

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI SASSARI

**DOTTORATO IN
DIRITTO ED ECONOMIA DEI SISTEMI PRODUTTIVI
INDIRIZZO ECONOMICO
XVIII° CICLO**

RAPPORTO DI RICERCA

**IL CAPITALE SOCIALE
NELLE ASSOCIAZIONI DI
VOLONTARIATO IN SARDEGNA**

COORDINATORE: Prof. MICHELE COMENALE PINTO

TUTOR: Prof.ssa ELISABETTA ADDIS

DOTTORANDO: LUIGI SERRA

RAPPORTO DI RICERCA

IL CAPITALE SOCIALE NELLE ASSOCIAZIONI DI VOLONTARIATO

CAPITOLO 1

Introduzione

E' oggi sostanzialmente riconosciuto in letteratura il contributo allo sviluppo offerto da quei "fattori immateriali" che sarebbero in grado di far funzionare efficacemente il tessuto socio-economico di un territorio. Sono considerati fattori immateriali dello sviluppo, ad esempio, il livello di fiducia e affidabilità presenti in un dato contesto, il senso civico, i *networks* basati su cooperazione e reciprocità. Questi elementi, generalmente riconducibili al concetto di capitale sociale, oltre a costituire un valore in sé per il tessuto sociale in cui emergono, si sono dimostrati capaci di favorire la *performance* economica della collettività secondo diverse modalità (es. Putnam 1993; Knack e Keefer 1997).

Due sono i principali obiettivi del presente contributo.

Innanzitutto si intende indagare nello specifico il ruolo che la partecipazione in associazioni di volontariato ha in termini di creazione di diverse forme di capitale sociale dei volontari coinvolti. Le domande principali cui si intende rispondere sono quindi:

- Attraverso la partecipazione in organizzazioni di volontariato i soggetti coinvolti arricchiscono le loro reti di relazioni basate su fiducia e affidabilità?
- I membri delle associazioni sviluppano specifiche virtù civiche?
- Quali caratteristiche e modalità operative favoriscono la capacità delle associazioni di incidere sul capitale sociale dei loro membri?

In quest'ottica, l'indagine prevede quindi due fondamentali livelli di analisi. Il primo consiste nel verificare se le organizzazioni di volontariato siano effettivamente soggetti privilegiati in grado di incidere su quei fattori immateriali che sembrano oggi avere un ruolo chiave nel determinare il sentiero di sviluppo delle diverse collettività. Il secondo riguarda lo studio delle particolari scelte operative e strategiche di queste organizzazioni (in termini, ad esempio, di modalità di coinvolgimento dei volontari, di organizzazione di corsi di formazione, di promozione di momenti di dialogo e sensibilizzazione), che possono favorire la loro capacità di produrre capitale sociale. Come si specificherà nel corso del contributo, il fatto che ci si concentri sul capitale sociale dei volontari non implica necessariamente che l'effetto del capitale sociale si rifletta esclusivamente sui volontari stessi. Caratteristica dei concetti di capitale sociale considerati è, infatti, l'esternalità¹ che essi producono a livello di collettività.

In secondo luogo, si intende proporre una prima indagine esplorativa degli effetti economici che il capitale sociale sviluppato dai membri delle associazioni può avere a livello individuale e collettivo. In particolare, ci si concentra sugli effetti che le relazioni e le competenze sviluppate in associazione possono avere nel favorire il successo nella ricerca di lavoro dei soggetti disoccupati o nel favorire miglioramenti occupazionali.

¹ Si parla di esternalità quando l'azione di un agente economico, sia esso un produttore o un consumatore, produce effetti diretti su altri soggetti, senza che il mercato ne tenga in qualche modo conto.

Il concetto di capitale sociale considerato nell'analisi, coerentemente con la letteratura di riferimento (es. Paldam 2000), è un concetto multi-dimensionale. La diffusione che la nozione di capitale sociale ha avuto nel corso degli ultimi anni non ha infatti prodotto la convergenza verso una definizione univocamente accettata. Nei vari ambiti in cui questo concetto ha trovato applicazione, si pensi alla sociologia, all'economia e alla politologia, esso ha assunto accezioni diverse, al punto che oggi è sostanzialmente possibile individuare almeno tre "forme" di capitale sociale che vengono quindi considerate nella presente ricerca:

- Il capitale sociale in termini di reti di relazioni facenti capo ai singoli individui o presenti all'interno di una data collettività (es. Coleman 1988 e 1990, Burt 1992, 2002);
- Il capitale sociale in termini di norme di fiducia e cooperazione diffuse in un dato contesto (es. Putnam 1993);
- Il capitale sociale inteso come competenze relazionali dei singoli (es. Glaeser, Laibson e Sacerdote 2000).

Nella prospettiva di seguito adottata, le associazioni di volontariato non solo contribuirebbero in via diretta allo sviluppo sociale di un dato territorio, principalmente producendo valore aggiunto in termini di beni, servizi e attività rivolti alle "fasce deboli" della popolazione (si pensi agli anziani, ai soggetti in difficoltà economica). Esse inciderebbero anche, in modo significativo, sulle potenzialità di sviluppo economico di un territorio, accrescendone il livello di capitale sociale.

La ricerca prevede l'uso di alcuni indicatori: una *proxy* di capitale sociale in termini di fiducia generalizzata sviluppata dai soggetti all'interno dell'associazione, una *proxy* di capitale sociale in termini di senso civico sviluppato attraverso la partecipazione all'associazione, una *proxy* di capitale sociale in termini di competenze relazionali acquisite prestando la propria attività di volontariato, quattro *proxy* di capitale sociale in termini di reti di relazioni. Tre finalizzate a cogliere l'ampiezza delle reti di relazioni basate su fiducia e affidabilità che si creano fra i volontari e i soggetti conosciuti attraverso l'associazione e una finalizzata a misurare il grado di collaborazione che caratterizza in generale le relazioni fra i volontari e i soggetti conosciuti in associazione.

Questi indici di capitale sociale sono quindi stati messi in relazione sia a caratteristiche individuali sia a caratteristiche riferite alle singole associazioni in cui i volontari si trovano a operare. L'analisi proposta evidenzia una rilevante creazione di capitale sociale, nelle diverse forme considerate, connessa alla partecipazione alle associazioni di volontariato, e rivela come alcune caratteristiche sia individuali, sia legate alle scelte operative delle associazioni siano in grado di promuovere una maggiore creazione di capitale sociale. Si è inoltre rilevato un effetto significativo del capitale sociale sviluppato in associazione sul percorso lavorativo dei soggetti intervistati.

Il presente contributo si articola in 8 sezioni comprese introduzione e conclusioni. La sezione 2 produce una breve rassegna delle definizioni e delle misure di capitale sociale proposte in letteratura del concetto di capitale sociale. Questa sezione appare significativa in particolare per collocare all'interno della letteratura di riferimento le tre diverse forme di capitale sociale considerate in questa ricerca. La sezione 3 propone una rassegna degli studi che si sono concentrati sul ruolo che le organizzazioni *nonprofit* hanno nel generare capitale sociale. Questa sezione è finalizzata a chiarire le peculiarità della ricerca proposta. La sezione 4 si concentra sul campione di associazioni considerato e sulla metodologia utilizzata al fine di realizzare il *database* su cui si basa l'analisi empirica. La sezione 5 descrive le variabili considerate nell'analisi empirica in particolare concentrandosi sugli indici di capitale sociale e sull'impatto che la partecipazione in associazione ha nel generare capitale sociale nei

volontari. La sezione 6 presenta e commenta i risultati di alcune stime econometriche condotte sui dati raccolti in cui si analizzano gli effetti che caratteristiche riferite ai singoli soggetti o alle associazioni hanno nel promuovere la creazione di capitale sociale. La sezione 7 introduce una prima esplorativa indagine degli effetti economici che il capitale sociale sviluppato in associazioni di volontariato può avere sulle condizioni di lavoro che caratterizzano i membri. La sezione 8 propone alcune considerazioni conclusive sui risultati della ricerca, insieme ad alcune indicazioni di *policy* che da essa emergono.

CAPITOLO 2

Il concetto di capitale sociale nella letteratura socio-economica

La nozione di capitale sociale compare poco meno di un secolo fa, ma è solo negli ultimi quindici-venti anni che essa si afferma e si diffonde in modo considerevole sia in sociologia, sia in economia.

La locuzione “capitale sociale”, con il significato qui attribuitole, appare la prima volta probabilmente nei primi anni del novecento. È infatti nel 1916 che la sociologa Lydia Hanifan parla di capitale sociale riferendosi a “quegli elementi tangibili che tanto influiscono sulla vita quotidiana delle persone come l’amicizia, la benevolenza, l’empatia e le relazioni sociali che intercorrono tra individui e famiglie che compongono una unità sociale. Quando un individuo viene a contatto con altri, ed essi a loro volta hanno contatti con altri individui, si crea una rete di capitale sociale che soddisfa i bisogni sociali del singolo e che può essere una potenzialità sufficiente per la creazione di un sostanziale miglioramento delle condizioni di vita dell’intera comunità” (Hanifan 1916, p.130, tratto da Wolcoock e Narayan 2000). Un altro contributo pionieristico, nel quale si richiama esplicitamente il capitale sociale, è quello di Loury (1977) che tuttavia viene pubblicato sessant’anni dopo quello della Hanifan. Loury utilizza il concetto di capitale sociale in relazione a quello di capitale umano ed interpreta tale concetto come il complesso delle risorse che si riferiscono ai legami famigliari e all’organizzazione sociale di una comunità e che contribuiscono a determinare lo sviluppo sociale e cognitivo di un bambino o di un adolescente. E’ tuttavia solo a partire dagli anni ottanta che la nozione di capitale sociale assume particolare rilievo, grazie soprattutto ai contributi dei sociologi Pierre Bourdieu (1986) e James Coleman (1988; 1990). Negli anni seguenti, il concetto è stato ampiamente utilizzato al fine di studiare il ruolo che le relazioni sociali possono avere in diversi contesti:

- nel favorire l’efficienza delle istituzioni (Putnam 1993; La Porta et al.1999; Knack 2002);
- nel determinare la *performance* a livello d’azienda (Chiesi 2005; Sabatini 2006b);
- nel promuovere la diffusione e la creazione di conoscenza sia a livello di apprendimento individuale (Loury 1977; Bourdieu 1986; Coleman 1988) sia in ambito organizzativo (Nonaka e Takeuchi 1997; Nahapiet e Ghoshal 2002);
- nel promuovere lo sviluppo del sistema finanziario (Guiso Sapienza e Zingales 2004);
- nel favorire la “qualità dello sviluppo economico” promuovendo lo sviluppo umano, la qualità dell’ambiente, e un indice composito di “qualità sociale” (Sabatini, 2006);
- nel favorire la crescita economica a livello aggregato (Knack e Keefer 1997; Narayan e Pritchett 1999; Zak e Knack 2001);
- nel ridurre il tasso di criminalità (Buonanno, Montolio e Vanin 2006)

Alcune delle analisi ora citate hanno prevalentemente carattere teorico, altre empirico. Così come a livello teorico non si è ancora giunti a individuare una definizione di capitale sociale univocamente condivisa, così a livello empirico sono state proposte diverse misure del

concetto.

Una volta introdotta la nozione di capitale sociale e i principali campi di studio all'interno dei quali essa ha trovato applicazione, nel prossimo paragrafo si intende, per quanto possibile, gettare maggiore luce sulle caratteristiche dei principali approcci al capitale sociale, distinguendo fra le analisi di carattere prevalentemente teorico e quelle più di carattere empirico. A tal fine, si propone una possibile classificazione dei diversi studi sul capitale sociale, citando i contributi maggiormente significativi riconducibili ai diversi approcci individuati e associando ad essi i principali indicatori di capitale sociale presenti in letteratura.

2.1. Capitale sociale: classificazioni e misure

Le varie definizioni di capitale sociale proposte in letteratura sembrano presentare un minimo comune denominatore. Esse fanno tutte riferimento a un qualche tipo di relazioni e/o norme sociali. A partire da questo elemento comune, al fine di meglio interpretare le differenze tra le diverse definizioni esistenti, si può sottolineare come si possano sostanzialmente classificare tre grandi gruppi di definizioni:

- quelle che interpretano il capitale sociale in termini di reti di relazioni cui gli individui possono riferirsi al fine di realizzare obiettivi individuali altrimenti non raggiungibili o realizzabili solo a costi superiori;
- quelle che vedono il capitale sociale come espressione di norme (di fiducia, reciprocità e cooperazione) più o meno condivise dai soggetti appartenenti a una data comunità;
- quelle che intendono il capitale sociale come una caratteristica individuale intesa come competenza relazionale, ossia capacità di attivare e gestire relazioni interpersonali².

2.1.1. Capitale sociale in termini di reti di relazioni

Per quanto riguarda l'approccio al capitale sociale inteso come reti di relazioni facenti capo ai singoli individui, appare particolarmente rilevante il contributo di Coleman (1988 e 1990), secondo cui il capitale sociale sarebbe riconducibile al complesso delle relazioni sociali che l'individuo può mobilitare al fine di raggiungere un proprio obiettivo. Gli agenti in parte erediterebbero il capitale sociale, ad esempio in riferimento ai legami parentali, e, in misura maggiore, lo costruirebbero attivamente, tessendo delle reti di relazioni interpersonali. Secondo questo autore, il capitale sociale è definibile a partire dalle funzioni che svolge e *"The function identified by the concept "social capital" is the value of those aspects of social structure to actors, as resources that can be used by the actors to realize their interest"* (Coleman 1990, p.305). L'autore sostiene inoltre che il capitale sociale si produce nel momento in cui le relazioni fra le persone cambiano in modo da facilitare il compimento di determinate azioni. Secondo l'approccio di Burt (1992, 2002) riferito al *"social capital of*

² Questi tre approcci presentano ovviamente alcune interrelazioni. Un soggetto dotato di capitale sociale in termini di competenze relazionali, ad esempio, avrà maggiori probabilità di crearsi ed essere inserito in un *network* di relazioni ampio su cui confidare. *Networks* ampi e densi si genereranno con maggiore probabilità nei contesti in cui sono maggiormente condivise norme etiche di fiducia e reciprocità.

brokerage” le persone coinvolte in *networks* che collegano “*structural hole*” (buchi strutturali) fra gruppi diversi hanno vantaggi nel raccogliere informazioni e nel realizzare opportunità a loro favorevoli.

Sia Coleman sia Burt hanno effettuato indagini empiriche in relazione ai concetti di capitale sociale proposti. Coleman (1988) si è focalizzato sull’impatto che il capitale sociale può produrre sul contesto educativo dei figli e ha verificato come l’intensità e l’ampiezza sia delle relazioni interne, sia di quelle esterne alla famiglia³ possono incidere positivamente sulle *performances* scolastiche dei figli. Burt, in relazione alla sua idea di “*social capital of brokerage*” evidenzia, ad esempio, che *managers* (Burt 2004) e banchieri (Burt 2003) che sono in comunicazione con differenti gruppi di individui che condividono idee e modi di pensare alternative sono maggiormente capaci di realizzare vantaggi individuali quali promozioni, salari più elevati, idee brillanti. Un contributo rilevante nel contesto italiano che ha proposto misure di capitale sociale nell’accezione di *network* di relazioni è quello di Sabatini (2005). Egli, utilizzando dati Istat a livello regionale italiano, elabora quattro indicatori di capitale sociale: capitale sociale familiare (reti di legami forti tra membri della famiglia), capitale sociale amicale (reti di legami forti e deboli tra amici e conoscenti), organizzazioni volontarie (reti di legami deboli tra membri delle organizzazioni volontarie) e reti di legami deboli legate alla partecipazione politica. Egli propone una interessante analisi delle diverse dimensioni introdotte e sottolinea come emerga una distinzione nella dotazione che i diversi contesti territoriali rivelano in termini di capitale sociale *bonding* (colto attraverso i legami familiari forti) e *bridging e linking*⁴ (colti attraverso il legami deboli tra amici, vicini e membri in organizzazioni volontarie).

