

Donaction. Ricerca-azione sul mondo della donazione e i suoi processi comunicativi

Alessandro Fiori, Francesco Sacchetti

FrancoAngeli (2015)

www.donactioncontest.it

Donaction è una campagna di ricerca applicata alla comunicazione strategica promossa dalla Regione Marche e dall'ufficio Scolastico regionale delle Marche in collaborazione con le associazioni di volontariato regionali ADISCO, ADMO, AIDO, AIRP, ANED, ANTR, AVIS e LIFC. Il lavoro è durato due anni e ha coinvolto tutte le province della Regione. Donaction è stato uno dei primi progetti a creare un network sulla donazione a livello regionale e tra le prime esperienze a livello nazionale, che ha permesso alle associazioni di fare rete e lavorare assieme sullo stesso tema. Aver riunito attorno ad uno stesso progetto più associazioni di volontariato è già di per se un esperimento sociale organizzativo che presenta un certo grado di novità. Inoltre, lavorando in modalità di aggregazione per le diverse specificità delle singole associazioni, si è dovuto operare un particolare sforzo astrattivo per definire i tratti comuni del tema di ricerca-intervento. Il minimo comune denominatore nel costituire il gruppo di lavoro è stato ovviamente quello dell'attività oblativa, sul quale con le associazioni si è elaborato un piano di attività di sensibilizzazione che fosse in grado di agire a livello culturale. Si sono dunque messe in campo, negli interventi e nei materiali prodotti per la sensibilizzazione, argomentazioni riguardanti le dimensioni generali di proattività, *civic engagement* e altruismo. Il progetto è stato articolato secondo tre componenti essenziali:

- *Sensibilizzazione*

La sensibilizzazione a livello culturale sul tema della donazione degli individui in età scolare della regione Marche è l'obiettivo primario del progetto.

- *Comunicazione*

Questo lavoro di ricerca-azione ha permesso di spostare il livello organizzativo dalle associazioni al progetto, dando accesso in ugual maniera a tutte le associazioni partecipanti ad una serie di ambienti reali e virtuali studiati e organizzati al fine di raggiungere in maniera significativa diversi pubblici di riferimento. Lo studio dell'impianto di comunicazione ha tenuto conto delle esigenze e delle modalità di comprensione di specifici pubblici di riferimento.

- *Ricerca*

La ricerca sociale è parte integrante e fondamentale per la buona riuscita del progetto, in quanto grazie ad essa è stata possibile la descrizione e la comprensione dello stato attuale della sensibilità sul tema della donazione, permettendo, in questo modo, di individuare problemi o potenzialità nei percorsi di fidelizzazione. Favorendo il monitoraggio dei processi di comunicazione e sensibilizzazione, è stato possibile calibrare in itinere le strategie comunicative dell'azione. Inoltre, attraverso la ricerca, si è costituita una solida base su cui poter progettare future campagne di comunicazione in questo ambito.

Come pubblico di riferimento sono stati individuati gli alunni delle classi 3^a, 4^a, 5^a delle scuole superiori della regione Marche. Un'età che permette di iniziare a costruire una riflessione sul tema, e che entro qualche anno permetterà di decidere autonomamente se scegliere di diventare donatore. Una prima parte di formazione era affidata ai volontari delle associazioni che hanno condotto alcuni incontri nelle scuole del territorio supportati da info-grafica e materiali multimediali appositamente prodotti. Inoltre è stato girato un video (<https://goo.gl/TIma0G>) che raccoglie la testimonianza di una ragazza di 18 anni "Asia" (all'interno quindi del pubblico di riferimento), affetta da fibrosi Cistica, trapiantata di polmoni, la quale raccontava ai suoi coetanei la sua esperienza prima e dopo il trapianto, sottolineando l'importanza della donazione. Oltre ad essere pubblicato in rete, il video è stato proiettato nelle scuole durante gli incontri con i volontari.

