

Il volontariato nel 2022 quali orientamenti di ricerca

Valerio Brescia

Presidente Odv Casa Arcobaleno, Ricercatore Dipartimento di Management - Università degli Studi di Torino, Visiting Professor Wroclaw University

Doi: 10.5281/zenodo.6465082

La maggior parte delle Associazioni aderenti al Terzo Settore e in particolare quelle di volontariato si trovano nei primi mesi dell'anno a definire in prospettiva le attività che dovranno svolgere nel corso del 2022. Mai come questo anno, in seguito alla riforma del Terzo Settore introdotta con il D.Lgs. 117/2017 e le diverse richieste di adeguamento statutario, susseguite nel tempo, ci si trova davanti a Enti orientati a interessi generali che devono supplire e supportare gli interessi generali dello Stato (Chiampì, 2020; Iannaci, D., & Aiassa, A. (2020). Infatti, l'avvio e il funzionamento del registro unico nazionale del Terzo Settore (Runts) sta portando la maggior parte delle organizzazioni di volontariato (Odv), associazioni di promozione sociale (Aps) e Onlus iscritte nei rispettivi registri ad adeguare il proprio statuto approfittando della finestra temporale aperta fino al 31 maggio 2022, termine di certo non tassativo ma che si riferisce soltanto alla possibilità per tali enti di modificare lo statuto utilizzando le procedure e le maggioranze dell'assemblea ordinaria. Ma come sappiamo le attività di volontariato possono essere svolte sia da organizzazioni stabili che da gruppo di soggetti uniti in attività di community-based orientata al volontariato (Brescia, 2021). Ci si pone quindi il dubbio su quali siano queste attività in un contesto condizionato dal COVID (Biancuzzi et al., 2021), da Nuove Guerre e da sistemi economici in continua evoluzione (Biancone, Brescia, & Jafari-Sadeghi, 2021) che coinvolgono a volte il terzo settore in processi di coprogettazione tra pubblico e terzo settore verso quello che è definito dalla storia il benessere comune e il bene comune (Coronella et al., 2020). Dal nuovo anno inizia a essere presente un processo di spinta verso la co-progettazione realizzato ai sensi della legge 241/1990 ma realizzabile del tutto dalla deliberazione delle linee guida approvate con il D.M. 72 del 31/3/2021 che costituiscono una traccia per applicare tale norma ad un procedimento di amministrazione condivisa. In questo tumulto evolutivo per terzo settore e volontariato si ha quindi la necessità di identificare temi, orientamenti e elementi che non può definire da sola l'accademia italiana e internazionale. Se i portatori d'interesse rimangono la bussola in questo mare magnum di bisogni e necessità a cui rispondere (Marshall & Woodward, 2004; Fletcher et al., 2003), servono nuovi strumenti per identificarli e guidare anche il terzo settore e studiosi come già avvenuto per organizzazioni ben più complesse (Grossi et al., 2021). Quali dovrebbero essere identificate le attività più discusse, i temi e le ricadute e gli impatti (Esposito et al. 2021) su cui devono indagare i ricercatori nel 2022?

Dalla domanda all'analisi

Come nei processi di rendicontazione sociale e di valutazione dei bisogni informativi previsti dalla matrice di materialità (GRI 101:2016) siamo davanti a un gap informativo che coinvolga l'intero contesto. A tal fine può essere adottato un processo di sensitive analysis che attraverso i social media esistenti e applicativi dedicati vada a sondare il web alla ricerca di risposte. Tali risposte non riguardano solo temi e attori ma anche il modo in cui le informazioni vengono comunicate che