2.1.2. Capitale sociale in termini di fiducia generalizzata e norme condivise

Per quanto riguarda l’approccio al capitale sociale in termini di fiducia generalizzata e norme condivise, il contributo pionieristico è senza dubbio quello di Putnam Leonard e Nanetti (1993) che si concentrano sul territorio italiano. Essi definiscono il capitale sociale come “la fiducia, le norme che regolano la convivenza, le reti di associazionismo civico, elementi che migliorano l’efficienza dell’organizzazione sociale promuovendo iniziative prese di comune accordo” (Putnam et al. 1993, p.196). Un altro contributo riconducibile a questo approccio è quello di Fukuyama, secondo cui “il capitale sociale è una risorsa che nasce dal prevalere della fiducia nella società o in una parte di essa” e “la fiducia è l’aspettativa, che nasce all’interno di una comunità, di un comportamento prevedibile,

³ Nel considerare il capitale sociale interno alla famiglia, Coleman evidenzia il ruolo che possono avere nel promuovere un positivo percorso scolastico: il tempo speso dai genitori nel seguire i figli durante il loro studio e le aspettative che essi hanno circa il successo negli studi dei figli stessi. Per quanto riguarda le relazioni esterne alla famiglia, significative, nell’ottica dell’apprendimento scolastico, sono quelle che i genitori degli studenti instaurano con i genitori dei compagni di scuola dei figli. Tali legami consentirebbero un controllo maggiore sul comportamento dei figli e la possibilità di avere un *set* maggiore di informazioni sulle quali basare le scelte educative rilevanti.

⁴ Con il termine “*bonding social capital*” ci si riferisce in genere a quei legami interpersonali che si formano all’interno di particolari gruppi (associazioni, partiti, confederazioni etc.) e che portano vantaggi solo ai membri di quei gruppi. Si parla di “*bridging e linking social capital*” quando le relazioni sono tali da mettere in contatto partecipanti a gruppi differenti, in modo da creare vantaggi reciproci e diffusi a livello di collettività (per un approfondimento: Gittel e Vidal 1998, Narayan 1999 e Sabatini 2005).

corretto e cooperativo, basato su norme comunemente condivise, da parte dei suoi membri” (Fukuyama 1996, p.40).

Per quanto riguarda la misurazione del capitale sociale definito in termini di fiducia generalizzata, i primi e più utilizzati indici sono probabilmente da ricercarsi all’interno della letteratura sulla crescita economica. I più noti contributi empirici sul capitale sociale a livello aggregato sono infatti finalizzati a esaminare gli effetti di tale variabile sulla *performance* economica a livello di collettività. In questa prospettiva, un indicatore di capitale sociale particolarmente utilizzato (Knack e Keefer 1997; Zak e Knack 2001) è fondato su informazioni tratte dal *World Values Surveys*, un’indagine condotta su più ondate in decine di Paesi industrializzati e non. La domanda utilizzata per costruire l’indicatore è: “Generalmente parlando, direbbe che ci si può fidare della maggioranza delle persone o che non si è mai troppo prudenti nel trattare con gli altri?”. L’indice ricavato da questa domanda corrisponde alla percentuale di persone che, in ciascuna nazione, rispondono: “*most people can be trusted*” (Knack e Keefer 1997, p.1256). Questo indice di capitale sociale è riconducibile, in particolare, alla definizione di capitale sociale di Fukuyama, secondo cui il capitale sociale si identifica sostanzialmente con la fiducia presente in un dato contesto di riferimento. In riferimento al contesto italiano provinciale e regionale, Degli Antoni (2006) ha elaborato una misura di capitale sociale riferita al concetto di affidabilità e alla presenza di una struttura di relazioni sociali in grado di favorire la cooperazione. L’indice di capitale sociale proposto è finalizzato a cogliere la probabilità che, all’interno di una data comunità, i soggetti si dimostrino affidabili nei confronti di altri agenti che hanno rivelato la volontà di avviare un’azione cooperativa. L’indice è costruito riassumendo in un’unica misura sintetica tre indicatori semplici: il numero dei procedimenti sopravvenuti in materia di lavoro, previdenza e assistenza obbligatorie, in primo grado, il numero di protesti su cambiali ordinarie, tratte e assegni bancari riferiti a persone fisiche e il numero di persone denunciate all’autorità giudiziaria dalle forze dell’ordine.

2.1.3. Il capitale sociale in termini di competenze relazionali

Nel caso del capitale sociale inteso come una competenza relazionale individuale, il contributo più rilevante è quello di Glaeser, Laibson e Sacerdote (2000). Questi autori interpretano il capitale sociale come una sorta di componente del capitale umano e definiscono tale concetto come le caratteristiche sociali di una persona, quali il carisma e le capacità relazionali, che un soggetto può sfruttare per realizzare ritorni individuali attraverso le interazioni con altri. In particolare essi introducono il concetto di “*individual social capital*” che viene definito “*as a person’s social characteristics including social skills, carisma, and the size of his Rolodex – which enables him to reap market and non-market returns from interactions with others.*”⁵ (Glaeser, Laibson e Sacerdote 2000, p.4).

Nell’ottica della misurazione di tale concetto di capitale sociale, Glaeser, Laibson, Scheinkman e Soutter (2000) si sono concentrati sulla rilevazione di determinate caratteristiche personali che possono essere considerate, secondo l’approccio precedentemente descritto di Glaeser, Laibson e Sacerdote, espressioni di un *individual social*

⁵ “come l’insieme delle caratteristiche sociali delle persone ad esempio le competenze relazionali, il carisma e la dimensione della rubrica - che rendono l’individuo capace di ottenere ritorni di mercato e non di mercato solo attraverso le interazioni con gli altri”

capital, anche se non colgono specificamente l'aspetto relativo alle competenze relazionali di maggiore interesse per il presente studio. Le variabili che contraddistinguono il capitale sociale individuale colte da Glaeser, Laibson, Scheinkman e Soutter (2000) sono, ad esempio, il fatto che il proprio padre abbia raggiunto la laurea, il numero di ore spese per volontariato e il numero di amici stretti. Gli autori trovano che il capitale sociale così misurato è effettivamente una variabile capace di spiegare la capacità dei singoli nel realizzare risultati vantaggiosi attraverso le interazioni con altri.

CAPITOLO 3

Capitale sociale e mondo no-profit

Dato l'obiettivo del presente contributo, che intende studiare l'impatto dell'attività di volontariato su diverse forme di capitale sociale, questa sezione si concentra sulle relazioni evidenziate in letteratura tra il concetto di capitale sociale e il mondo del *nonprofit*.

L'analisi delle relazioni fra il concetto di capitale sociale e il mondo *nonprofit* risale allo studio di Putnam, Leonardi e Nanetti del 1993 che maggiore ruolo ha probabilmente avuto nella diffusione della nozione di capitale sociale. Rifacendosi a Tocqueville⁶, gli autori evidenziano l'importanza dell'associazionismo come elemento capace di accrescere lo spirito di cooperazione, di solidarietà e l'impegno civile delle persone. Secondo quanto sostenuto da Putnam et al. (1993) "Al loro interno, le associazioni diffondono tra i partecipanti il senso della cooperazione, della solidarietà e dell'impegno sociale. [...] La partecipazione a organizzazioni pubbliche inculca l'abitudine alla cooperazione e un senso di responsabilità nelle imprese collettive.". Richiamando sempre Tocqueville, Putnam et al. affermano anche che "una fitta rete di associazioni secondarie traduce in pratica e contribuisce a consolidare un'effettiva collaborazione sociale" (Putnam et al. 1993, pp.105-106). Una posizione contraria a quella di Putnam rispetto al ruolo delle associazioni nel favorire la cooperazione all'interno della collettività nel suo complesso, è quella sostenuta da Mancur Olson (1965, 1982). Egli mette in luce la tendenza che le associazioni avrebbero nel perseguire gli interessi particolari degli associati, relegando in secondo piano l'interesse collettivo. La contrapposizione fra la teoria di Putnam e quella di Olson circa il ruolo delle associazioni nel produrre effetti sullo sviluppo socio-economico ha dato il la a numerose indagini empiriche sul tema, le quali possono dare un contributo in termini di comprensione del ruolo delle associazioni nel favorire la creazione di capitale sociale. Knack e Keefer (1997) e Knack (2003) hanno studiato l'effetto che la presenza di associazioni può avere sul livello di fiducia generalizzata presente nei diversi Paesi. In entrambi i contributi, le associazioni vengono divise fra quelle di "stampo Putnamiano", che perseguono finalità sociali, e quelle di "stampo Olsoniano" che maggiormente perseguono i fini particolaristici degli associati⁷. Le prime dovrebbero essere maggiormente capaci di cogliere gli effetti dell'associazionismo sullo sviluppo socio-economico ipotizzati da Putnam, le seconde dovrebbero essere maggiormente rappresentative della teoria di Olson. Mentre lo studio di Knack e Keefer presenta risultati ambigui rispetto al ruolo dei diversi tipi di associazioni sul livello di fiducia, il contributo di Knack, che amplia il numero di osservazioni dell'indagine, mostra un positivo effetto dell'associazionismo sulla fiducia, effetto che è in particolare attribuibile alle associazioni "di

⁶ In "*Democracy in America*", Tocqueville evidenzia che il popolo americano presenta un particolare pregio che consiste in una spiccata propensione all'associazionismo. In particolare, Tocqueville sottolinea che "quando si lascia ai cittadini la facoltà di unirsi liberamente per qualsiasi scopo, essi finiranno per guardare all'associazione come al migliore, se non all'unico mezzo per raggiungere i propri fini" (Tocqueville 1957 [1840], p.208). La propensione all'associazionismo richiama evidentemente il concetto di capitale sociale rivelando la presenza di legami interpersonali

⁷ Son di stampo Putnamiano sostanzialmente: le associazioni culturali, artistiche e musicali; le associazioni che riuniscono i giovani quali, ad esempio, gli *scouts*; le associazioni sportive; i gruppi che sorgono nelle singole comunità locali per promuovere un'azione su temi quali povertà, occupazione, razzismo etc. Appartengono al secondo gruppo: i sindacati, i partiti o i gruppi politici e le associazioni di categoria

stampo Putnamiano”⁸.

Il contributo di Putnam, in parte supportato dai lavori empirici ora citati, propone dunque un ruolo dell’associazionismo nel favorire il capitale sociale promuovendo l’abitudine alla cooperazione dei singoli partecipanti. Altri studi, seguendo la strada percorsa da Putnam, hanno analizzato la capacità delle organizzazioni riconducibili al settore *nonprofit* nel favorire la creazione di capitale sociale e, talvolta, hanno introdotto definizioni di capitale sociale strettamente interconnesse alla diffusione delle relazioni sociali instaurate attraverso l’attività delle associazioni.

Narayan e Pritchett definiscono il capitale sociale come la “*quantity and quality of associational life and the related social norms*” (Narayan e Pritchett 1999, p.872). I due autori adottano quindi come *proxy* del capitale sociale esistente in diversi villaggi della Tanzania, l’intensità della vita associativa in essi presente e verificano come il capitale sociale abbia un effetto positivo sul livello di reddito raggiunto dalle famiglie che abitano i diversi villaggi.

Il già citato contributo di Sabatini (2005) ha proposto una rilevazione del capitale sociale basata su 5 dimensioni del concetto, una delle quali concerne la diffusione e la partecipazione in associazioni di volontariato. Il contributo di Degli Antoni (2006), mostra come esista una elevata correlazione fra la partecipazione volontaria in associazioni *nonprofit* e il livello di capitale sociale misurato in termini di affidabilità presente nelle regioni italiane.

Accanto agli studi ora citati, che basano le loro analisi prevalentemente su approcci macro, esistono anche contributi che propongono analisi empiriche su dati individuali. E’ questo il caso delle analisi di Brehm e Rahn 1997, Stolle e Rochon 1998, Claibourn e Martin 2000, Mayer 2003, Wollebæk e Selle 2003 che trovano una correlazione positiva fra: la partecipazione in associazioni volontarie e: il grado di fiducia generalizzata verso gli altri (Brehm e Rahn 1997, Stolle e Rochon 1998, Claibourn e Martin 2000, Mayer 2003, Wollebæk e Selle 2003), il senso civico (Mayer 2003, Wollebæk e Selle 2003), la fiducia nelle istituzioni pubbliche (Brehm e Rahn 1997, Stolle e Rochon 1998, Mayer 2003, Wollebæk e Selle 2003), indicatori di tolleranza, *free riding* e ottimismo (Stolle e Rochon 1998).

3.1 Il contesto teorico

La crescente complessità della società postindustriale e l’accentuarsi delle dinamiche di globalizzazione economica e finanziaria hanno spinto la riflessione sociale ad interrogarsi sui fattori che presiedono allo sviluppo. Alcuni studiosi si sono, così, concentrati sui caratteri della socievolezza e della cooperazione esistenti in una data società e su temi tradizionalmente ritenuti *soft* come la fiducia, le reti sociali e i particolarismi, i processi cognitivi ed emotivi riferendosi a questo insieme di elementi con il termine di capitale sociale. Il concetto di capitale sociale, insomma, pone al centro della riflessione teorica le “virtù”

⁸ Come lo stesso autore evidenzia, questo risultato può in parte essere attribuito a una duplice causalità tra fiducia e associazionismo. La presenza di associazioni può infatti favorire il diffondersi di fiducia generalizzata, ma, al contempo, è possibile che la fiducia porti alla nascita e alla diffusione delle associazioni. A conferma di ciò, esistono alcune analisi che mostrano come il livello di capitale sociale presente in una collettività possa favorire la nascita di nuove organizzazioni *nonprofit*. E’ questo il caso del contributo di Saxton e Benson (2005), i quali mostrano come la nascita di organizzazioni *nonprofit* in un dato territorio sia positivamente influenzata dalla presenza di varie forme di capitale sociale, con particolare riferimento all’ampiezza e diversificazione dei *networks* sociali riferiti ai singoli agenti e alla loro propensione a essere partecipi della vita politica. Anche alla luce di questi risultati, appare quindi rilevante che le diverse ricerche finalizzate a indagare le relazioni tra capitale sociale e *nonprofit* considerino, quanto meno a livello teorico, la possibilità di una reciproca interazione tra i due elementi.

della società civile, intese come variabili socio-culturali e processi cooperativi formali e informali; dove per società civile si intende generalmente, ma con una certa indeterminazione, quello spazio intermedio (oggi particolarmente effervescente) esistente tra la famiglia, la parentela e l'individuo da un lato e lo stato dall'altro.

L'introduzione esplicita di questo termine risale alla fine degli anni settanta anche se un uso implicito dell'idea si potrebbe trovare nel famoso saggio di Max Weber, *Le sette protestanti e lo spirito del capitalismo*. Tra i primi a riferirsi a questo concetto possiamo sicuramente annoverare lo studioso Glenn Loury [1977] che lo usa per spiegare il successo dei giovani nel far crescere il loro capitale umano e il sociologo francese Pierre Bourdieu [1980] che lo distingue esplicitamente dal capitale economico e culturale. Quest'ultimo considera il capitale sociale l'insieme delle risorse (materiali e non materiali, informative, ecc.) veicolate dalle reti di appartenenza che il soggetto può mobilitare per raggiungere i suoi obiettivi. In generale, il capitale sociale individuale sarebbe dato dalla sommatoria dei capitali umani posseduti da tutti i soggetti con i quali si entra in interazione e che si possono mobilitare a proprio vantaggio. Nel 1985 Mark Granovetter rifacendosi alla teoria economica dei costi di transazione di Oliver Williamson [1975] usa questo concetto per studiare l'organizzazione delle attività produttive e del lavoro, sottolineando la differenza e la funzionalità dei legami forti e dei legami deboli. È del 1990, invece, una prima estensiva formalizzazione del capitale sociale: James Coleman con *Foundations of social theory* nell'intento di collegare aspetti macro sociologici con aspetti micro, pone grande attenzione alle dinamiche dell'azione razionale di un individuo, che ha il controllo sulle sue reti di relazioni. La grande popolarità del concetto risale, però, al momento in cui si prova ad applicarlo ai fenomeni politici, in seguito alla pubblicazione dei risultati della ricerca decennale di Robert Putnam [1993] sul funzionamento delle istituzioni pubbliche in Italia. Con capitale sociale Putnam si riferisce alla *civiness* (civismo o cultura civica) fondata sulla fiducia e sulle norme che regolano la convivenza e sulle reti di associazionismo civico che migliorano l'efficienza dell'organizzazione sociale e delle istituzioni. Nella stessa traccia inoltre si inserisce Francis Fukuyama [1995] che indica la fiducia e i valori di una data società come presupposti del capitale sociale.

