”.

Card. Dionigi Tettamanzi
da “Famiglia Anima del Mondo” n° 31

L'intuizione

- “La **famiglia** è il **nucleo naturale** e fondamentale della società e ha diritto ad essere protetta dalla società e dallo Stato”
(art. 16 Carta dei Diritti Umani)
- La **famiglia**, fondata sul matrimonio tra un uomo e una donna, è la cellula fondante di ogni società umana.
- La **famiglia non è solo un fatto privato**:
è una risorsa vitale per la società.
- La **famiglia svolge funzioni sociali fondamentali** che ne fanno a pieno titolo un attore delle politiche sociali, un soggetto che genera benessere nella società.



L'idea di famiglia

Associazioni che si occupano di famiglie o associazioni di famiglie?

Si devono valutare i seguenti aspetti per discriminare tra associazione di semplice volontariato e associazioni familiari:

- a) Il rapporto dei soci col bisogno a cui l'associazione risponde - I soci possono supportare dall'esterno un'organizzazione che si occupa di problematiche che loro non hanno, oppure essere più direttamente coinvolti, in quanto portatori diretti del bisogno;
- b) la presenza di famiglie tra i soci - I soci possono essere individui singoli oppure famiglie;
- c) la mission associativa - la mission dell'associazione può avere finalità molto generali che in modo implicito hanno ricadute positive sulle famiglie, oppure essere esplicitamente rivolta alle famiglie;
- d) lo stile d'intervento - le associazioni possono rispondere ai bisogni secondo un codice caritatevole assistenzialistico oppure adottare strategie di empowerment che coinvolgono le famiglie-utenti in modo attivo.

L'Associazionismo familiare

Lo specifico dell'associazionismo familiare

Deve possedere **criteri della massima familiarità**:

le associazioni familiari in senso stretto sono organismi

- che si costituiscono attorno ad uno specifico bisogno delle famiglie,
- che sono promossi da famiglie e
- che attuano un intervento che non solo è rivolto alla famiglia, ma la coinvolge in modo diretto e la rende protagonista dell'azione

Solidarietà come mutuo aiuto inclusivo

La sola solidarietà può correre il rischio di imprigionare i destinatari dell'aiuto in una relazione di dipendenza che blocca la crescita personale e l'emancipazione.

Le associazioni familiari assumono il bisogno nella reciprocità e trovano riposte attingendo alle proprie risorse nell'auto mutuo aiuto

L'Auto Mutuo Aiuto

Le famiglie si associano tra loro sostanzialmente sulla base del riconoscimento che riflettere insieme ad altri sui propri problemi, unire e razionalizzare le risorse è essenziale alla risoluzione degli stessi.

È il principio che sta alla base dell'auto-mutuo-aiuto

Settori di intervento dell'associazionismo familiare

- a) l'auto-organizzazione dei servizi di vita quotidiana sia in situazioni di normalità sia in situazioni «patologiche»,
- b) la finalità formativa/educativa,
- c) la tutela dei diritti delle famiglie

La forma giuridica

- **Associazioni di promozione sociale – APS** (Legge 7 dicembre 2000 n. 383)

È la forma più idonea per le associazioni di famiglie che hanno come scopo il mutuo-aiuto-familiare.

In alcune regioni riconosciute specificamente anche le **associazioni di solidarietà familiare**.

Si richiede l'iscrizione ai relativi registri regionali o provinciali delle APS

- **Associazioni di volontariato** (Legge 11 agosto 1991, n.266),

È la forma più idonea per associazioni che svolgono iniziative e interventi in favore di terzi e non per gli associati.

Sono Onlus di diritto. Si richiede l'iscrizione ai registri regionali o provinciali delle organizzazioni di volontariato

• **Associazioni non profit che operano nei settori di cui all'art. 10 D.lgs. n. 460/1997**

(tra cui quello dell'«assistenza sociale e sociosanitaria»)

Possono chiedere l'iscrizione all'Anagrafe Unica delle Onlus e acquisire la relativa qualifica

Per le Onlus di diritto (Associazioni di volontariato) o su iscrizione all'Anagrafe l'attività istituzionale non è mai commerciale.

E' la forma più idonea per organizzazioni in favore di famiglie che pongono in essere servizi sociali (ad es. i consultori familiari)

• **Associazioni non profit che si limitano ad adottare le clausole statutarie degli enti associativi non commerciali**

(art. 148 DPR 917/1986 – Testo Unico Imposte sul Reddito)

E' la forma più semplice.