Attraverso la creazione di percorsi ludici e formativi insieme, si è puntato così ad ampliare le conoscenze e alimentare una riflessività sul tema del dono e della donazione. Tramite la richiesta di mettere in campo la propria riflessività e creatività, abbiamo notato come l'impegno sviluppato abbia dato luogo a nuove connessioni logiche. In entrambe le edizioni è stato progettato e realizzato un contest (<https://goo.gl/>)

strutturato su diverse categorie di partecipazione che lo rendessero accessibile alle diverse propensioni e attitudini degli studenti che provengono da percorsi di studio differenti.

Parallelamente alla campagna di comunicazione e sensibilizzazione è stata portata avanti l'attività di ricerca. In primo luogo i risultati dello studio mirano a cogliere l'immaginario giovanile rispetto alla donazione e alla figura del donatore, prerequisito conoscitivo fondamentale per essere in grado di attivare un reale cambiamento culturale con effetti di lungo periodo. In secondo luogo vengono individuate le pratiche centrali nell'esperienza di chi è già donatore e iscritto ad associazioni di volontariato. In tal modo si può meglio comprendere quali siano le nuove sfide organizzative che aspettano il mondo dell'associazionismo contemporaneo.

Il progetto Donaction ha messo in evidenza come l'utilizzo di tecniche calibrate su specifici pubblici di riferimento possa rendere maggiore l'interesse verso gli argomenti oggetto di sensibilizzazione. In particolare, uno degli obiettivi prioritari di queste associazioni di volontariato sta nel sensibilizzare e coinvolgere le fasce più giovani della popolazione allo scopo di incidere sulla dimensione culturale con effetti di lungo periodo. La struttura organizzativa del contest ha portato ad un alto grado di coinvolgimento attivo da parte degli studenti delle scuole superiori. Questi ultimi hanno addirittura riportato autonomamente la discussione dal contesto scolastico all'interno delle famiglie, allargando la sfera di influenza del messaggio relativo alla donazione a più ambienti per loro significativi. Questi contesti sono stati comunque raggiunti attraverso precise attività previste dal progetto, nella convinzione che sia indispensabile lavorare congiuntamente su scuola e famiglia, intesi come spazi di relazione significativi per i ragazzi. Se in tali ambienti viene ignorato, disincentivato o osteggiato il messaggio solidale, sarà più difficile che questo faccia presa sui giovani.

Per raggiungere risultati ottimali, è necessario individuare e analizzare i condizionamenti e le cause che generano blocchi rispetto ad un atteggiamento solidale rispetto alla donazione. Dallo studio sono emersi forti condizionamenti rispetto agli ambiti relazionali: famiglia, scuola, network amicali. Inoltre la promozione o l'inibizione della dimensione valoriale del dono in questi contesti, rimane una delle componenti forti rispetto all'attivazione dei giovani verso la donazione. Per tutte le associazioni in generale sembra essere fondamentale la capacità di costruire rituali e pratiche che incentivino e rendano possibile la costante partecipazione degli associati. Questo è particolarmente importante soprattutto per quelle associazioni in cui l'effettiva pratica donativa avviene *una tantum*. Il coinvolgimento attivo crea senso di comunità, influisce sulla costruzione di identità dei donatori, e deve mirare a richiamare e riattivare quelli che abbiamo definito "donatori dormienti".

Tra le categorie emergenti di orientamento verso la donazione, individuate dalle attività di ricerca, è interessante notare come sia presente a livello trasversale nei lavori degli studenti e nelle discussioni dei focus group con studenti e donatori, un interesse relativo all'emozione che si prova nell'atto di donare. Entrare in contatto con chi ha già donato è un'esperienza significativa che riesce ad attivare un processo empatico che porta a modificazioni cognitive.

Inoltre è stato rilevato che una volta aderito ad una associazione di volontariato organizzato, la propensione delle persone ad espandere i propri orizzonti di solidarietà aumenta. Ciò si concretizza attraverso un percorso di approfondimento che sviluppa la componente empatica durante gli anni di adesione alle pratiche delle associazioni, grazie ad una sempre maggiore cognizione dei diversi stati di necessità dell'altro e, infine, grazie all'opportunità di conoscere dall'interno altre realtà associative affini. Questo processo di multiassociazionismo rappresenta un elemento interessante per la costruzione di reti o spazi da dedicare alla conoscenza reciproca tra membri di associazioni differenti al fine di estendere il potenziale di adesione a più associazioni tra chi è già donatore.