Il concetto di capitale sociale mostra diverse sfaccettature e assume varie forme a secondo di come lo si guardi e del contesto in cui lo si voglia analizzare. In quanto capitale esso è una vera e propria risorsa, proprio come lo sono il capitale fisico (beni strumentali materiali o monetari) e il capitale umano (capacità e abilità della persona), ma non è proprietà privata del singolo individuo: attiene alla dimensione relazionale, nella sua valenza positiva di risorsa e non di vincolo. È un'entità solitamente intangibile in quanto combinazione di diverse dimensioni relazionali prevalentemente simboliche. Questo capitale è "sociale" perché è costituito da relazioni sociali, le quali hanno una certa persistenza nel tempo e che gli individui in parte possiedono ascrittivamente, in parte costruiscono volontariamente, all'interno della famiglia e in altre cerchie sociali, durante la loro vita. Secondo il principio della non totale fungibilità di Coleman, è una risorsa solo quando le varie entità a disposizione di un soggetto, singolo o collettivo, sono utili ed efficaci per il raggiungimento di un preciso scopo. Infine, ha la natura di bene pubblico, in quanto le persone che sostengono attivamente e rafforzano le strutture di reciprocità producono benefici non solo per sé, ma anche per tutti gli individui che fanno parte di queste strutture (principio dell'esternalità). Proprio per la caratteristica di bene pubblico, cioè di bene dotato di esternalità, il capitale sociale è spesso, come sottolineato da Coleman e soprattutto da Putnam, un sottoprodotto dell'attività sociale. Ciò non esclude, però, che esso sia anche un prodotto intenzionale di

strategie di investimento sociale orientate alla costituzione e riproduzione di relazioni sociali utilizzabili, atte a procurare profitti materiali e simbolici.

Nella descrizione data da Antonio Mutti [1998], “il capitale sociale, più precisamente, consta di relazioni fiduciarie (forti e deboli, variamente estese e interconnesse) atte a favorire, tra i partecipanti, la capacità di riconoscersi e intendersi, di scambiarsi informazioni, di aiutarsi reciprocamente e di cooperare a fini comuni. Si tratta dunque di relazioni di reciprocità informali o formali regolate da norme che definiscono, in modo più o meno flessibile, la forma, i contenuti e i confini degli scambi, e che sono rese efficaci da sanzioni di tipo interno o esterno all’individuo”. Usando le parole di Fortunata Piselli [2001] possiamo, insomma, dire che “Il concetto di capitale sociale è un concetto situazionale e dinamico; un concetto, pertanto, che non può essere appiattito in rigide definizioni, ma deve essere interpretato, di volta in volta, in relazione agli attori, ai fini che perseguono, e al contesto in cui agiscono”.

Sin qui abbiamo visto quali siano le caratteristiche di questo concetto multidimensionale, ma come si combinano tra loro queste dimensioni? Come si crea, si mantiene o si distrugge il capitale sociale? E quali sono i processi di estensione di queste risorse da ambiti micro a quelli macro? Le risposte a questi interrogativi non sono per nulla unanimi, ma questo è evidentemente dovuto a quell’aspetto situazionale e dinamico sottolineato dalla Piselli che rende difficile la generalizzazione dei risultati di studi svolti su contesti specifici.

A seconda della scuola che si segue, quella di Putnam e Fukuyama basata su un determinismo storico-culturalista piuttosto che quella di Coleman ancorata ad un paradigma dell’azione, possiamo individuare la fiducia di base, la cooperazione e le norme di reciprocità oppure le reti di relazioni come le principali cause che alimentano i processi di generazione e rimodellamento del capitale sociale. Ovviamente nessuna di queste è esclusiva delle altre e anche i due diversi approcci teorici mostrano spesso delle inevitabili intersezioni, sviluppando, però, delle logiche causali differenti.

Interessati alla dimensione cooperativa e alle dinamiche dei processi di costruzione sociale dell’azione, Putnam e Fukuyama trovano che l’efficienza sociale è fortemente condizionata da fattori storici e culturali. Solo attraverso esperienze sociali di lunga durata l’adesione a norme di reciprocità e di solidarietà può essere interiorizzata e trasformata in fiducia diffusa necessaria al superamento dei dilemmi dell’azione collettiva.

Per Putnam [1993], fiducia, norme di reciprocità e reti di associazionismo civico si rinforzano reciprocamente nel tempo, quanto più la reciprocità è di tipo generalizzato e le reti sociali di tipo orizzontale. La reciprocità di tipo generalizzato, infatti, è una solidarietà diffusa che rimanda allo scambio-dono, basata su scambi non simultanei e non corrispondenti, che creano degli obblighi indefiniti nel tempo. Questo tipo di relazione crea e aumenta il capitale sociale che, proprio come sottolinea Coleman, risulta tendenzialmente rinforzato in tutte le situazioni che rendono gli individui dipendenti gli uni dagli altri. Ugualmente importante è poi l’azione delle reti orizzontali che, mettendo in contatto tra loro individui dello stesso status e potere, tendono a favorire la fiducia e la cooperazione.

Con simili argomentazioni, anche Fukuyama si riferisce alla fiducia presente in una determinata società come “alla capacità delle persone di lavorare insieme per scopi comuni in gruppi e organizzazioni” [Fukuyama, 1996]. Fiducia fondata sull’aspettativa di un “comportamento prevedibile, corretto e cooperativo, basato su norme comunemente condivise” [Fukuyama, 1996]. Per entrambi questi autori, quindi, è possibile superare il problema dell’estensione della fiducia solo attraverso la diffusione di norme e valori in lunghi processi storici di sedimentazione della struttura sociale. Questa prospettiva del determinismo

culturale, però, limita drasticamente la possibilità e la potenzialità di un capitale sociale creato e gestito intenzionalmente e non fornisce indicazioni operative per una politica volta a potenziarlo.

Non molto più in là si spinge l'approccio dell'individualismo metodologico interessato alla componente di profitto materiale e simbolico del capitale sociale perseguita dal singolo individuo. Coleman [2005] costruisce una complessa teoria sociologica di stampo neoclassico che spiega la società a partire dalle scelte razionali individuali ("rational choice perspective"). Egli cerca, però, di superare l'individualismo estremo (*individualism bias*) tenendo in considerazione i condizionamenti di ritorno del contesto organizzativo e istituzionale, sulle scelte dei singoli attori. Per questo autore gli attori dispongono solo di alcune risorse (ad esempio conoscenze e informazioni parziali) delle quali detengono il controllo e alle quali sono interessati. In conseguenza del fatto che un attore ha interessi in eventi che sono sotto il controllo di altri, si attivano scambi e trasferimenti unilaterali di controllo fra attori che conducono alla formazione di relazioni sociali stabili nel tempo. "Relazioni di autorità, di fiducia e norme relative alla allocazione consensuale di diritti prendono forma in questa sequenza logico-temporale come principali risorse e vincoli della struttura sociale" [Bagnasco, 2001]. La teoria della scelta razionale ci fa fare qualche passo avanti nella comprensione della circolazione delle risorse ma non arriva a spiegare le condizioni in cui si formano aspettative razionali di tipo fiduciario ne riesce a cogliere la ricchezza dei risvolti e le ambivalenze di situazioni in cui le azioni degli attori sembrano assomigliare più che a scelte razionali a veri e propri atti di fede.

Una risposta più articolata sul piano psicologico, per comprendere le dinamiche dell'estensione della fiducia e del funzionamento del capitale sociale, la offre Alessandro Pizzorno nel suo saggio *Perché si paga il benzinaio. Per una teoria del capitale sociale* [2001].

L'autore indica nella riconoscibilità dell'identità l'elemento fondamentale sul quale poggiano i meccanismi del capitale di solidarietà e di reciprocità. L'importanza di questa proprietà è dimostrata dalla teoria del *costo economico della disonestà* di George Akerlof [1970]. Secondo questa teoria in assenza di riconoscibilità o di garanzie sull'identità non sarebbero possibili interi mercati, quei mercati rappresentati, nell'argomentazione di Pizzorno, dagli scambi di solidarietà e di reciprocità; definiti dall'autore "capitale sociale di solidarietà" e "capitale sociale di reciprocità".

Il "capitale sociale di solidarietà" si basa su un attore di cui si ha profonda conoscenza e assoluta fiducia e su regole socializzate e interiorizzate. I meccanismi che soggiacciono a questo capitale sono quelli emotivi-identitari (in parte già identificati da Putnam e Fukuyama), solitamente riscontrabili in un gruppo coeso, quindi, in presenza di quei legami definiti forti.

Il "capitale sociale di reciprocità" si basa, invece, su relazioni di interesse caratterizzate da un rapporto diadico di mutuo appoggio in cui una parte anticipa l'aiuto all'altra e riguardanti più verosimilmente i legami deboli. I meccanismi che in questo caso si possono attivare sono diversi: uno è quello della cooperazione su un fine comune; un altro è quello socio-psicologico della gratitudine (studiato in antropologia); un altro ancora è quello del prestigio, cioè di una collaborazione al fine dell'affermazione della stessa rete cui si appartiene; un ultimo meccanismo, indicato dall'autore, è quello della gratuità (meccanismo psicologico attraverso il quale il "volontario" può riconoscersi nel gesto che compie), espressione di un interesse assolutamente personale di riconferma della propria identità: interesse, però, con evidenti effetti positivi per il beneficiario.

Pizzorno, insomma, ci porta a riflettere su processi psicologici, poco considerati dai classici di questi studi, sottolineando la diversità dei contesti di relazione sociali nel favorire il riconoscimento reciproco attraverso sentimenti di empatia e sensazioni di rassicurazione.

Per comprendere più chiaramente come il capitale sociale possa generarsi e riprodursi piuttosto che consumarsi bisogna, quindi, indagare il tipo di legami presenti in una determinata struttura sociale nonché le dinamiche emotive che, ai vari livelli della struttura, riescono a plasmare quella fiducia utile a ridurre l'ansia da incertezza nei processi di collaborazione.

Allo studio dei legami e dei reticoli sociali si è dedicato, già dagli anni cinquanta, uno specifico settore di studi definito *network analysis*⁹, identificabile nella scuola di Manchester¹⁰ e in quella di Harvard¹¹.

Forma e contenuto della relazione sociale di un singolo individuo o di un attore collettivo sono al centro delle loro ricerche. L'interesse per il carattere processuale delle relazioni, per le capacità di manipolazione degli attori e per le relazioni instabili spinge gli studiosi della scuola inglese a numerose ricerche su direzione, frequenza, intensità e durata dei legami sociali (proprietà "relazionali") e su densità, centralità, raggiungibilità, e stelle di primo o secondo ordine dei reticoli sociali (proprietà morfologiche). L'apporto di queste analisi alla riflessione teorica è per lo più di tipo descrittivo ma è possibile riassumere i risultati più interessanti, per la teoria del capitale sociale, nel superamento della logica dicotomica tra particolarismo (legami forti) e universalismo (legami deboli) e nella scoperta e nell'importanza attribuita ai "mediatori sociali".

Rispetto al primo risultato, diverse ricerche hanno mostrato come il particolarismo, largamente presente nelle attuali società, possa efficacemente convivere con dinamiche di modernizzazione quando sussistono degli orientamenti all'azione basati su dialogo e confronto (ad esempio principi di prestazione o adempimenti di ruolo). Come riporta Mutti [1998], in riferimento alle evidenze della scuola di Manchester, "la modernità produce una maggiore estensione, diversificazione e dispersione spaziale delle reti personali dell'attore sociale, in un gioco a somma positiva nel quale oltre a essere ribaditi – e non negati – i legami forti vengono via via inclusi un numero crescente di legami deboli, caratterizzati da maggior formalità, acquisitività, universalismo, specificità funzionale e neutralità affettiva". In questi casi è fondamentale per la società avere "un quadro minimale di regole universalmente condivise che non producono assimilazione, bensì tutelano le differenze" [Mutti, 1998]. Regole che garantirebbero il formarsi di una grande "rete di reti" all'interno della quale sfruttare positivamente l'affettività, la familiarità, la vicinanza, l'omogeneità culturale, la maggior trasparenza nella comunicazione tipiche dei contesti particolaristici.

L'estensione di queste preziose risorse a livello familiare o locale è possibile anche grazie ai "mediatori sociali". Gli autori della *network analysis* concordano nel ritenere queste figure, caratterizzate da legami "ponte"¹², delle fondamentali risorse di connessione tra i diversi particolarismi e gruppi primari. Questo è particolarmente vero quando questi legami permettono la circolazione di informazioni non ridondanti¹³. "Cruciale – dice Boissevain

⁹ Un'interessante descrizione di questo campo di studi e degli apporti per la teoria del capitale sociale si trova in "Capitale sociale e sviluppo. La fiducia come risorsa.", Mutti, 1998.

¹⁰ M. Gluckman, J.C. Mitchell, J.A. Barnes, V.W. Turner Epstein, J. Van velsen, B. Kapferer.

¹¹ H.White, B.Wellman, S.D. Berkowiz, R.S. Burt, M. Granovetter.

¹² Così definiti da M. Granovetter, nel celebre saggio "La forza dei legami deboli".

¹³ "Secondo Burt non è tanto la natura debole o forte dei legami che influisce sulla ricchezza delle informazioni trasmesse, quanto i tipi di cerchie sociali che vengono messe in contatto da tali legami (o ponti)" (Mutti 1998).

[1974], riferito all'intreccio dinamico di rapporti interpersonali formali e informali, caratteristici della postmodernità – è la figura del *mediatore sociale* cioè di quell'agente innovatore che, nel creare canali di collegamento (o ponti) tra reticoli sociali diversi, favorisce il mutamento". Inoltre, come sottolinea Mutti, gli intermediari producono e generalizzano fiducia interpersonale non solo su basi cognitive ma anche e soprattutto grazie a dinamiche emotive di conoscenza diretta e di relazioni "faccia a faccia".

L'analisi delle reti, insomma, offre poche ma interessanti soluzioni al problema di creazione e gestione del capitale sociale: o ci si rivolge ad un intervento regolatore esterno di uno stato "illuminato"¹⁴, oppure si punta su quelle figure "ponte", caratterizzate da una pluralità di appartenenze particolaristiche, definite "mediatori sociali".

Se queste strade saranno effettivamente percorribili dipenderà dalla capacità che il garante, nella prima soluzione, o il mediatore, nella seconda, avranno nel far circolare i contenuti cognitivi ed emotivi alla base dei rapporti fiduciari.

È sulla base di questa prima analisi che possiamo affrontare, ancora da un punto di vista teorico, alcune delle conseguenze sulle associazioni di volontariato.

14 Argomentano efficacemente questa soluzione sia Coleman (2005) sia Trigilia (2001). Coleman fa riferimento a questa soluzione a proposito del ruolo dei garanti nei sistemi di fiducia. Carlo Trigilia affronta la questione nel suo saggio Capitale sociale e sviluppo locale a proposito delle politiche di intervento dello stato.

CAPITOLO 4

I tratti identitari del volontariato

Il volontariato è davvero diverso dalle imprese e dalla pubblica amministrazione? Oppure, al contrario, non si riconoscono più le differenze, i tratti distintivi? La risposta a questi interrogativi è rilevante per l'eventuale scelta fra diverse (e forse alternative) strategie di sviluppo di competenze future del volontariato stesso rispetto alle risorse di capitale sociale disponibili e alle caratteristiche della loro riproduzione.