influenza la percezione del lettore e il coinvolgimento dei portatori di interesse che dipende dal modo in cui le informazioni vengono condivise in uno scambio tra portatori d'interesse e organizzazioni o gruppi di volontariato (Chong e Druckman 2007). Bellucci e Manetti (2017) hanno già dimostrato che i social media possono essere utilizzati per influenzare le scelte manageriali nelle organizzazioni senza scopo di lucro e per percepire l'opinione e il coinvolgimento su argomenti specifici, coinvolgendo le parti interessate nell'arena sociale di confronto. Ma all'inverso tali informazioni possono influenzare e creare trend di ricerca e allocare l'attuale azione degli attori. I social media espressivi consentono alle persone di esprimersi condividendo con altri testi, immagini, video e musica. Facebook, MySpace, Twitter, Youtube, Flickr e Four-square rientrano in questa categoria di social media. Ai social media espressivi utilizzati si aggiungono i social media collaborativi, che consentono alle persone di lavorare insieme per raggiungere obiettivi comuni attraverso processi interattivi e sociali. Wiki e Google Docs sono ottimi esempi di questo tipo di social media (Lee e Kwak 2012). Proprio per via della loro crescente diffusione, i social media sono divenuti un oggetto di analisi per comprendere le opinioni delle persone e i bisogni delle persone su determinati aspetti e temi, ma anche su cosa ne pensano di un prodotto o servizio. L'analisi di queste tematiche, in ambito accademico e non solo, prende il nome come abbiamo detto di sentiment analysis. La sentiment analysis, detta anche opinion mining, è il campo di studio che analizza le opinioni, i sentimenti, le valutazioni, le attitudini e le emozioni delle persone verso entità e i loro attributi espressi in un testo scritto (Liu 2015). La sentiment analysis è strettamente legata al concetto di opinion mining, un termine per indicare una tecnica in grado di elaborare una ricerca su parole chiave e di identificare, per ciascun termine, degli attributi (positivo, neutro, negativo) tali per cui, una volta aggregate le distribuzioni di questi termini, diventa possibile estrarre l'opinione associata a ciascun termine chiave (Dave, Lawrence e Pennock 2003). Le tecniche di analisi più comunemente individuate rispetto alla sentiment analysis possono suddividersi in tre macrocategorie: rilevamento delle keyword, affinità lessicale e metodi statistici. Partendo dalla macrocategoria più semplice, il rilevamento delle keyword consente di classificare il testo tramite categorie emotive facilmente riconoscibili, individuate in base alla presenza di parole emotive non ambigue, come "felice", "triste" e "annoiato".

Il metodo dell'affinità lessicale invece, non rileva solo le keyword emotive, ma assegna anche a parole arbitrarie "un'affinità" probabile a emozioni particolari. Rispetto alla prima metodologia vista, l'affinità lessicale consente di affinare la selezione e l'attribuzione della polarità (positivo, neutro, o negativo). Infine, troviamo i metodi statistici che si basano su elementi di apprendimento automatico supervised (supervisionate) e unsupervised (non supervisionate) che eseguono la classificazione del sentimento basandosi sulle frequenze di co-occorrenza delle parole. (Hussain e Cambria 2018; Majumder et al. 2018).

I temi rilevanti di inizio 2022

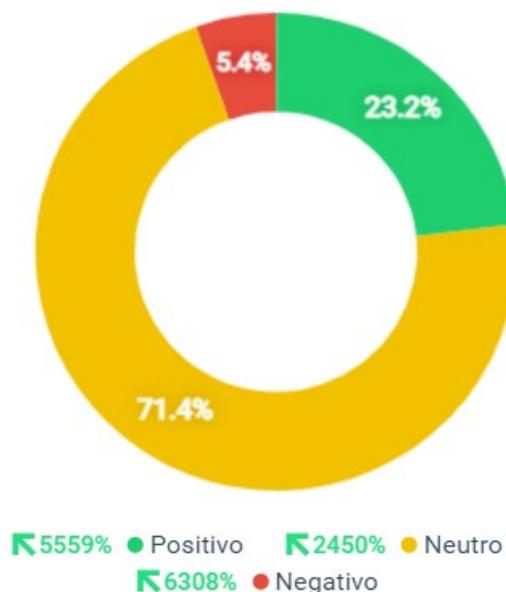
L'adozione della sentiment analysis sui primi tre mesi dell'anno ha permesso di identificare 14.200 risultati con 65.100 utenti coinvolti nei dibattiti generati dalle informazioni e 3.300 fonti uniche. I social media che hanno avuto maggior risalto sono i blog direttamente gestiti spesso dalle organizzazioni di volontariato e dalle Notizie Online. Twitter diversamente dalle aspettative costituisce il principale canale di scambio di informazioni e diffusione delle iniziative. Gli utenti registrati che maggiormente sono interessati al volontariato sono uomini per il 60,6% e donne per il 39,4%. Maggiore attenzione è data dal tema nella fascia di età tra i 25-34 anni per il 44,4%, tra i 18 e 24 anni per il 26,1%, per il 18% tra i 35 e i 44 anni e per il 10,2% tra i 45 e i 54 anni. Il dato dell'engagement e interesse è condizionato ovviamente dalla maggiore difficoltà e utilizzo dei social media da parte di soggetti che non sono nativi digitali o millennial (Secinaro et. 2021).