Non devono iscriversi a nessun registro o albo ma solo recepire le clausole statutarie stabilite dalla legge e costituirsi con atto e statuto da registrarsi all'Agenzia delle Entrate.

Si ha la decommercializzazione delle quote associative e di servizi in favore dei soci

La soggettività sociale della famiglia al centro del nuovo welfare

L'associazionismo familiare appare fondamentalmente come un luogo in cui può manifestarsi in modo compiuto **la soggettività sociale della famiglia**, che nasce dalla consapevolezza che le famiglie acquisiscono circa la propria capacità di attivarsi per il proprio benessere e si sviluppa nella diffusione del codice familiare nell'ambito dei servizi alla persona.

La peculiarità degli interventi realizzati dalle associazioni familiari ha, infatti, sicuramente contribuito al processo di rinnovamento dei sistemi di welfare, contrastando la cultura assistenzialistica e promuovendo quella della personalizzazione

Evoluzione della legislazione sociale

Si passa da un approccio

“paternalistico-caritativo” e

“istituzionale-pubblico” a un approccio

finalist **Per un nuovo welfare**

Il benessere rimanda allo “**star bene**”, è dunque

BEN-ESSERE

Ha allora una necessaria **dimensione soggettiva**.

Ciò ha precise **conseguenze** sull'organizzazione dei “**servizi alla persona**”

Cfr. G. Rossi, Servizi e interventi sociali per le famiglie e con le famiglie lungo il ciclo di vita, relazione alla Conferenza Nazionale della Famiglia, 9/11/2010

Per un nuovo welfare

1. Devono riuscire a **coinvolgere attivamente i soggetti destinatari**, essendo essi i maggiori “esperti” del benessere a cui aspirano
2. La ricerca del benessere non dipende solo dall'individuo: sono fondamentali e ineliminabili i legami con le altre persone. Per questo va abbandonata un'ottica individualista e settoriale, per assumere come **punto di vista quello delle relazioni familiari**, ossia:
intendere i problemi e i bisogni così come le relative soluzioni e risposte nel contesto di una rete di relazioni, che deve essere rafforzata e supportata affinché a propria volta rafforzi e supporti i singoli individui che ne fanno parte. Così si genera un **benessere relazionale**
3. Il benessere relazionale e dunque anzitutto familiare, non è statico, muta a seconda delle fasi del ciclo di vita della famiglia, che si trova ad affrontare diverse **transizioni**, con gradi diversi di criticità (inizio vita di coppia, nascita dei figli, loro crescita nelle diverse delicate fasi, cura di genitori anziani,): **solo se l'intera rete dei servizi sarà in grado di supportare la famiglia in tutte le diverse transizioni, abbandonando logiche settoriali, si potrà dire di aver generato benessere familiare**

Il benessere cresce quanto più l'intervento è **personalizzato e flessibile**, in altre parole “**familiare**”, quanto più l'offerta delle soluzioni è ampia e diversificata in modo tale da rispondere alle esigenze specifiche di ogni famiglia e di ogni fase del ciclo di vita familiare

La produzione del benessere non può allora essere intesa come azione a senso unico dal pubblico alle famiglie, ma come promozione di un **ruolo attivo delle famiglie**:

Il coinvolgimento delle famiglie e delle reti di famiglie nella progettazione e realizzazione degli interventi e dei servizi è quindi un altro fattore fondamentale nella produzione del benessere relazionale

Si tratta di rinunciare a interventi totalmente sostitutivi, di tipo assistenzialistico, e di fornire gli strumenti idonei a valorizzare la capacità della famiglia di essere un'insostituibile unità di servizi primari personalizzati e flessibili, che aumenta la sua capacità di rispondere ai propri bisogni, mettendosi in rete con altre famiglie con le quali condividere risorse e competenze

Articoli della Costituzione

Articolo 2

➤ La Repubblica riconosce e garantisce i diritti inviolabili dell'uomo, sia come singolo sia nelle formazioni sociali ove si svolge la sua personalità, e richiede l'adempimento dei doveri inderogabili di solidarietà politica, economica e sociale.

Articolo 3, c. 2

➤ E' compito della Repubblica rimuovere gli ostacoli di ordine economico e sociale, che, limitando di fatto la libertà e l'eguaglianza dei cittadini, impediscono il pieno sviluppo della persona umana e l'effettiva partecipazione di tutti i lavoratori all'organizzazione politica, economica e sociale del Paese.