Parlare di tratti distintivi, significa affrontare le caratteristiche identitarie in un'ottica relazionale, processuale e strategica. Relazionale, perché esiste identità in presenza di relazioni di riconoscimento di altri. Processuale perché l'identità è mobile nel tempo e nello spazio. Strategica perché l'identità di una organizzazione è costruita e ricostruita anche consapevolmente da coloro che ne fanno parte. Per questo motivo saranno sottolineate sia le relazioni con l'ambiente (cittadini, istituzioni e utenti) sia le potenziali caratteristiche distintive del terzo settore. In entrambi i casi le dimensioni individuate tendono a rappresentare una sorta di tensione ideale, un "dover essere" delle organizzazioni di volontariato. L'analisi empirica su alcune di questi aspetti¹⁵ colloca le organizzazioni di volontariato in modo differenziato, talvolta molto vicine e coincidenti con la dimensione ideale, talvolta in aperta e chiara opposizione, più spesso in posizioni intermedie. In questa sede e in una prospettiva collegata al tema del capitale sociale, ci limitiamo alle dimensioni che abbiamo definito "ideali".

4.1 Le relazioni con l'ambiente quotidiano: cittadini

Rispetto alle relazioni nei confronti dei cittadini, le dimensioni rilevanti che fanno riferimento al volontariato possono essere le seguenti:

a) *Sostenibilità*: le azioni, le progettualità e i servizi del volontariato sono ispirati ad una sostenibilità sociale, ambientale ed economica nei territori di riferimento per assicurare la riproducibilità sociale, ambientale ed economica per le future generazioni;

b) *Relazionalità diffusa e capitale sociale linking*: ovverosia 1) la capacità di cucire il tessuto comune del territorio (memoria, storia, cultura e progettualità presente e futura) dentro i territori di appartenenza; 2) la capacità di riprodurre relazionalità nei vuoti e nei buchi strutturali creati anche dalle logiche strettamente di mercato; 3) la capacità di promuovere relazioni condivise; 4) la capacità di promuovere relazioni paritarie in contesti caratterizzati da disuguaglianza di potere e di opportunità; 5) la capacità di promuovere la diffusione del capitale sociale che mette in relazione (*linking*) che riguarda i legami tra persone diverse, in contesti sociali diversificati, grazie a cui si può accedere a un ambito di risorse più esteso rispetto a quello della comunità di appartenenza;

c) *Democraticità e partecipazione*: ovverosia 1) la capacità di promuovere spazi, luoghi e meccanismi reali di partecipazione democratica interna (adottando, ad esempio, sistemi di *governance multistakeholder*)¹⁶ ed esterna alle organizzazioni; 2) la capacità di rappresentare un luogo di apprendistato alla partecipazione democratica e politica, oltre che di apprendistato

¹⁵ Bilotti, Tola, Volterrani (2009).

¹⁶ Fazzi (2007).

all'educazione civica e alla solidarietà; 3) il sostegno e la promozione della cultura democratica nei territori di appartenenza;

d) *Riproduzione di relazioni*: ovverosia la capacità di promuovere autonomia e responsabilità negli utenti con attenzione alla rimozione delle cause del disagio e la “ricostruzione” dei cittadini non come “portatori” di disagio”.

4.2 Le relazioni con l'ambiente quotidiano: istituzioni

Nell'ambito delle relazioni con le istituzioni, una prima dimensione importante fa riferimento al dare risposte adeguate ai bisogni in un quadro di programmazione e co-progettazione, privilegiando l'integrazione e il fare rete¹⁷ da parte del volontariato. Processi basati su questo tipo di partnership favoriscono il mutuo apprendimento e danno luogo ad una elaborazione congiunta degli standard di qualità sociale che si perseguono. E questa *qualità* richiede e a sua volta riproduce qualità delle istituzioni.

Una seconda dimensione da rilevare è il perseguimento di un' efficace capacità di azione sinergica rispetto alle attività degli enti pubblici ed agli altri attori del terzo settore, con attenzione al radicamento sul territorio ed alle relazioni intrattenute con gli altri soggetti (pubblici o del terzo settore), all'attivazione di un ruolo complementare e non sostitutivo rispetto al territorio di riferimento e alla condivisione di obiettivi e metodi attraverso i quali i servizi sono erogati.

4.3 Le relazioni con l'ambiente quotidiano: utenti

Le organizzazioni del volontariato, secondo la legge 266/91 dovrebbero privilegiare le seguenti dimensioni nei confronti degli utenti:

a) la *flessibilità*, ovverosia la capacità di dare risposte veloci grazie all'utilizzo di percorsi informali, con attenzione alla trasformazione dei bisogni, l'adattabilità del servizio offerto e ai mutamenti che questo necessariamente subisce nel corso della sua realizzazione.

b) *l'universalità dell'accesso e delle prestazioni*, facilitando l'accesso a tutti coloro che fanno parte della comunità territoriale di riferimento;

c) la costruzione condivisa e partecipata della *valutazione della qualità*¹⁸ dei progetti e dei servizi offerti.

4.4 Le caratteristiche del “soggetto” volontariato

Per poter sviluppare adeguatamente i processi relazionali sopra evidenziati, le organizzazioni di volontariato dovrebbero sviluppare e/o acquisire alcune caratteristiche qualitative. In particolare sono da evidenziare:

a) *l'organizzazione*¹⁹, ovverosia elaborazione di una strategia che preveda la definizione precisa ed esplicita di ruoli e procedure e la creazione di canali di partecipazione aperti sia

17 Fra i molti riferimenti possibili, si segnala quello di Folgheraiter (2006).

18 Sulla dimensione specifica vedi Bilotti, Tola, Volterrani (2009).

19 Per un inquadramento della dimensione vedi Volterrani (2004).

agli associati che agli esterni e attenzione a processi organizzativi, metodi di lavoro, modalità di organizzazione e gestione di riunioni, assemblee e in generale delle occasioni di coinvolgimento degli utenti;

b) *la valorizzazione dell'ascolto*²⁰ la capacità del volontariato di costruire un rapporto di ascolto con ogni utente, che tenga conto delle diversità e del forte carattere di umanità richiesto dalla peculiari tipologie di servizi forniti;

c) *la comunicazione interna e esterna*²¹ come impegno nella costruzione di strumenti di comunicazione che incrementino il radicamento nel territorio e la visibilità del volontariato presso gli utenti e la pubblica amministrazione e che facciano attenzione alla conoscenza degli strumenti, al loro apprendimento, alla relazione fra forma e sostanza della comunicazione e al passaggio tra l'appartenenza e la condivisione; anche come costruzione di spazi comunicativi condivisibili nella sfera pubblica locale e mediale;

d) *la formazione e l'apprendimento continuo*²² per garantire continuità e certezza del servizio, continuo e ampio impegno nel coinvolgere soci, volontari e operatori, con attenzione ai processi organizzativi, al rischio di *burn-out* per i volontari, i soci e gli operatori e al bagaglio di competenze da loro posseduto;

e) *l'etica della gratuità/dono o del prezzo equo* che trasferisce un particolare valore aggiunto anche ai servizi stessi. In particolare sono da sottolineare:

- il radicamento delle iniziative di volontariato in matrici culturali ed ideologiche capaci di mobilitare risorse, di attrarre volontariato, di infondere nei partecipanti omogeneità di visioni e finalità, di proporre norme etiche e valori condivisi, di favorire comportamenti cooperativi e rapporti di fiducia;

- il volontariato si qualifica quindi per l'esercizio di una libertà responsabile²³, capace di farsi carico dei vincoli di solidarietà che sono inerenti ai legami sociali in cui esso è coinvolto;

- l'attenzione ai bisogni dei volontari, dei soci e degli operatori in termini di valorizzazione del carattere disinteressato del servizio e del fondamento etico del soggetto del volontariato, con attenzione alle motivazioni possedute dai volontari, soci ed operatori e agli obiettivi del soggetto;

f) *innovazione*²⁴: ovverosia la capacità di sviluppare azioni in ambiti non interessati da interventi del mercato (perché poco o per niente redditizi) o dallo stato (perché di difficile gestione e/o poco diffusi e/o non ancora percepiti come rilevanti) e/o di proporre servizi, azioni e progetti inediti per il territorio di riferimento e/o di sviluppare azioni che incrementino l'autoriflessione del territorio di riferimento;

g) *frontiera e rischio*: ovverosia la scelta come obiettivi prioritari di temi e ambiti marginali e/o sconosciuti anche alla comunità territoriale di appartenenza e la capacità di lavorare "border-line" e in situazioni di evidente disagio (organizzativo, gestionale e ambientale) e pericolo, assumendo il rischio di esiti non positivi di azioni, servizi e progetti.

h) *immaginazione*²⁵: ovverosia la capacità di immaginare il futuro della comunità di appartenenza in un'ottica di sostenibilità;

i) *governance* ovverosia la capacità di affrontare e gestire la crescente complessità dei

20 Per un approfondimento vedi Bilotti, Tola, Volterrani (2009).

21 Sulla comunicazione sociale vedi Volterrani (2008).

22 vedi Volterrani (2004).

23 vedi Cesareo, Vaccarini (2006).

24 vedi Viale (2008).

25 vedi Wright Mills (1995).

territori caratterizzata da pluralità di attori, pluralità di culture, pluralità di progettualità, azioni e percorsi di sviluppo;

l) *sviluppo della knowledge work*²⁶ ovvero la capacità di diventare degli esploratori della conoscenza contestualizzata e territorializzata per trovare feconde interrelazioni fra teorie e pratiche;

m) *valorizzazione della prossimità* le organizzazioni del volontariato sono prossime ai territori sia per la capacità di leggere e interpretare i bisogni in sintonia con le persone sia per la dimensione organizzativa nonché per le radici profondamente innestate nel territorio (cultura, valori, persone, risorse);

n) *valorizzazione del territorio*: il territorio, il *local* è un punto di forza delle organizzazioni del volontariato. Un territorio che non è solo uno spazio di mercato, ma, anzi, un luogo antropologicamente significativo²⁷ verso il quale non sono pensabili (né attuabili) azioni esclusivamente orientate al profitto pena il depauperamento delle risorse simboliche, materiali e umane che rappresentano la linfa vitale del tessuto sociale dal quale prendono vita le organizzazioni stesse.

Molte delle dimensioni, e dei tratti distintivi descritti, sono stati utilizzati nel percorso di ricerca e di analisi che abbiamo svolto con le organizzazioni di volontariato della Toscana. A queste si aggiungono quelle che possiamo trarre dalle riflessioni che sono state effettuate da molti autori e ricercatori sul tema del capitale sociale.

4.5 La relazionalità diffusa e il ruolo del volontariato

Volontariato e relazionalità diffusa: un binomio imprescindibile in cui ciascuna delle parti alimenta l'altra in modo reciproco e continuativo, generando un processo di autoriproduzione che rafforza le componenti, ma anche lo stesso intreccio. I vantaggi di questo connubio sono facilmente evidenti, basti osservare i percorsi che originano nel contesto sociale.

Primo fra tutti è la capacità di aumentare gli spazi reali di confronto, nelle istituzioni pubbliche, nelle organizzazioni del terzo settore, nei luoghi del consumo, negli spazi della vita quotidiana. Si sviluppano così differenti tipologie di relazionalità: alcune si modellano sulle specificità contestuali e dei soggetti che la richiamano, altre, più complesse e complete nella loro funzionalità, diventano invece generatrici di socialità, solidarietà e cultura civile.

Ma ancora più incisiva è la capacità di concepire e innescare relazioni non asimmetriche con le vecchie e le nuove soggettività organizzative. Si tratta di interazioni in cui tende a diminuire la valenza delle relazioni di potere, in funzione di un sostanziale cambiamento nella loro configurazione, ma anche di un potenziamento degli scambi significazionali. Si verifica quindi una concreta possibilità di attribuire valore paritetico a tutte le soggettività, indipendentemente dalla collocazione territoriale e culturale, da valori, dimensioni, ambiti di intervento e visioni del mondo a confronto.

Il connubio interviene quindi sulla forma e sulle modalità di relazionalità e di confronto, ma al tempo stesso, si dimostra proattivo e manifesta il suo potenziale di fattibilità. Alimenta e supporta, infatti, lo sviluppo di progetti e processi nelle aree di qualità, con pari attenzione sia allo sviluppo del percorso sia agli obiettivi, nonché alla costruzione di mappe di

26 vedi Butera, Bagnara, Cesaria, Di Guardo (2009).

27 vedi ad esempio Hannerz (2001).

orientamento. Spesso in termini di relazionalità diffusa è più importante porre attenzione a ciò che stiamo facendo insieme agli altri piuttosto che agli obiettivi da raggiungere.

In ambiti specifici, il binomio rafforza ed esalta addirittura la sperimentazione di laboratori territoriali di progettualità e partecipazione per sviluppare nuove opinioni pubbliche e nuove cittadinanze al di là delle forti appartenenze identitarie territoriali, religiose o ideologiche. In questo senso, il suo potenziale diviene applicativo e capace di radicarsi e diffonderne gli effetti.

In questo dilagare, il connubio diventa promotore della memoria collettiva, quale risorsa per il domani. Volontariato e relazionalità diffusa sono una miscela esplosiva quando agiscono sulla condivisione del presente e del passato che, pur mantenendo punti di vista diversi, diventano fonte di una ridefinizione costante dei significati del futuro. In questo modo, oltre a far percepire un'identità a livello territoriale, è possibile che si instaurino relazioni di conoscenza e di solidarietà fra le generazioni (Cioni, 1999) ma anche nuovi spazi per l'azione solidale dei singoli e delle organizzazioni del terzo settore.

Non da ultimo, altro valore aggiunto del binomio emerge nell'aumento in quantità e in qualità delle narrazioni condivise e di segno positivo sul territorio, sui soggetti, sulla vulnerabilità e sull'esclusione sociale: raccontandosi e raccontando quello che le persone, le organizzazioni, le nuove soggettività, i luoghi stessi fanno, ma anche esprimendo quello che altri stanno facendo o pensando di fare. Le narrazioni, infatti, sono esse stesse luoghi di costruzione di relazionalità, perché *“è l'atto con cui, in una determinata situazione, qualcuno racconta qualcosa a un altro”* (Jedlowski, 2000: 13).

Saper costruire relazioni nei luoghi e nei non luoghi, saper utilizzare la memoria condivisa, saper riprodurre relazioni paritarie a partire dai contesti del lavoro sociale, saper costruire progettualità sociale ampia e condivisa, saper promuovere percorsi di partecipazione alla comunità e, infine, saper narrare il sociale e la socialità nei territori, nelle organizzazioni e nelle comunità, potrebbero essere i capisaldi sui quali costruire e ricostruire una chiara e forte identificabilità delle azioni collegate e collegabili al volontariato.

A sostanziare la relazionalità è il capitale sociale che, imbrigliato troppo a lungo in maglie rilevatesi strette per garantirne una circolazione estesa, cerca adesso forme di interazione alternative più dinamiche e dotate di maggior apertura.

A soddisfare questa esigenza è il connubio tra relazionalità diffusa e comunicazione sociale, atto ad alimentare l'espansione di capitale in tutti gli interstizi della società. Del resto, la stessa comunicazione sociale²⁸ nasce e cresce in un contesto di relazionalità diffusa stabile, anche se non necessariamente comunitaria, e ne rappresenta la coltura, interagendo con l'aura relazionale delle persone e dei contesti sociali e territoriali a livelli differenziali di coinvolgimento emotivo e di spazio nell'immaginario simbolico individuale e collettivo.

In questo senso, il capitale sociale, in quanto *“insieme di quegli elementi dell'organizzazione sociale – come la fiducia, le norme condivise, le reti sociali – che possono migliorare l'efficienza della società nel suo insieme, nella misura in cui facilitano l'azione coordinata degli individui”* (Putnam, 1993) si intreccia perfettamente con la relazionalità diffusa e con la comunicazione sociale, divenendone l'essenza primaria.

L'insieme di elementi di cui è costituito il capitale è potenziato da quei beni concreti che orientano effettivamente gli esseri umani intorno a bisogni, alla ricerca di soluzioni comuni e condivise. Si tratta, infatti, di *“quei beni tangibili che contano maggiormente nella vita quotidiana delle persone: vale a dire, buona volontà, amicizia, solidarietà, rapporti sociali*

28 definizione proposta dal laboratorio sulla comunicazione sociale della Sapienza, Università di Roma.

fra individui e famiglie che costituiscono un'unità sociale. L'individuo, se lasciato a se stesso, è socialmente indifeso. Se viene in contatto con i suoi vicini e questi con altri vicini si accumulerà capitale sociale che può soddisfare immediatamente i suoi bisogni sociali e mostrare una potenzialità sufficiente al miglioramento sostanziale delle condizioni di vita dell'intera comunità” (Hanifan, 1916).

