

CENTRI DI SERVIZIO: COME COMUNICANO?

I primi risultati della ricerca di Sapienza Università di Roma e Csvnet

di Gaia Peruzzi e Stefania Carulli

Tanti, e buoni, servizi. Questo è ciò che emerge dai dati della prima azione del progetto “La cultura del servizio e i servizi alla cultura del volontariato”, una ricerca sulla comunicazione dei Centri di servizio per il volontariato aderenti a Csvnet, realizzata da un gruppo di 10 giovani ricercatori, coordinati dalla professoressa Gaia Peruzzi del Dipartimento di comunicazione e ricerca sociale della Sapienza, Università di Roma, insieme con l’Ufficio comunicazione di Csvnet. I primi risultati della ricerca, ancora in corso, sono stati presentati a Cagliari lo scorso novembre, durante la seconda conferenza organizzativa di Csvnet. Due idee hanno ispirato la nascita di questo progetto. La prima era quella di avvicinare, far incontrare e lavorare insieme due mondi, quello del volontariato e quello dell’università, che sul terreno della comunicazione sociale hanno

ancora molto da ri-conoscersi e da scambiarsi.

L’obiettivo più diretto e operativo era invece quello di ricostruire il quadro delle dinamiche comunicative (dunque identitarie, relazionali e organizzative) che intercorrono tra i Csv e tra il mondo del volontariato, che essi sostengono, e il mondo esterno. In un’epoca in cui Internet e le tecnologie digitali sono strumenti imprescindibili per qualsiasi organizzazione professionale, la ricerca ha scelto l’analisi dei siti come primo step di lavoro.

Le aree di ricerca

Nella seconda metà di settembre 2010 sono stati analizzati i 71 siti dei 72 Csv aderenti al Coordinamento. Uno risultava fuori uso al momento della rilevazione. Il monitoraggio è stato effettuato sulla base di una griglia costruita *ad hoc* composta da più di 100 items, organizzati in 5 aree.

La prima mirava a stabilire se il sito possedesse i requisiti minimi (di accessibilità, fruibilità e leggibilità) di uno strumento di comunicazione per un'organizzazione professionale. La seconda valutava la capacità del sito di presentare adeguatamente il Csv in questione, e in senso più ampio (per un navigatore non esperto di volontariato) cosa sono e come funzionano i Csv. La terza parte analizzava la qualità e la quantità dei servizi offerti dal sito relativamente alle attività di informazione, formazione, rendicontazione e bilancio. La quarta toccava il nodo nevralgico dell'identità del Coordinamento percepibile dai siti dei Csv e delle reti con altri soggetti del territorio. Nell'ultima, infine, si indagava l'utilizzo da parte dei Csv dei social network e delle potenzialità interattive del web.

I risultati

Dalle prime anticipazioni i siti internet sono un biglietto da visita positivo e professionale per i Centri di servizio.

Dal punto di vista grafico, i siti risultano nella stragrande maggioranza facilmente riconoscibili; il logo del Csv è visibile in tutte le pagine analizzate e l'organizzazione dei menù consente sempre di raggiungere agevolmente le informazioni. Il 96% dei Csv ha una pagina dedicata alla presentazione della struttura e delle proprie attività, insieme ad approfondimenti sulla normativa di riferimento; il 41% offre informazioni sulla storia del Csv, e alcuni dedicano uno spazio del proprio sito ai valori fondanti del volontariato.

I servizi di informazione sono invece il fiore all'occhiello dei siti dei Csv aderenti al Coordinamento: dei 71 siti analizzati, ben 54 pubblicano infatti notizie aggiornate nell'ul-

tima settimana o negli ultimi due giorni, 49 hanno una sezione dedicata alle ricerche e alle pubblicazioni sul volontariato, 38 mettono a disposizione degli utenti una rassegna stampa. Tutti dati positivi, questi ultimi, che si confermano anche nella sezione dedicata alla formazione, dove abbondano le notizie delle attività formative organizzate dalle associazioni, accompagnate da quelle rivolte al mondo scolastico. Un risultato più che positivo quindi...ma non senza qualche neo.

Meno formalismi, un maggiore approccio ai nuovi media e un contatto più diretto con l'utente comune, non necessariamente "volontario". Sono questi gli ambiti su cui la comunicazione dei Csv sulla rete deve fare un salto di qualità, almeno secondo quelli che sono i primi risultati della ricerca.

A una presentazione nel complesso positiva e professionale fa da contrappeso però un effetto diffuso di anonimato, riconducibile, ad esempio, alla scarsa pertinenza del nome del sito con quello dell'ente o alla presenza di contatti esclusivamente istituzionali.

La tendenza alla formalità è confermata da altri elementi. Pur puntuali e costantemente aggiornate, le informazioni di molti siti lasciano trasparire una disattenzione verso i temi che contraddistinguono la *mission* del volontariato: il 96% dei Csv ha una pagina dedicata alla presentazione della struttura e delle attività, insieme ad approfondimenti sulla normativa di riferimento. Nei siti dei Csv l'uso della newsletter è ancora disomogeneo, ed esigua è la presenza di profili "ufficiali" sui social network.

Inoltre sono troppo pochi i Centri che danno informazioni per avvicinare gli utenti alle attività di volontariato e solo 4 siti ogni 10 parlano espressamente del servizio civile. ■