Articolo 31 -

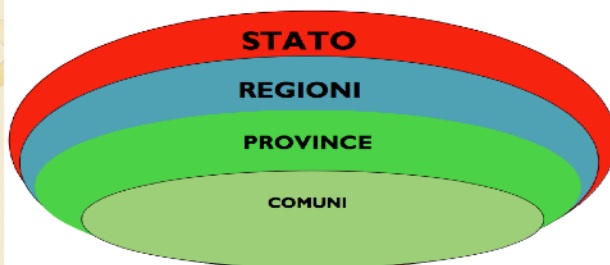
➤ La Repubblica agevola con misure economiche e altre provvidenze la formazione della famiglia e l'adempimento dei compiti relativi, con particolare riguardo alle famiglie numerose.

Articolo 1

➤ Stato, Re

Il diritto

Vecchio ordinamento centralista



Al massimo si giungeva solo al **DECENTRAMENTO** amministrativo:

- le funzioni amministrative dello stato sono svolte da uffici statali decentrati negli enti minori
- Funzioni amministrative delegate agli enti minori

La Repubblica delle autonomie

Sussidiarietà verticale

Art. 5 e art. 114 cost.



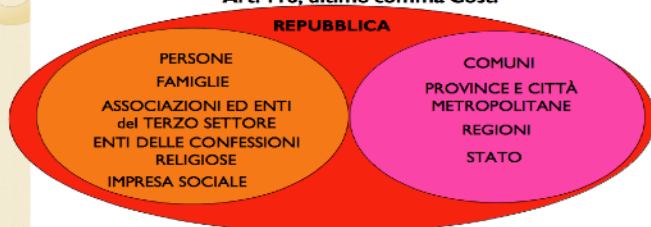
AUTONOMIA E AUTOGOVERNO

Ogni ente rappresenta la propria comunità e ne cura gli interessi. Ha proprie funzioni individuali secondo il principio di sussidiarietà verticale: ciò che può essere fatto dall'ente minore non deve essere fatto dall'ente maggiore.

La Repubblica delle autonomie

Sussidiarietà orizzontale

Art. 118, ultimo comma Cost.



Sono titolari di funzioni amministrative e possono erogare servizi sono svolti non solo gli enti pubblici ma anche le persone, le famiglie, le loro associazioni, gli enti del privato sociale, là dove svolgono attività di interesse generale, secondo il **principio di sussidiarietà orizzontale**: ciò che può essere fatto dalle persone e dai soggetti comunitari non deve essere fatto da enti pubblici

Legge 8 novembre 2000, n. 328

Legge quadro per la realizzazione del sistema integrato di

*Art. 16.
(Valorizzazione e sostegno delle responsabilità familiari)*

1. Il sistema integrato di interventi e servizi sociali riconosce e sostiene il **ruolo peculiare delle famiglie** nella formazione e nella cura della persona, nella promozione del benessere e nel perseguimento della coesione sociale; sostiene e **valorizza i molteplici compiti che le famiglie svolgono** sia nei momenti critici e di disagio, sia nello sviluppo della vita quotidiana; **sostiene la cooperazione, il mutuo aiuto e l'associazionismo delle famiglie; valorizza il ruolo attivo delle famiglie nella formazione di proposte e di progetti per l'offerta dei servizi e nella valutazione dei medesimi**. Al fine di migliorare la qualità e l'efficienza degli interventi, gli operatori coinvolgono e responsabilizzano le persone e le famiglie nell'ambito dell'organizzazione dei servizi.

2. I livelli essenziali delle prestazioni sociali erogabili nel territorio nazionale, di cui all'articolo 22, e i progetti obiettivi, di cui all'articolo 18, comma 3, lettera b), tengono conto dell'esigenza di favorire le relazioni, la corresponsabilità e la solidarietà fra generazioni, di sostenere le responsabilità genitoriali, di promuovere le pari opportunità e la condivisione di responsabilità tra donne e uomini, di riconoscere l'autonomia di ciascun componente della famiglia.

3. Nell'ambito del sistema integrato di interventi e servizi sociali hanno priorità:

- a) l'erogazione di assegni di cura e altri interventi a sostegno della maternità e della paternità responsabile, ulteriori rispetto agli assegni e agli interventi di cui agli articoli 65 e 66 della legge 23 dicembre 1998, n. 448, alla legge 6 dicembre 1971, n. 1044, e alla legge 28 agosto 1997, n. 285, da realizzare in collaborazione con i servizi sanitari e con i servizi socio-educativi della prima infanzia;
- b) politiche di conciliazione tra il tempo di lavoro e il tempo di cura, promosse anche dagli enti locali ai sensi della legislazione vigente;
- c) servizi formativi ed informativi di sostegno alla genitorialità, anche attraverso la promozione del mutuo aiuto tra le famiglie;
- d) prestazioni di aiuto e sostegno domiciliare, anche con benefici di carattere economico, in particolare per le famiglie che assumono compiti di accoglienza, di cura di disabili fisici, psichici e sensoriali e di altre persone in difficoltà, di minori in affidamento, di anziani;
- e) servizi di sollievo, per affiancare nella responsabilità del lavoro di cura la famiglia, ed in particolare i componenti più impegnati nell'accudimento quotidiano delle persone bisognose di cure particolari ovvero per sostituirli nelle stesse responsabilità di cura durante l'orario di lavoro;
- f) servizi per l'affido familiare, per sostenere, con qualificati interventi e percorsi formativi, i compiti educativi delle famiglie interessate.