Relazionalità diffusa, dunque, come necessità di superare il senso di isolamento dell'uomo contemporaneo, in difficoltà nella risoluzione di situazioni critiche, ma non solo. Siamo di fronte a forme di comunanza che travalicano interessi personalistici e che aprono la strada verso un processo più esteso di cultura civile e relazionale che si origina proprio all'interno della circolazione del capitale sociale.

Come ha recentemente sostenuto Lin (2005:27) *“si tratta di un investimento nelle relazioni sociali con aspettative di guadagni”* ma *“le risorse embedded nelle reti sociali accrescono i risultati delle azioni”*.

L'efficacia del meccanismo è comunque frutto dell'interazione continua ed estesa che rende la società una rete dinamica il cui continuo e incessante divenire è espressione della convergenza di attese e competenze in atto.

La disponibilità delle relazioni per un individuo, una organizzazione, una istituzione, un territorio diventa così la base per lo sviluppo di nuove relazionalità, ma anche per lo sviluppo delle *capabilities* individuali (Sen, 2003) oltre che collettive - organizzative e territoriali.

4.6 Forme e varianti della relazionalità diffusa

La relazionalità diffusa è un meccanismo complesso che origina situazioni con una diversa intensità di interazione, influenzata da un mix di fattori. Attori, situazioni, spazi sociali e potenziale negoziale diventano così aghi della bilancia nel complicato equilibrio della relazione e dello scambio di capitale sociale. Un capitale che, in quanto essenza, si manifesta conseguentemente in forme di reciprocità variabile all'interno di un continuum di apertura/chiusura, quale espressione di un meccanismo intrinseco di preservazione e auto-conservazione della relazionalità stessa, oltre che della sua diffusività.

Si verificano quindi situazioni estremamente eterogenee di relazionalità. Quando le persone si incontrano in situazioni occasionali, ad esempio, si instaura una relazionalità diffusa debole temporanea che solo eccezionalmente produce solidarietà o, all'altro estremo, conflitto. Non è necessario, quindi, uno spazio negoziale per poter condividere o ricomporre, secondo il caso, la relazionalità. Quando, invece, le persone si incontrano in un non luogo possono sviluppare una relazionalità diffusa debole temporanea, ma anche una relazionalità diffusa forte temporanea, eccezionale.

E ancora, quando le persone si incontrano dove già ci sono stati e sono in corso altri incontri si può sviluppare una relazionalità diffusa debole temporanea, ma anche una relazionalità forte temporanea, oppure possono anche entrare a far parte di un ambito relazionale diffuso stabile esistente o crearne uno nuovo.

Da questi esempi emerge come la relazionalità diffusa nasca più facilmente in contesti già ricchi. Si tratta di territori storicamente e culturalmente ad alta densità relazionale e comunicativa, ma anche alcune organizzazioni del terzo settore, alcuni enti locali, alcune scuole e alcune Università dove si costruiscono e si privilegiano luoghi, situazioni e campi capaci di generare relazionalità. Quando le persone si incontrano dentro a contesti organizzativi ed istituzionali di questo tipo, probabilmente la relazionalità diffusa stabile è

presente in quantità e qualità più alte.

Questa stabilità ha, però, uno statuto ambiguo soprattutto in tempi nei quali da più parti si fa riferimento al ritorno della comunità (Bauman, 2001; Berti, 2005) a scapito dell'individuo. È, infatti, in ambito comunitario che la densità relazionale è più alta, anche se non necessariamente è il luogo dove si sviluppa la relazionalità diffusa, più leggera, meno impegnativa, ma con uno spettro di impegno più vasto.²⁹ È invece probabile che siano le persone ad essere il luogo della nascita della relazionalità diffusa in grado di costituire un substrato importante per lo sviluppo di una nuova cultura civile o per la rigenerazione di quella attuale.

4.6 Modalità di trasmissione del capitale sociale

L'eterogeneità con la quale si manifesta la relazionalità diffusa determina, di conseguenza, un'eterogeneità di modi e forme attraverso cui si manifesta l'essenza di capitale sociale. La sua trasmissione avviene dunque all'interno di un continuum che tende a calibrare il grado di reciprocità in base al tipo di relazionalità che si sviluppa.

Vi è quindi il capitale sociale *che chiude*, volto ad assicurare reciprocità specifica pur mobilitando solidarietà, e il capitale sociale *che apre*, teso a garantire reciprocità generalizzata. Quest'ultimo costruisce legami verso l'esterno e, soprattutto, accetta e accoglie la diversità individuale e collettiva.³⁰

La chiusura dunque è la prima forma che si costituisce all'interno di gruppi strutturati e coesi, mentre quella più interessante e di maggior effetto sociale prevede la massima apertura possibile a tutti i soggetti sociali man mano che vengono coinvolti nel processo.

Il capitale sociale che apre getta ponti, è, come dice Woolcock (2001), un "*capitale sociale che mette in relazione (linking) che riguarda i legami tra persone diverse, in contesti sociali diversificati: le relazioni con persone di comunità diverse, grazie a cui si può accedere a un ambito di risorse più esteso rispetto a quello della comunità di appartenenza*".

L'apertura, per essere soddisfatta a pieno, implica alcuni aspetti fondamentali quali l'accessibilità del capitale sociale, i buchi strutturali e la vulnerabilità sociale³¹. La prima, intesa come accessibilità alle risorse e alle reti, dipende sia dalle posizioni individuali nella struttura sociale sia dalle risorse collettive e comunitarie. Una varietà di potenziale che accresce anche la presenza di tipologie diverse di relazionalità all'interno di un contesto territoriale e una disponibilità variabile in contesti territoriali diversi.³²

4.7 Fronteggiare buchi relazionali e vulnerabilità sociale

Le relazioni risultano fondamentali come risorsa individuale e collettiva, ma anche come modalità operativa per circondare e sostenere relazionalmente i buchi strutturali (Burt, 1992) della vulnerabilità e dell'esclusione sociale. Relazionalità diffusa, dunque, per fronteggiare i

²⁹ La partecipazione e l'impegno nel terzo settore (escluso l'impegno lavorativo) difficilmente è esclusivo in una sola organizzazione ed è sempre meno totalizzante.

³⁰ Cfr. Field (2004:55-58).

³¹ Cfr. Lin (2001).

³² Elemento che può consentire di valutare meglio la diffusione e la forza della comunicazione sociale in contesti territoriali o in organizzazioni specifiche.

buchi, o meglio, i vuoti relazionali che si sviluppano tra gruppi diversi di individui e/o di reticoli relazionali nell'ottica di promuovere e intensificare solidarietà estesa.

Sono gli individui, immersi nella relazionalità diffusa, ad assolvere una funzione risolutiva. Essi creano ponti relazionali intorno a questi buchi e acquisiscono un vantaggio competitivo rispetto agli altri. Mentre Burt aveva in mente i buchi del mercato e i potenziali vantaggi economici per chi riusciva a "coprirli", nelle comunità i buchi possono rappresentare le aree della vulnerabilità sociale e dell'esclusione sociale. Secondo il sociologo francese Manuel Castels (1995) la vulnerabilità è *"il percorso di impoverimento di un potenziale soggetto può avvenire transitando nel corso della vita tra l'area dell'integrazione, inserimento stabile in circuiti occupazionali e disponibilità di solidi rapporti relazionali, specialmente familiari a l'area della disaffiliazione, in cui versano i soggetti di povertà estrema caratterizzata da processi di decomposizione e abbandono del sé, l'incapacità di controllo dello spazio fisico, profonda rottura dei legami sociali; perdita della capacità di trasformare i beni in opportunità di vita"*. La vulnerabilità tocca tutte le sfere della vita: il reddito, il lavoro, la famiglia, l'istruzione, la formazione, la salute, le relazioni sociali e quelle culturali. Non si diventa vulnerabili solo se si ha meno reddito. Perché se una persona ha buone relazioni parentali e sociali, partecipa ad associazioni di volontariato, se ha relazioni culturali, se ha una situazione familiare stabile (indipendentemente dalla tipologia di famiglia) non è necessariamente vulnerabile perché soprattutto la sua "aura relazionale" è molto più ampia e significativa della posizione economica e reddituale.

Il ruolo del volontariato, come delle formazioni sociali intermedie, può essere particolarmente importante se non la si valuta unicamente come fonte di azioni e prodotti specifici, ma ne si estende il potenziale in maniera trasversale o pervasiva.

CAPITOLO 5

Metodologia della ricerca

I risultati della ricerca qui presentata si basano sull'analisi di dati raccolti attraverso la somministrazione di questionari a 45 responsabili e 290 volontari attivi e continuativi di 45 associazioni della Regione Sardegna. Il campione di associazioni rappresenta poco più del 10% di tutte le associazioni del territorio regionale sardo e gli ambiti di attività preponderanti in cui le associazioni operano (cinque sono gli ambiti in questione: Socio-assistenziale, Ambiente e tutela animali, Cultura, Protezione civile, Cooperazione Internazionale. Abbiamo quindi un campione rappresentativo di associazioni, per ciascuna delle quali è stato intervistato un responsabile (generalmente il presidente, o, in alternativa, un soggetto che conoscesse a fondo la realtà associativa) e più volontari attivi e continuativi.

Le domande rivolte ai volontari sono finalizzate a rilevare alcune caratteristiche personali e a indagare la creazione delle varie forme di capitale sociale considerate in seguito all'ingresso del soggetto in associazione. Il questionario volontari è composto da 5 sezioni.

Nella prima sezione si raccolgono informazioni individuali relative al volontario quali livello di educazione, età, sesso ecc..

La seconda sezione comprende una serie di domande di valutazione su vari aspetti connessi all'attività in associazione quali il numero di ore di volontariato prestate, il numero di mesi da cui si svolge volontariato, l'aver frequentato corsi di formazione, la partecipazione in assemblee e in altre riunioni informali, le diverse motivazioni che hanno spinto a diventare volontario ecc.

La terza sezione si concentra sulla presenza di *networks* creatisi tra il volontario e altri soggetti con cui è entrato in contatto tramite l'associazione. Queste domande mirano a verificare se e quanto le relazioni che si instaurano attraverso l'associazione si trasformino in rapporti stabili basati su fiducia e affidabilità fra i diversi soggetti.

La quarta sezione include domande finalizzate a cogliere elementi connessi alle competenze relazionali dei volontari e domande che indagano sull'impatto che la partecipazione in associazione ha avuto sulla storia lavorativa del soggetto.

La quinta sezione comprende domande volte a cogliere se la partecipazione in associazione possa sviluppare, e attraverso quali canali, elementi collegati a varie qualità/caratteristiche pro-sociali dei soggetti quali fiducia nel prossimo, attenzione ai problemi sociali, promozione dell'occupazione, etc.

Le domande contenute nei questionari hanno consentito di raccogliere molte informazioni utili sia al fine di elaborare diverse misure di capitale sociale sia per indagare gli aspetti connessi a fattori individuali e a scelte delle associazioni in grado di incidere sulla creazione di capitale sociale nei volontari. Di seguito si presentano e si analizzano le principali informazioni raccolte attraverso i questionari, a partire proprio dalle sette misure di capitale sociale prodotte. Questa analisi, oltre a offrire un quadro preciso della creazione di capitale sociale nei volontari che partecipano ad associazioni presenti nella Regione Sardegna, presenta e commenta nel dettaglio le variabili utilizzate nel sesto capitolo per studiare empiricamente le relazioni fra la produzione di capitale sociale e diverse variabili associate sia a scelte operative delle associazioni sia a caratteristiche individuali dei volontari.

Di seguito si propone sia l'analisi degli indici di capitale sociale elaborati a partire dalle

risposte dei volontari raccolte mediante questionario sia le variabili che sono state utilizzate come esplicative nella verifica empirica prodotta nella seguente sezione 6. Le variabili esplicative rappresentano quindi quei possibili elementi ritenuti in grado di spiegare i diversi effetti del volontariato sul livello di capitale sociale nelle tre dimensioni considerate: in termini di network sociali, di fiducia e senso civico e di competenze relazionali. In tale ottica, fra le variabili esplicative del capitale sociale, si considerano sia caratteristiche individuali riferite ai volontari, sia caratteristiche riferite alle singole associazioni in cui i volontari prestano la propria attività.

5.1 Indici di capitale sociale

Sette sono gli indici di capitale sociale elaborati. Di questi, quattro fanno riferimento alla dimensione del capitale sociale inteso principalmente come variabile costituita dal network di relazioni di collaborazione che caratterizzano gli individui. Due fanno riferimento al capitale sociale inteso come norme di reciprocità, fiducia e senso civico. Una fa riferimento al capitale sociale inteso come competenze relazionali.

E' importante notare fin da subito che le domande da cui si sono ricavati gli indici di capitale sociale fanno esplicitamente riferimento alla creazione di capitale sociale in seguito all'ingresso in associazione. Come si vedrà nella descrizione specifica degli indici, quello che si è misurato è stato l'incremento di capitale sociale creatosi attraverso il coinvolgimento in associazione. I valori degli indici di capitale sociale misurano quindi l'effetto della partecipazione in associazione sullo stock preesistente di capitale sociale dei singoli volontari. A titolo di esempio, nel caso degli indici di reti di relazioni, si è sempre specificato nella domanda che si indicassero le persone conosciute dopo o attraverso il coinvolgimento in associazione, escludendo quelle che si frequentano in associazione ma che già si conoscevano prima dell'inizio dell'attività di volontariato.

A - Capitale sociale in termini di reti di relazioni

Secondo Coleman, il capitale sociale sarebbe riconducibile al complesso delle relazioni sociali che l'individuo può mobilitare al fine di raggiungere obiettivi altrimenti non realizzabili o realizzabili a costi superiori. In questa ottica, gli agenti in parte erediterebbero il capitale sociale, ad esempio in termini di legami parentali, e, in misura maggiore, lo genererebbero attivamente, tessendo delle reti di relazioni interpersonali. Gli indici costruiti sulla base della definizione di capitale sociale come *networks* di relazioni intendono cogliere la creazione di capitale sociale in termini di reti che si genera grazie alla partecipazione alle associazioni in qualità di volontario. Quattro sono gli indici elaborati in tale ottica che misurano:

1. quanto la partecipazione alle diverse associazioni consenta di instaurare legami tali da prevedere una reciproca collaborazione in situazioni che manifestano una stretta vicinanza
2. quanto la partecipazione alle diverse associazioni consenta di instaurare legami tali da prevedere una reciproca collaborazione in situazioni che manifestano una vicinanza significativa, anche se meno confidenziale di quella prevista al punto

precedente

3. quanto la partecipazione alle diverse associazioni ampli, in termini generali, il *network* relazionale dei soggetti coinvolti³³
4. quanto, secondo una valutazione soggettiva, le persone conosciute in associazione sarebbero disposte a prestare aiuto in caso di necessità improvvisa

a.1. proxy di capitale sociale in termini di collaborazione stretta (*coll_stretta*)³⁴

Per la costruzione dell'indice di capitale sociale che riassume quanto la partecipazione alle diverse associazioni consenta di instaurare legami tali da prevedere una reciproca collaborazione in situazioni che manifestano una stretta vicinanza, si considerano le risposte in merito alle seguenti domande:

Quante sono **le persone, complessivamente parlando**, che lei ha conosciuto **attraverso** il suo coinvolgimento in questa associazione a cui lei

- a. Parlerebbe di eventuali problemi famigliari **PEPRO**
- b. Affiderebbe i propri famigliari (bambini/anziani) **PEFAM**
- c. Chiederebbe un aiuto per gestire casa nel caso andasse in vacanza **PEAIU**
- d. Assistenza reciproca o collaborazione in attività come fare la spesa, accompagnare bambini/anziani/malati a determinate attività, ecc... **PEASS**

L'indice aggregato è la media dei valori standardizzati rilevati nelle risposte alle quattro domande descritte. Per una valutazione comparata tra le risposte alle singole domande utilizziamo il grafico in Figura 1 che presenta i valori medi delle risposte e mostra come il valore maggiore si abbia nel rapporto che si instaura in relazione al confidarsi rispetto ad alcuni problemi famigliari. In media, le altre 3 risposte (affidare i propri famigliari, chiedere aiuto per gestire casa in caso di vacanza e assistenza reciproca in attività varie come fare la spesa) assumono valori compresi tra 2 e 3.