di prioritario dibattito. I due temi sono prioritari nel nuovo anno seguiti dalla valorizzazione del numero di volontari ancora impegnati per prevenire e contrastare il COVID e gestire i disagi giovanili emergenti a seguito dei due anni pandemici. Questi i temi associati al termine volontariato. Le Associazioni si domandano sulla reale capacità del Presidente di gestire il nuovo flusso di immigrati ucraini che vede nel piano messo in atto 15 mila posti all'intero delle strutture di accoglienza per migranti già esistenti e 60 mila posti presso le famiglie disposte ad accogliere. È evidente come la gestione delle organizzazioni di volontariato, dell'impatto delle attività, delle risorse e delle attività di community-based svolte dalle famiglie acquisisca un connotato particolare che deve essere considerato e raccontato si spesa solo nel breve termine. I servizi diventano quindi un tema prioritario sia nel contesto nazionale che internazionale, temi principali l'erogazione da parte del terzo settore di servizi primari di accesso in sostituzione o integrazione al sistema sanitario (es. sistema diagnostico per HIV e altre patologie) in organizzazioni ove l'accesso su prenotazione ha generato un ostacolo stabile con la razionalizzazione delle diagnosi, assistenza psicologica resa maggiormente necessaria dai due anni passati, tutela legale di minoranze LGBTQ che ricevono violenza anche nel contesto familiare, servizi primari verso i profughi, tutela delle donne che ricevono violenza con l'apertura di nuovi centri in coprogettazione con il contesto regionale di riferimento e in contesto internazionale l'accesso all'acqua e alla creazione di corridoi umanitari non solo per la guerra in Ucraina ma per le altre guerre dimenticate attualmente in atto. Tra le iniziative messe in atto dalle associazioni di volontariato nel 2022 riguardando la gestione degli animali in città come il contenimento dei gatti randagi e l'individuazione di sistemazioni stabili (es. caso Legnano), l'assistenza verso soggetti fragili come il progetto di spesa solidale assistita per anziani non in grado di provvedere autonomamente con consegna a domicilio, le giornate della pace e della memoria, la sostenibilità ambientale che nel contesto nazionale acquisisce connotati particolari quali ad esempio l'attività svolta in collaborazione tra filiera del vino e associazioni per renderla sostenibile attraverso un utilizzo delle risorse (acqua, suolo, energia, rifiuti) limitato. L'ambiente è associato anche al tema della collaborazione tra pubblico e terzo settore nell'individuazione di piani comuni e di studi e buone pratiche per ridurre la desertificazione e l'eccessivo consumo di suolo. La collaborazione tra cittadino e istituzioni coinvolge il volontariato anche in iniziative di grandi dimensioni che non sarebbero realizzabili senza l'adesione dei residenti, tra queste la selezione e la ricerca di volontari per l'Eurovision che si terrà in Italia a Torino e che ha visto 12.000 domande e richieste di adesione. La ricaduta economica e del contesto colpisce anche le associazioni di volontariato che si occupano di trasporto socio-sanitario con una palese difficoltà di copertura dei costi del servizio legati all'aumento delle accise e dei costi della benzina. La carenza di risorse viene di fatto messa in risalto da diverse raccolte fondi messe in atto da associazioni di volontariato in particolare per sostenere le attività di accoglienza dei profughi.