La legislazione regionale su politiche familiari

REGIONE ABRUZZO

Legge regionale 2 maggio 1995, n. 95

Provvidenze in favore della famiglia.

REGIONE BASILICATA

Legge Regionale 14 aprile 2000, n. 45

Interventi a favore della famiglia

REGIONE CALABRIA

Legge regionale 2 febbraio 2004, n. 1

Politiche regionali per la famiglia.

REGIONE FRIULI VENEZIA GIULIA

Legge regionale n. 1/2006

Interventi regionali a sostegno della famiglia e della genitorialità.

REGIONE LAZIO

Legge regionale 7 Dicembre 2001, n. 32

Interventi a sostegno della famiglia

REGIONE LOMBARDIA

Legge regionale n.23/1999

Politiche regionali per la Famiglia

REGIONE MARCHE

Legge regionale 10 agosto 1998, n. 30

Interventi a favore della famiglia

REGIONE PIEMONTE

Legge regionale 8 gennaio 2004, n. 1.

Norme per la realizzazione del sistema regionale integrato di interventi e servizi sociali e riordino della legislazione di riferimento (art. 41)

REGIONE PUGLIA

Legge regionale n. 5/2004

Legge quadro sulla famiglia

REGIONE SICILIA

Legge regionale n. 10/2003

Norme per la tutela e la valorizzazione della famiglia

REGIONE TRENTO ALTO ADIGE

Legge regionale 18 febbraio 2005, n. 1

Pacchetto famiglia e previdenza sociale.

REGIONE UMBRIA

Legge regionale 16 febbraio 2010, n. 13 Disciplina dei servizi e degli interventi a favore della famiglia.

REGIONE VALLE D'AOSTA

Legge regionale 27 maggio 1998, n. 44

Iniziative a favore della famiglia.

Il **rapporto delle associazioni familiari con le istituzioni pubbliche** dovrebbe essere basato da un lato su una **concertazione** più sistematica in tema di programmazione sociale territoriale dall'altro su una **“sussidiarietà per progetti”** volta alla realizzazione di servizi innovativi, tramite **“coprogettazione”**

Il rapporto con la P.A.

Strumenti della collaborazione con P.A.

a) Programmazione sociale

- ▣ Organismi regionali di consultazione delle associazioni
- ▣ Tavoli di consultazione dei Piani di Zona in ciascun Ambito distrettuale
- ▣ Consulte comunali delle associazioni

b) Realizzazione di servizi e interventi

- ▣ Partecipazione all'Accordo di programma Piano di Zona
- ▣ Coprogettazione e convenzioni (previste da legge su APS e su Associazioni di volontariato e dalla normativa sociale)
- ▣ Cofinanziamenti su bandi (si rinvia alla legislazione regionale)
- ▣ Contributi comunali ad associazioni su attività e progetti (art. 12 Legge 242/1990 e relativi regolamenti comunali)
- ▣ Autorizzazione, accreditamento e convenzione per lo svolgimento di servizi nel sistema integrato di interventi e servizi sociali (ad es. consultori familiari, asili nido, ecc.)

“Buona pratica” nell'ambito dei servizi alla persona e quindi alle famiglie

1. Le famiglie vengano coinvolte come risorse attive e non compaiano solo come “beneficiari” indiretti di un intervento sull'individuo: **un servizio “con” le famiglie**
2. L'**obiettivo** del servizio deve essere chiaramente inteso come un **benessere della famiglia**
3. Si deve verificare che siano state **attivate le reti relazionali dei soggetti** e circa la modalità di **progettazione** che deve essere **partecipata**

La soluzione ottimale è che il servizio/intervento nasca da un processo auto-organizzativo delle famiglie o dalle loro reti associative e si sviluppi attivando partnership tra soggetti misti, pubblici e di privato sociale.

4. Rendere i destinatari del servizio, dunque le famiglie, **soggetti di valutazione** del servizio stesso