In particolare, appare interessante notare come:

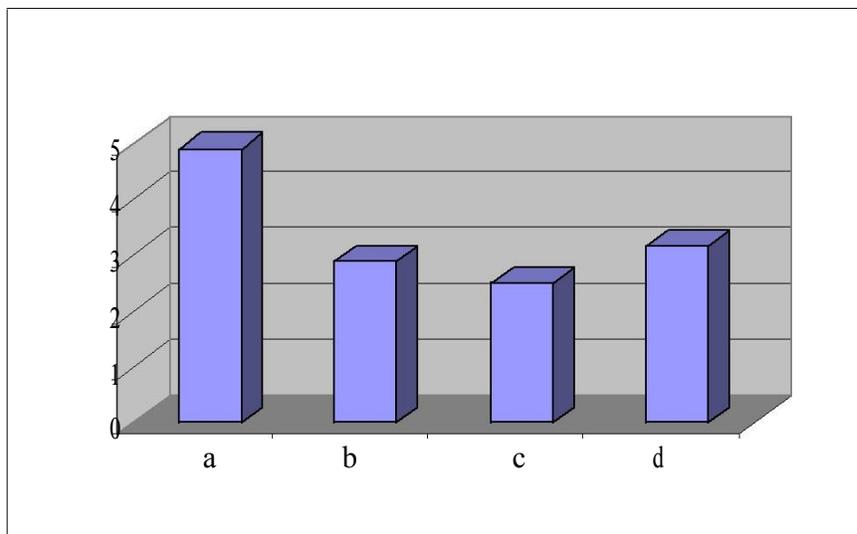
- più del 90% dei volontari dichiara di avere almeno una persona conosciuta attraverso l'associazione con cui parlerebbe dei propri problemi famigliari
- più del 60% dichiara di avere almeno una persona conosciuta attraverso l'associazione cui affiderebbe i propri famigliari
- circa il 50% dichiara di avere almeno una persona conosciuta attraverso l'associazione cui chiederebbe aiuto per gestire casa nel caso andasse in vacanza o con cui vi è assistenza reciproca in attività di vario tipo.

³³ I dati relativi a questi tre indici che possono soffrire della presenza di *outliers* sono stati elaborati eliminando i valori che potevano considerarsi anomali.

³⁴ In parentesi e corsivo il nome della variabile così come esse sono denominate nell'analisi empirica della sezione 6

Figura 1

Reti di collaborazione "stretta" (valore assoluto)



a.2. proxy di capitale sociale in termini di collaborazione più generale (*coll_generale*)

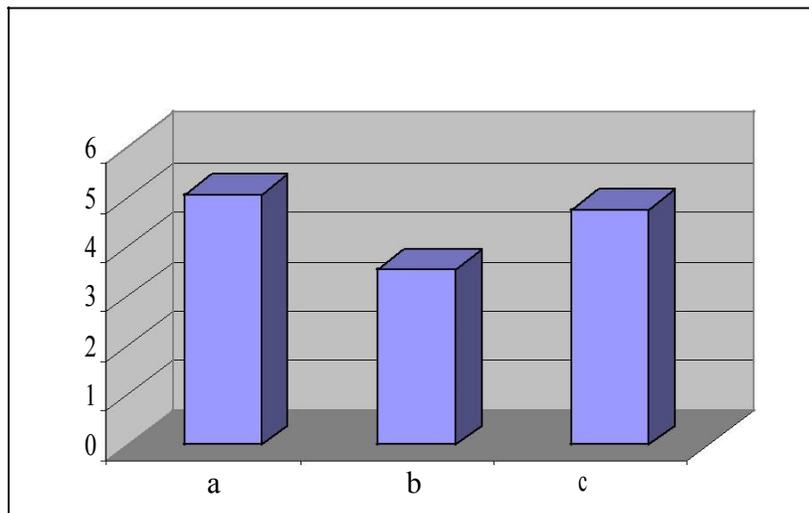
Per la costruzione di questo indice si è fatto riferimento alle risposte fornite alle seguenti domande:

Quante sono le persone, complessivamente parlando, che lei ha conosciuto attraverso il suo coinvolgimento in questa associazione, con cui esiste un rapporto di collaborazione abituale come

- | | |
|--|--------------|
| a. Telefonate per chiedere informazioni o consigli | PETEL |
| b. Svolgere piccole commissioni | PECOM |
| c. Chiederebbe un aiuto per trovare lavoro | PELAV |

L'idea è che le forme di collaborazione previste nelle domande utilizzate per la costruzione di questo indice siano meno intense di quelle descritte al paragrafo precedente. Anche in questo caso, l'indice aggregato è la media dei valori standardizzati rilevati nelle risposte. La figura 2 mostra i valori medi delle risposte alle tre singole domande descritte ed evidenzia come il maggior numero di collaborazioni fra i volontari intervistati e soggetti conosciuti attraverso l'associazione riguardi le telefonate per chiedere informazioni e consigli (valore di poco inferiore a 6), seguito dal chiedere aiuto per trovare lavoro e dallo svolgere piccole commissioni.

Figura 2: Reti di collaborazione



Nuovamente, si può notare come

- più del 70% dei volontari dichiarati di avere almeno una persona conosciuta attraverso l'associazione cui farebbe telefonate per chiedere informazione e consigli
- circa il 60% dichiarati di avere almeno una persona conosciuta attraverso l'associazione cui chiederebbe aiuto per trovare lavoro o collaborerebbe per svolgere piccole commissioni

a3. proxy di capitale sociale in termini di creazione di network amicali (*numpers*)

Questo indice è costruito a partire dalla risposta alla seguente domanda:

B17 Quante sono le persone, complessivamente parlando, che lei ha conosciuto dopo essere entrato in associazione e che oggi lei frequenta abitualmente?

NUMPERS

In media, le persone conosciute dopo essere entrati in associazione e che si frequentano abitualmente sono 8, con un valore massimo pari a 95, un valore minimo pari a 0 e *standard deviation* pari a 12,21. Il 75% dei soggetti dichiara di aver conosciuto almeno una persona attraverso l'associazione che ora si frequenta abitualmente, mentre per il 70% dei soggetti sono almeno 2 le persone conosciute attraverso l'associazione poi entrate nel giro delle frequentazioni abituali.

a4. proxy di capitale sociale in termini di fiducia che le persone conosciute tramite l'associazione sarebbero disposte a prestare aiuto in caso di necessità (*necessità*)

Per la costruzione dell'indice di capitale sociale in termini di fiducia che le persone conosciute tramite l'associazione sarebbero disposte a prestare aiuto in caso di necessità, si è utilizzata la seguente domanda:

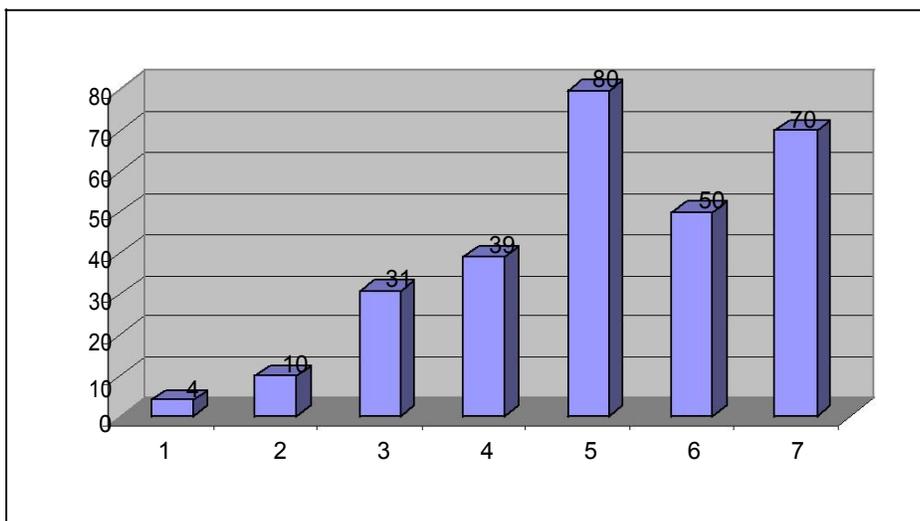
A14 Giudichi le seguenti affermazioni:

Da 1 (*totale disaccordo*) a 7 (*completamente d'accordo*)

1. le persone conosciute in associazione sarebbero disposte ad aiutarmi in caso di necessità improvvisa 1 2 3 4 5 6 7

L'idea è che questa domanda posso offrire una interessante indicazione circa la qualità dei rapporti che si instaurano grazie alla partecipazione all'associazione tra volontari e altri soggetti. La figura 3 mostra come la grande maggioranza degli intervistati (oltre il 70%) abbia dato risposte maggiori o uguali al 5 (80 persone hanno risposto 5; 50 hanno risposto 6 e 70 hanno risposto 7). Ciò sembra rivelare come gli intervistati abbiano la percezione di essere entrati in contatto, attraverso l'associazione, con soggetti che sarebbero disposti ad aiutarli in caso di necessità, rivelando quindi la percezione di aver avviato conoscenze basate su una qualche forma di fiducia e affidabilità.

Figura 3: Aiuto in caso di necessità improvvisa



B - Capitale sociale in termini di fiducia e senso civico

La seconda accezione di capitale sociale considerata, rispetto alla quale vengono costruiti due indicatori sintetici, riguarda *“la fiducia, le norme che regolano la convivenza, le reti di associazionismo civico, elementi che migliorano l’efficienza dell’organizzazione sociale promuovendo iniziative prese di comune accordo”* (Putnam et al. 1993, p.196).

b1 proxy di capitale sociale in termini di fiducia generalizzata (*fiducia*)

Al fine di elaborare l’indice di capitale sociale in termini di fiducia generalizzata, si utilizza la voce del questionario in cui viene domandato, a livello soggettivo, quale sia la fiducia che si ritiene di avere sviluppato partecipando come volontario attivo e continuativo all’associazione.

Fiducia nel prossimo

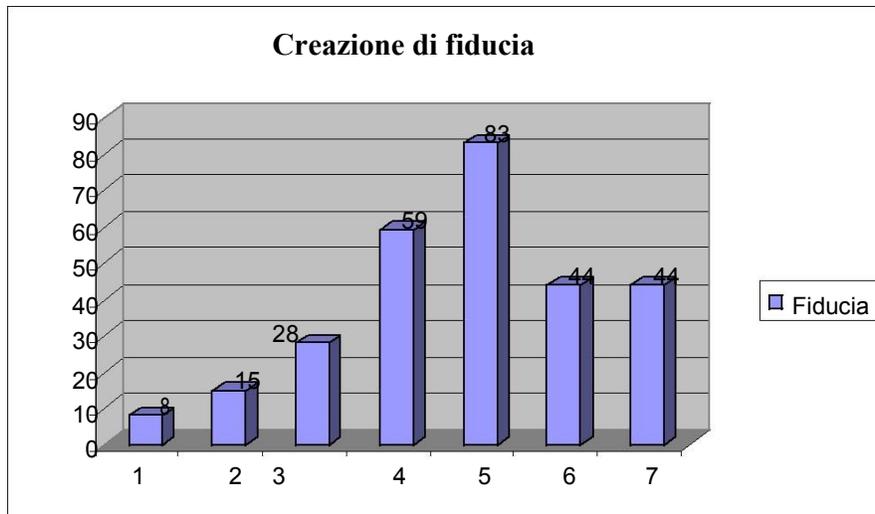
Da 1 (pochissimo) a 7 (moltissimo), quanto ritiene di aver sviluppato le seguenti caratteristiche partecipando alla vita dell'associazione?

1 2 3 4 5 6 7 media 4.8

La scala di riferimento della domanda si basa su un valore di 7 gradi crescenti che va da 1 (pochissimo) a 7 (moltissimo). L'indice così individuato vuole dunque rappresentare una *proxy* del livello di capitale sociale in termini di fiducia generalizzata³⁵ sviluppato dai volontari in associazione. Secondo questo approccio, "il capitale sociale è una risorsa che nasce dal prevalere della fiducia nella società o in una parte di essa" e "la fiducia è l'aspettativa, che nasce all'interno di una comunità, di un comportamento prevedibile, corretto e cooperativo, basato su norme comunemente condivise, da parte dei suoi membri" (Fukuyama 1996, p.40).

Da un'analisi descrittiva dell'indice di capitale sociale in termini di fiducia risulta come, nel campione complessivamente analizzato, la percezione predominante della fiducia sviluppata si collochi ad un livello medio-alto con un valore medio pari a 4.8. Come viene descritto in figura 4, l'82%, pari a 230 intervistati, attesta la fiducia generata nel corso dell'attività in associazione a un livello pari o superiore a 4. Se ci concentriamo sulle dichiarazioni pari o superiori a 5, il numero di risposte è pari a 170, ossia il 61% dei soggetti rispondenti.

Figura 4



³⁵ In letteratura troviamo il riferimento ad un indice di fiducia generalizzata in diversi studi che si basano su analisi di dati del *World Value Survey* (Knack e Keefer, 1997; Zak e Knack 2001; Knack 2002).

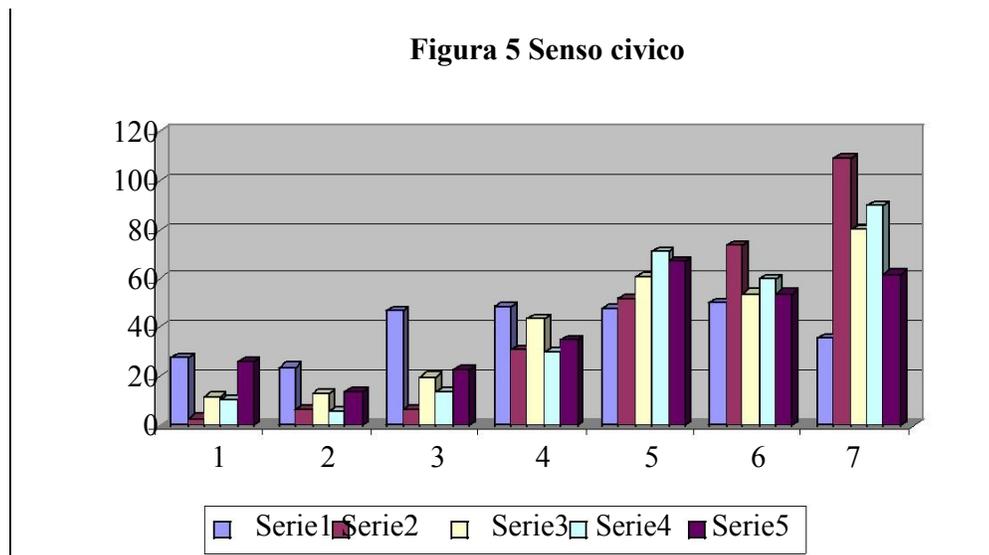
b2 proxy di capitale sociale in termini di senso civico (*civiness*)

Al fine di elaborare l'indice di capitale sociale in termini di senso civico (*civiness*), si è calcolata la media aritmetica semplice delle seguenti domande.

Da 1 (*pochissimo*) a 7 (*moltissimo*), quanto ritiene di aver sviluppato le seguenti caratteristiche partecipando alla vita dell'associazione?

- | | |
|---|------------------|
| 1. Attenzione ai problemi sociali e politici di carattere nazionale | media 4 |
| 2. Desiderio di essere utile agli altri | media 5.8 |
| 3. Convinzione che dei problemi comuni uno deve farsi carico in prima persona | media 5.2 |
| 4. Interesse per i problemi della comunità in cui vivo | media 5.4 |
| 5. Attenzione alle politiche sociali locali | media 4.8 |

Le domande considerano la dichiarazione soggettiva del rispondente rispetto alla creazione, grazie alla partecipazione in associazione, di una serie di "virtù civiche" rappresentante dall'interesse verso la comunità e i problemi che la riguardano. La figura mostra l'andamento delle risposte dei volontari alle singole domande utilizzate per costruire l'indice aggregato di *civiness*, mentre in tabella 2 si riportano i valori medi delle risposte fornite a ciascun quesito.