I principali temi che creano disappunto negli utenti riguardano le richieste di nuovi fondi regionali a sostegno delle organizzazioni di volontariato e di coinvolgimento nella distribuzione di risorse fornite con il PNRR, la richiesta al governo di proroga dei tempi di invio delle graduatorie del bando volontari 2021 e delle date di avvio dei relativi Programmi di Intervento e l'invasione dell'Ucraina da parte della Russia. Ai sentimenti negativi si aggiungono quelli relativi alle misure insufficienti messe in atto per ridurre il rincaro carburante per i servizi di assistenza ai disabili e di emergenza 118 svolto dalle organizzazioni di volontariato. Percezione positiva verso le attività della protezione civile fortificata in questi anni di COVID, i volontari per l'Eurovision, le attività di tutela degli animali (es. associazioni che si prendono cura degli animali dei clochard), le attività di accoglienza delle associazioni di volontariato nei confronti dei profughi ucraini e le attività messe in campo di tutela degli anziani.



RIPARTIZIONE PER SENTIMENT



References:

- Bellucci, M., & Manetti, G. (2017). Facebook as a tool for supporting dialogic accounting? Evidence from large philanthropic foundations in the United States. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*.
- Biancone, P., Brescia, V., & Jafari-Sadeghi, V. . (2021). The impact of the COVID-19 on policies and investments of the European Green Deal . *European Journal of Volunteering and Community-Based Projects*, 1(3), 60-77.
- Biancuzzi, H., Dal Mas, F., Bagnoli, C., & Massaro, M. (2021). COVID-19, paradoxes, and new business models. An opportunity for third sector organizations?. *European Journal of Volunteering and Community-Based Projects*, 1(1).

- Brescia, V. (2020). Bibliometrix analisi: volontariato e community-based. *European journal of volunteering and community-based projects*, 1(1), 1-22.
- Chiampi, A. (2020). Regime fiscale degli enti del terzo settore. *European journal of volunteering and community-based projects*, 1(1), 89-89.
- Chong, D., & Druckman, J. N. (2007). A theory of framing and opinion formation in competitive elite environments. *Journal of communication*, 57(1), 99-118.
- Coronella, S., Biancone, P., Secinaro, S., & Brescia, V. (2020). Monti di Pietà of 1500 and the Islamic banks as models of common good. *CONTABILITÀ E CULTURA AZIENDALE*.
- Dave, K., Lawrence, S., & Pennock, D. M. (2003, May). Mining the peanut gallery: Opinion extraction and semantic classification of product reviews. In *Proceedings of the 12th international conference on World Wide Web* (pp. 519-528).
- Esposito, P., Brescia, V., Fantauzzi, C., & Frondizi, R. (2021). Understanding social impact and value creation in hybrid organizations: The case of Italian civil service. *Sustainability*, 13(7), 4058.
- Fletcher, A., Guthrie, J., Steane, P., Roos, G., & Pike, S. (2003). Mapping stakeholder perceptions for a third sector organization. *Journal of intellectual capital*.
- Grossi, G., Biancone, P. P., Secinaro, S., & Brescia, V. (2021). Dialogic accounting through popular reporting and digital platforms. *Meditari Accountancy Research*.
- Hussain, A., & Cambria, E. (2018). Semi-supervised learning for big social data analysis. *Neurocomputing*, 275, 1662-1673.
- Iannaci, D., & Aiassa, A. (2020). Adeguamento statuti delle ODV. *European journal of volunteering and community-based projects*, 1(2), 1-26.
- Lee, G., & Kwak, Y. H. (2012). An open government maturity model for social media-based public engagement. *Government information quarterly*, 29(4), 492-503.
- Liu, B. (2020). *Sentiment analysis: Mining opinions, sentiments, and emotions*. Cambridge university press.
- Majumder, N., Hazarika, D., Gelbukh, A., Cambria, E., & Poria, S. (2018). Multimodal sentiment analysis using hierarchical fusion with context modeling. *Knowledge-based systems*, 161, 124-133.
- Marshall, S., & Woodward, S. (2004). The more the merrier? Stakeholders in not-for-profit companies. *Third Sector Review*, 10(1), 101-128.
- Secinaro, S., Brescia, V., Iannaci, D., & Jonathan, G. M. (2021). Does citizen involvement feed on digital platforms?. *International Journal of Public Administration*, 1-18.