A tutti i livelli si nota una sempre maggior richiesta di partecipazione e coinvolgimento nel riempire attivamente gli spazi simbolici e concreti che riguardano le pratiche della donazione.

Ragionando su questi processi una possibile strategia per le future campagne di sensibilizzazione potrebbe puntare sul riposizionamento nel contesto dell'immaginario della pratica oblativa come elemento strutturante dell'identità sociale di una persona, e sulla conseguente costituzione di legami sociali comunitari basati sulla partecipazione.

Come emerge sia dai focus con i ragazzi che da quelli coi donatori la dimensione fondamentale quando si parla di associazionismo relativo alla donazione è il coinvolgimento. Questo deve essere un coinvolgimento diretto delle persone, che avviene dando loro la possibilità concreta di esercitare un'azione, una pratica, un dialogo. Questo concetto di sintesi è molto importante ed è stato ribadito in diverse forme. Si è notato come la volontà di partecipazione sia più forte all'interno di quelle associazioni in cui le persone hanno la

possibilità di costruire un senso di comunità attraverso le pratiche. In tal modo viene favorita la partecipazione attiva alla costruzione di senso dell'azione donativa che si sta compiendo, ma anche alla costruzione della propria identità di donatore.

Con questo progetto le associazioni di volontariato marchigiane hanno raccolto la sfida di trovare nuove modalità di dialogo e comunicazione attiva. Ora il processo non si deve fermare, ma crescere e raggiungere altri traguardi.

Questo articolo è una recensione del volume di Alessandro Fiori e Francesco Sacchetti *Donaction. Ricerca-azione sul mondo della donazione e i suoi processi comunicativi*, edito da Franco Angeli, in uscita a novembre 2015.



Alcuni degli studenti vincitori della categoria video maker, Donaction 2013/2014. Classe 4 Ar del Liceo Classico "Giacomo Leopardi", Macerata.



Donaction
Pubblicato da Vincenzo Ricciardi (?)
Ti piace · 28 febbraio

"Queste foto sono state realizzate con lo scopo di far percepire a chi le guarda che la donazione degli organi è una cosa importante!
Nelle immagini da me inviate possiamo notare che i due soggetti sono "legati" ed uno ha un cuore sano, che donerà, mentre l'altro ha un cuore malato."

di Ilaria Morotti Liceo Artistico Scuola del Libro Urbino

Tagga la foto · Aggiungi posizione · Modifica

Mi piace · Commenta · Condividi · Modifica

Placato a 265 persone. Commenti più in vista

26 condivisioni

Cristina Tanese è fantastica questa foto 😊
Mi piace · Rispondi · 5 · 28 febbraio alle ore 21.06

Kiara Solfa Dice tutto questa foto veramente
Mi piace · Rispondi · 1 · 24 marzo alle ore 11.51

Friedrich Andreoni Bella ila!!
Mi piace · Rispondi · 24 marzo alle ore 15.50

Scrivi un commento...

Foto vincitrice della categoria fotografia, Donaction 2013/2014. Ilaria Morotti, Liceo Artistico "Scuola del Libro", Urbino

Donaction
Organizzazione no profit · Piace a 5010 persone · 6 febbraio 2014 ·

È come dire al mondo intero che se tendesse la mano troverebbe la tua.
#donactioncontest

Piace a 120 persone · 1 commento · 1 condivisione

Mi piace · Commenta · Condividi

Frase vincitrice della categoria scrittura creativa, Donaction, 2013/2014. Marta Cappelletti, Liceo delle Scienze Umane "C. Rinaldini" di Ancona



donaction



SOCIAL CREATIVE CONTEST
donactioncontest.it