Tanto i valori medi sembrano confermare la percezione di una crescita dell'indice di *civiness* legata alla partecipazione alla vita dell'associazione.

C. Capitale sociale in termini di competenze relazionali acquisite prestando attività volontaria in associazione (*competenze relazionali*)

Nella costruzione di questa *proxy* si fa riferimento alla definizione di capitale sociale inteso come competenza relazionale individuale in termini di caratteristiche personali che un soggetto acquisisce e utilizza nelle interazioni con gli altri. L'analisi che ha contribuito all'elaborazione di questa definizione di capitale sociale è quella proposta da Glaeser, Laibson e Sacerdote (2000) i quali parlano di "*individual social capital*" riferendosi a quella componente del capitale umano individuale che riguarda le interazioni con altri soggetti. In quest'ottica, il capitale sociale può essere definito come l'insieme di quelle caratteristiche personali, quali il carisma e le capacità relazionali, che un soggetto può sfruttare per ottenere benefici dalle interazioni con altri.

Sulla base di tale approccio, al fine di elaborare l'indice di capitale sociale in termini di competenze relazionali, si utilizza la domanda del questionario in cui viene chiesto, in termini soggettivi, il livello con cui si ritiene di aver sviluppato tre diverse capacità relazionali partecipando all'associazione.

Da 1 (pochissimo) a 7 (moltissimo), con quale intensità ritiene di aver sviluppato le seguenti capacità partecipando alla vita dell'associazione?

- | | |
|--|------------------|
| 1. Capacità di lavorare in gruppo | media 5 |
| 2. Capacità di capire i problemi degli altri | media 5.2 |
| 3. Capacità di relazionarmi con gli altri | media 5.4 |

Le abilità descritte, se rafforzate o create in associazione, sono poi potenziali qualità che entrano a fare parte del bagaglio di "esperienze e competenze individuali" che il soggetto ha sviluppato e possono essere apportate e trasferite nella vita quotidiana.

La scala di riferimento per ogni singola voce si basa su un valore di 7 gradi crescenti che va da 1 (pochissimo) a 7 (moltissimo). L'indice viene costruito come media aritmetica della somma dei tre valori rilevati.

Dall'analisi delle singole variabili che compongono l'indice *competenze relazionali* così costruito, emerge, una concentrazione delle risposte attorno ai valori medio alti. La media delle risposte è pari a 5 per quanto riguarda la capacità di lavorare in gruppo, pari a 5.2 per la capacità di capire i problemi degli altri e pari a 5.4 per la capacità di relazionarsi con gli altri. Inoltre, per quanto riguarda la competenza relativa alla capacità di lavorare in gruppo, 191 soggetti, pari al 68%, hanno risposto con un valore maggiore o uguale a 5; per quanto riguarda la capacità di capire i problemi degli altri, 201 soggetti, pari al 71%, hanno risposto un valore maggiore o uguale a 5; nel caso della capacità di relazionarmi con gli altri sono stati 211 i soggetti, pari al 75%, che hanno risposto con una valutazione maggiore o uguale a 5.

Figura 6

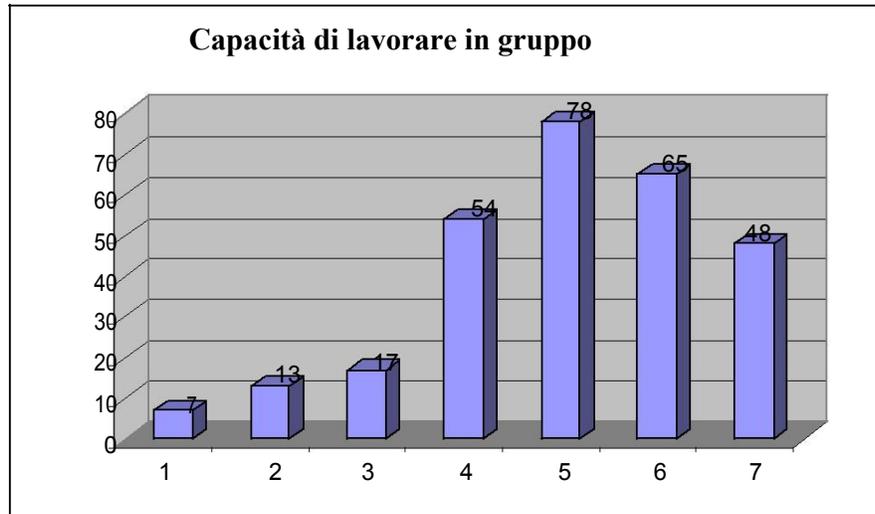


Figura 7

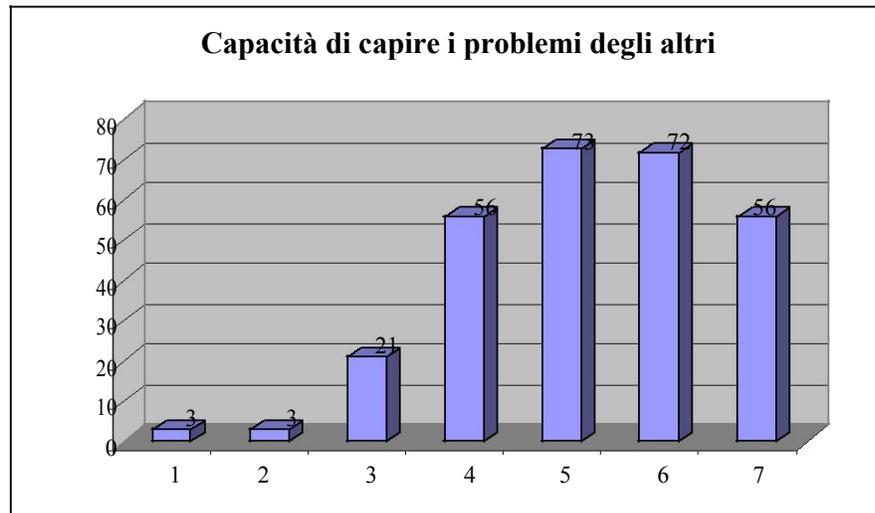
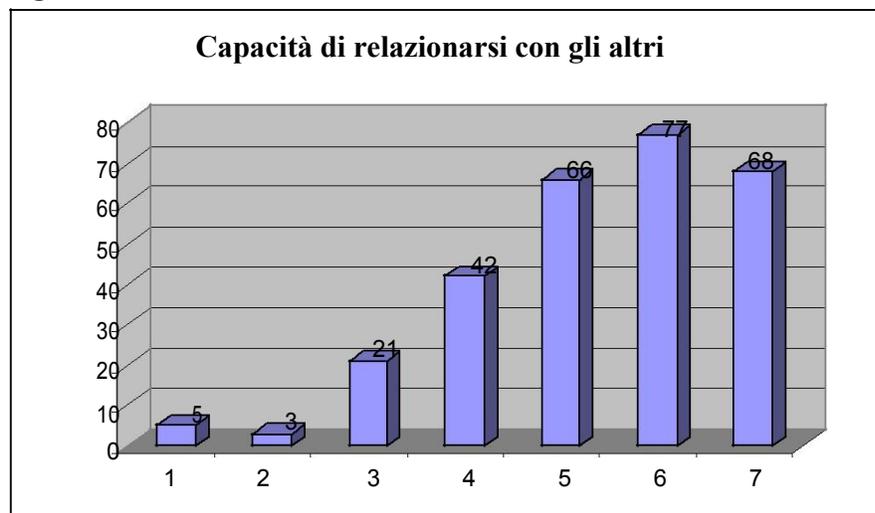


Figura 8



5.2 Variabili esplicative

Le variabili descritte in questa sezione fanno riferimento ai fattori che, a livello teorico, possono spiegare la creazione di capitale sociale dei soggetti attraverso la loro attività di volontariato. Di seguito si propone quindi una analisi descrittiva di queste variabili che, nella sezione 6, sono messe in relazione agli indici di capitale sociale al fine di valutare l'effettivo impatto statistico che esse hanno sulla produzione di capitale sociale.

Le variabili esplicative sono distinguibili in due principali categorie. Quelle misurate in relazione ai singoli volontari intervistati (variabili esplicative individuali), e quelle misurate a livello di associazione (variabili esplicative a livello di associazione).

5.2.1. Variabili esplicative individuali

Queste variabili si riferiscono alle risposte fornite da ogni singolo volontario sulle proprie condizioni personali o su valutazioni espresse a livello individuale in relazione alla propria attività o presenza in associazione. Le variabili considerate sono:

- a) età (*etavol*)
- b) titolo di studio (*studio*)
- c) sesso (*female*)
- d) valutazione relativa agli aspetti rilevanti nella scelta di diventare volontario distinguendo tra:
 - motivazioni di carattere ideale (*motideali*)
 - motivazioni connesse ad aspetti di socialità (*motsociali*)
 - desiderio di imparare a fare cose nuove (*motnuovo*)
- e) valutazione relativa al grado di motivazione attuale rispetto alla propria attività di volontario (*motivazioneattuale*)
- f) valutazione relativa a quanto i responsabili dell'associazione si siano impegnati per favorire l'ambientamento in associazione (*ambre*)
- g) partecipazione a corsi di formazione legati a specifici aspetti relazionali (*formazione*)
- h) valutazione circa la frequenza con cui si entra in contatto, attraverso l'attività di volontariato, con varie categorie di soggetti (altri volontari, destinatari ecc.) (*contatto*)

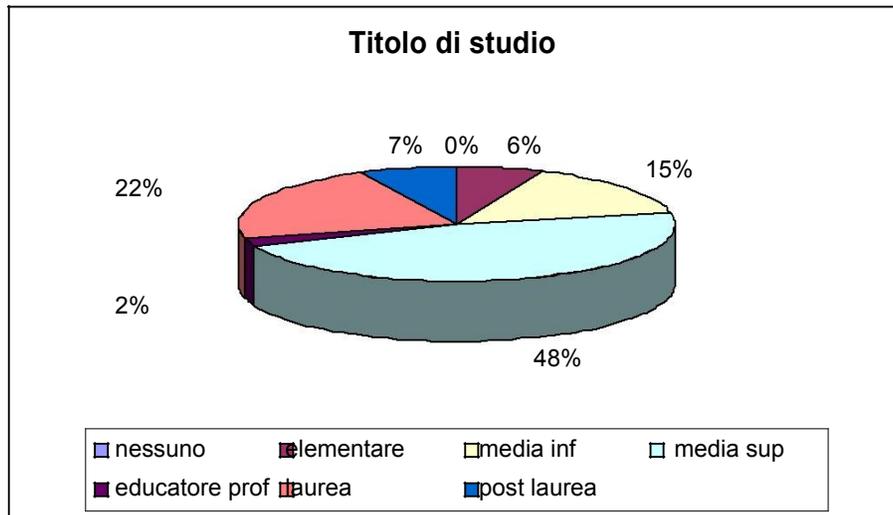
a) età (*etavol*)

Variabile costruita sulla domanda in cui viene chiesta la data di nascita del volontario. L'età viene calcolata prendendo come riferimento il 2014 (anno della somministrazione del questionario).

L'età media dei volontari è di 49 anni, con un minimo di 16, un massimo di 86 e *standard deviation*

pari a 16.15.

Figura 9

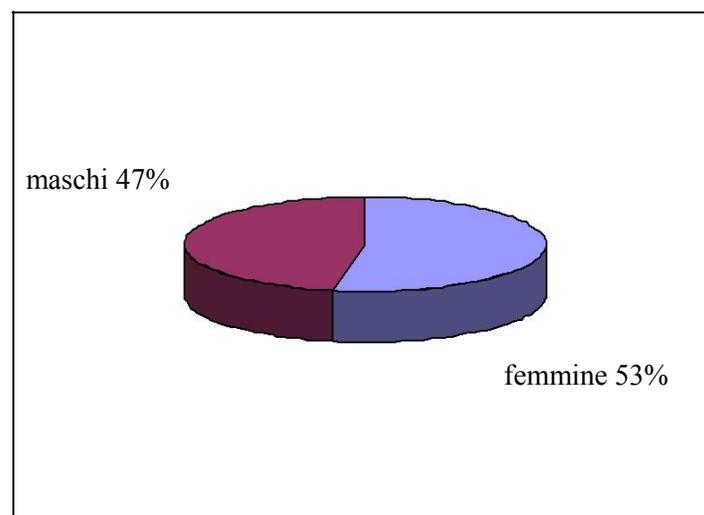


Il titolo di studio è significativamente associato alla struttura di età dei volontari, infatti il *trend* segnala una tendenza ad avere in futuro volontari con livelli di istruzione mediamente superiori a quelli attuali. Ciò presenta possibili conseguenze e potenzialità, in termini di gestione delle risorse umane (presumibilmente con più alto capitale umano), per le associazioni di volontariato, che dovrebbero entrare in contatto con soggetti in possesso di titoli di studio più elevati.

c) sesso (*female*)

Questa variabile è una *dummy* che assume valore 1 se il soggetto è una femmina. Complessivamente, i volontari intervistati sono in maggioranza femmine (152 contro 136 maschi) (Figura 10).

Figura 10 Sesso dei volontari



d) valutazione relativa agli aspetti rilevanti nella scelta di diventare volontario

Tre sono le variabili costruite in relazione alla valutazione offerta dai volontari rispetto alle loro motivazioni al momento di iniziare l'attività di volontariato. La domanda di riferimento al fine di comprendere le ragioni della scelta di divenire volontario è la seguente:

Rispetto alla sua scelta di divenire volontario, quanto hanno contato i seguenti aspetti:

Da 1 (pochissimo) a 7 (moltissimo)

Rispetto alla quale si sono considerate le seguenti opzioni:

1. Il desiderio di ampliare il numero delle mie conoscenze e/o amicizie **MOTAM**
2. Motivazioni di carattere ideale **MOTID**
3. Il fatto che altri miei amici siano volontari **MOTVO**
4. Il desiderio di imparare a fare cose nuove **MOTNU**
5. Il desiderio di sentirmi utile per gli altri **MOTUT**
6. La ricerca di un riconoscimento sociale **MOTSO**

In particolare, l'opzione 4 (il desiderio di imparare a fare cose nuove) è stata selezionata come variabile singola che assume il nome di *motnuovo*. Questa variabile assume quindi valori da 1 a 7.

Sulle altre 5 opzioni è stata condotta un'analisi fattoriale dalla quale sono emerse con chiarezza due componenti principali. La prima, altamente correlata con le opzioni 1 (desiderio di ampliare il numero delle mie conoscenze e/o amicizie), 3 (il fatto che altri miei amici siano volontari) e 6 (la ricerca di un riconoscimento sociale) è interpretata come una componente in grado di cogliere la scelta dei soggetti di diventare volontari connessa alla volontà di acquisire riconoscimento e prestigio all'interno del contesto sociale in cui si vive. La seconda componente, altamente correlata alle opzioni 2 (motivazioni di carattere ideale) e 5 (il desiderio di sentirmi utile per gli altri) è interpretata come una componente in grado di cogliere le motivazioni di carattere ideale che guidano la scelta dei soggetti di diventare volontari. I punteggi associati a queste due componenti sono quindi due variabili considerate nella verifica empirica denominate *motsociali* e *motideali*.

Complessivamente, dunque, tre variabili esprimono le motivazioni che hanno caratterizzato la scelta dei soggetti di divenire volontari:

motnuovo: esprime la motivazione connessa al desiderio di imparare a fare cose nuove *motsociali*: esprime la motivazione legata ad aspetti di riconoscimento sociale e raccoglie le risposte date alle tre opzioni: desiderio di ampliare il numero delle mie conoscenze e/o amicizie e il fatto che altri miei amici siano volontari; la ricerca di un riconoscimento sociale

motideali: esprime la motivazione legata ad aspetti ideali e deriva dalla considerazione delle risposte alle opzioni: motivazioni di carattere ideale e il desiderio di sentirmi utile per gli altri.

e) valutazione relativa al grado di motivazione attuale rispetto alla propria attività di volontario (motivazione attuale)

Variabile costruita a partire dalla domanda:

Da 1 (*Pochissimo*) a 7 (*Moltissimo*) quanto si sente motivato nella sua attività di volontario?
MOTTT

Tale variabile assume come valore medio 5.84 con valore minimo 2, valore massimo 7 e *standard deviation* pari a 1.07. I volontari intervistati dichiarano quindi tendenzialmente un elevato grado di motivazione nello svolgere la loro attività.

f) valutazione relativa a quanto i responsabili dell'associazione si siano impegnati per favorire l'ambientamento in associazione (*ambre*)

Variabile finalizzata a cogliere l'impegno che i responsabili dell'associazione di volontariato mettono nel far sentire a proprio agio e nel favorire l'integrazione di nuovi volontari. Questa variabile è costruita sulla base delle risposte alla domanda:

Da 1 (*pochissimo*) a 7 (*moltissimo*) quanto i responsabili dell'associazione si sono impegnati per favorire il suo ambientamento in associazione (con presentazioni collettive, cene di benvenuto ecc.) **AMBRE**

In generale, le risposte a questa domanda indicano la percezione di un discreto impegno dei responsabili nel favorire l'ambientamento in associazione, avendo tale variabile media pari a 5.26, valore minimo 1, massimo 7 e *standard deviation* 1.66.

g) partecipazione a corsi di formazione legati a specifici aspetti relazionali (*formazione*)

Variabile che assume valore 1 se il volontario ha frequentato, durante la propria attività di volontariato in associazione, almeno un corso di formazione su temi legati a:

- | | |
|--|-------------|
| 1.Aspetti legati alla gestione delle relazioni con i destinatari | FOR2 |
| 2.Gestione delle risorse umane | FOR5 |
| 3.Mission dell'associazione | FOR6 |

Questi tre aspetti di formazione sono quelli considerati fra le diverse opzioni relative ai tipi di corsi di formazione³⁶, in quanto sono quelli che maggiormente sembrano in grado, a livello teorico, di incidere sulla creazione di capitale sociale dei volontari. Fra i soggetti intervistati sono 98 i volontari che hanno frequentato almeno un corso all'interno di una delle 3 categorie considerate.

h) valutazione circa la frequenza con cui si entra in contatto, attraverso l'attività di volontariato, con varie categorie di soggetti (altri volontari, destinatari ecc.) (*contatto*)

Variabile ricavata come media aritmetica delle risposte fornite alle seguenti domande:

Nello svolgere la sua attività di volontario, con che frequenza lei:

³⁶ La domanda relativa alla frequenza dei corsi di formazione prevede anche le opzioni relative a corsi su: Aspetti amministrativo/contabili, Formazione professionale legata al servizio erogato e Aspetti economici e finanziari.

1. realizza attività di gruppo con altri volontari attivi e continuativi

GCONT

2. realizza attività di gruppo con volontari saltuari

GSALT

3. entra in contatto diretto con destinatari dell'attività dell'associazione

CDIRE

4. entra in contatto con famigliari dei destinatari dell'attività dell'associazione

CFAMI

5. entra in contatto con rappresentanti delle amministrazioni locali, dirigenti di enti pubblici, ecc.)

RAPPRL

6. entra in contatto con esponenti della comunità locale interessati a vario titolo all'attività membri di altre associazioni ecc.)

CESPLO

7. entra in contatto con dirigenti/amministratori di aziende private

CPRIV

Possibili risposte:

1) mai

2) qualche volta all'anno (meno di 6)

3) circa 1 volta ogni 2 mesi

4) 1 o più volte al mese (meno di 4)

5) ogni settimana

Data la caratteristica degli indici di capitale sociale costruiti, l'idea è che al crescere dei contatti che i volontari hanno con altri soggetti nell'ambito della loro attività di volontariato, crescono le possibilità di aumentare alcune dimensioni di capitale sociale (in particolare il capitale sociale in termini di *network*). Le figure 11, 12, 13, 14, 15, 16 e 17 danno un'idea della frequenza con cui i volontari intervistati entrano in contatto con le varie categorie descritte nella tabella ora introdotta. In generale, i volontari entrano in contatto più frequentemente con due categorie: altri volontari continuativi (figura 11), e destinatari dell'attività dell'associazione (figura 13). Relativamente meno frequenti sono i rapporti con dirigenti di organizzazioni *for profit* (Figura 17).

Figura 11

Frequenza con cui i soggetti realizzano attività di gruppo con altri volontari continuativi

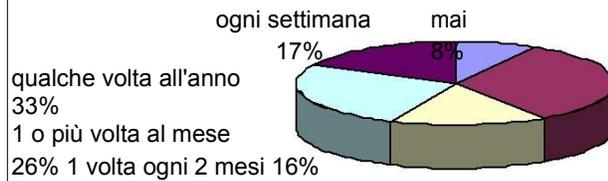


Figura 12

Frequenza con cui i soggetti realizzano attività di gruppo con volontari saltuari

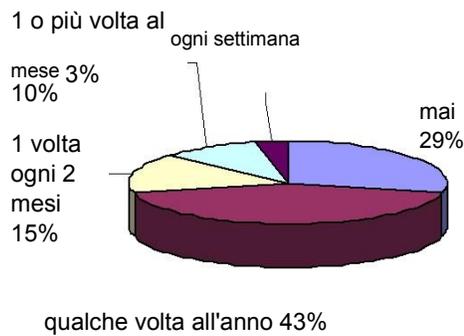


Figura 13

Frequenza con cui i soggetti entrano in contatto con destinatari

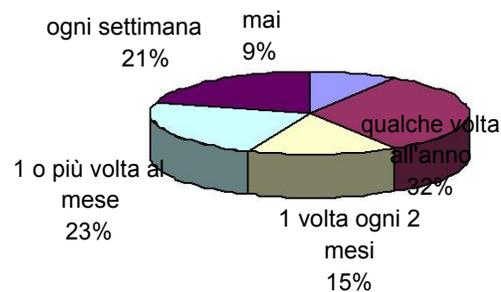


Figura 14

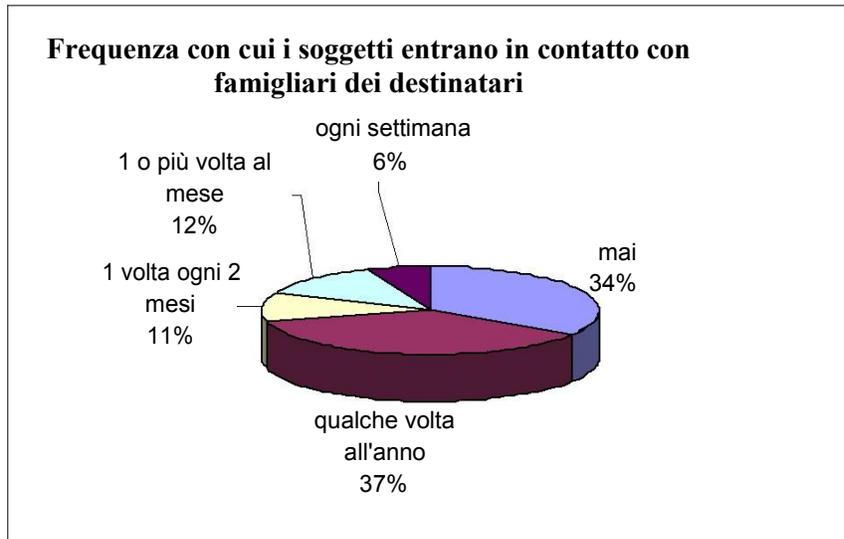


Figura 15

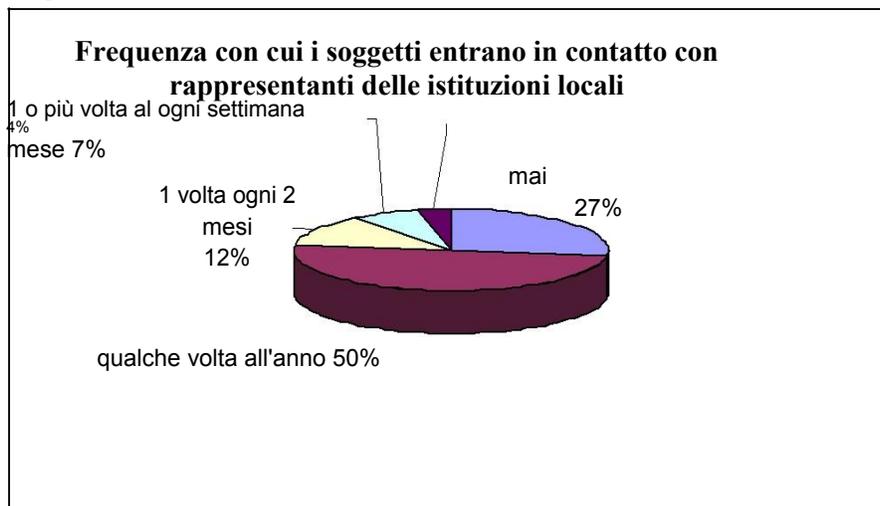


Figura 16

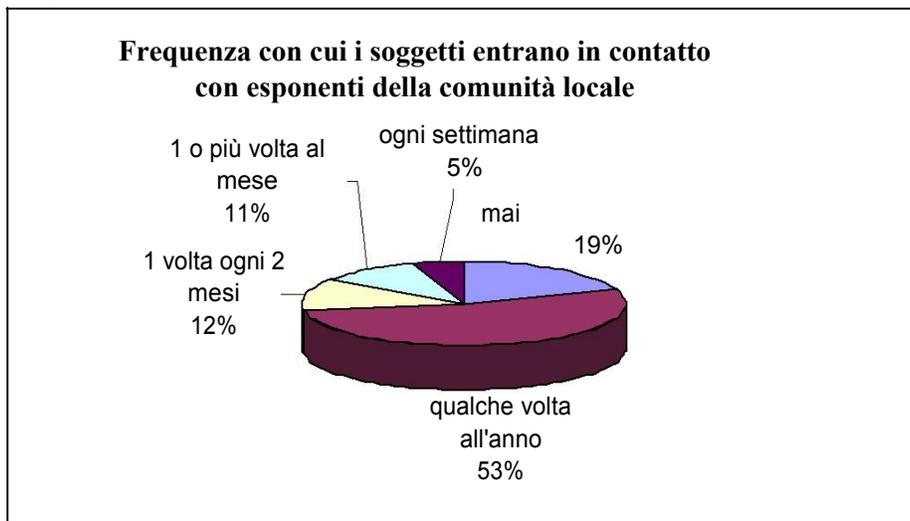
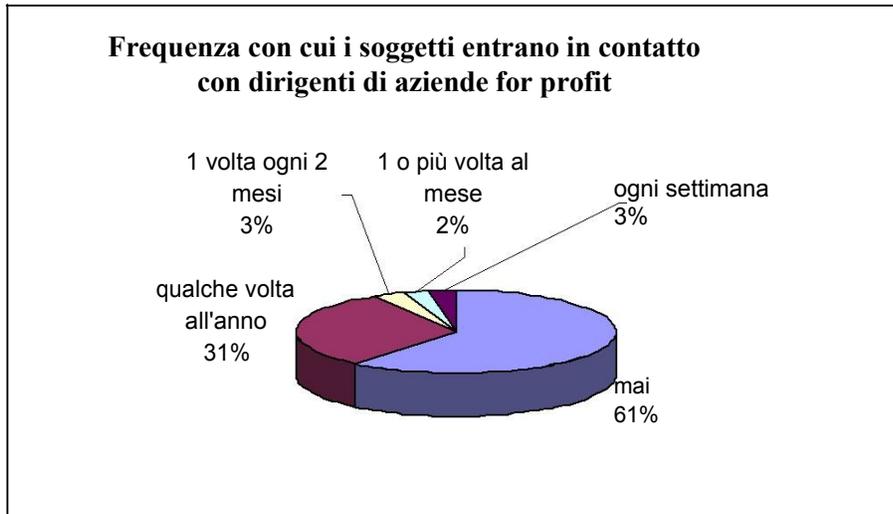


Figura 17



5.2.2. variabili esplicative a livello di associazione

Queste variabili si riferiscono a risposte fornite dai responsabili in relazione a caratteristiche strutturali e/o scelte operative delle associazioni.

In particolare 8 sono le variabili considerate:

- a) il numero di anni da cui è attiva l'associazione (*anniass*)
- b) l'ambito territoriale in cui l'associazione opera (*ambito*)
- c) numero di volontari che presta in associazione un impegno pari ad almeno un ora al mese (*volsalm*)
- d) numero di lavoratori retribuiti (*lavoratori*)
- e) numero di destinatari diretti dell'attività dell'associazione (*destinatari_diretti*)
- f) numero di soci, iscritti, tesserati non attivi (*soci*)
- g) frequenza con cui l'associazione promuove momenti di dialogo e sensibilizzazione fra i soggetti in essa coinvolti (*sensibilizzazione*)
- h) frequenza con cui l'associazione promuove incontri non istituzionali e informali per discutere aspetti legati in generale alle attività e/o alle strategie dell'associazione (*incontriinformali*)

a) numero di anni da cui è attiva l'associazione (*anniass*)

Variabile che coglie il numero di anni da cui l'associazione è attiva considerando come riferimento il 2007. In media, le associazioni incluse nel campione sono attive da 20.7 anni, con un minimo di 1 anno, un massimo di 81 e *standard deviation* pari a 14.08

b) ambito territoriale in cui l'associazione opera (*ambito*)

Questa variabile descrive l'area territoriale di intervento dell'associazione. La scala delle risposte rilevate è definita in valori crescenti da 1 a 6 (comunale, distrettuale, provinciale, regionale, nazionale, internazionale). La domanda di riferimento nel questionario dei responsabili è la seguente:

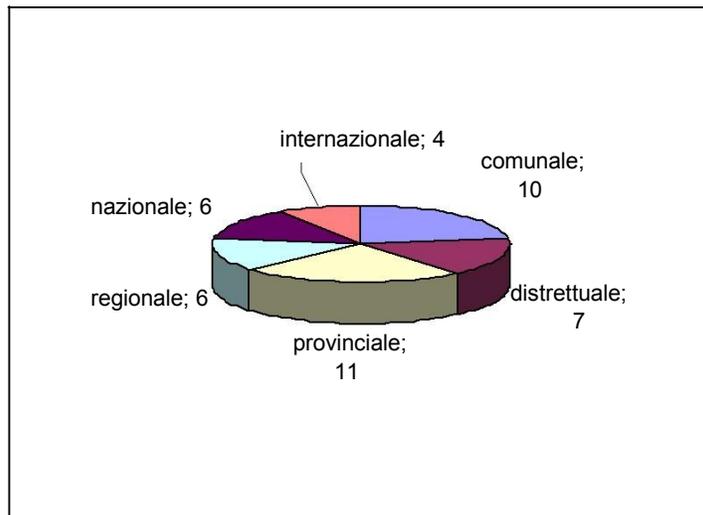
B03 Ambito territoriale di intervento:

AMBITO

- 1 Comunale;
- 2 Distrettuale;
- 3 Provinciale;
- 4 Regionale;
- 5 Nazionale;
- 6 Internazionale

Come si vede dalla figura 18, la maggioranza delle associazioni (11) è attiva a livello provinciale, 10 sono attive a livello comunale e 7 a livello distrettuale.

Figura 18
Ambito territoriale di intervento



c) numero di volontari che presta in associazione un impegno pari ad almeno un ora al mese (*volsalm*)

Questa variabile considera il numero di volontari che prestano in associazione almeno un ora al mese. In media le associazioni del campione hanno 42.26 volontari che prestano almeno un ora di attività volontaria al mese in associazione, ma tale valore è molto variabile a seconda delle associazioni, presentando un minimo pari a 2, un massimo pari a 350 e una *standard deviation* pari a 72.69.

d) numero di lavoratori retribuiti (*lavoratori*)

Variabile che rileva il numero di lavoratori retribuiti. Ben 38 associazioni non hanno lavoratori retribuiti. Sei associazioni hanno invece soggetti che prestano lavoro remunerato. Due associazioni occupano una sola persona, una associazione ne occupa 3, una 4, una 7 e una 14.

e) numero di destinatari diretti dell'attività dell'associazione (*destinatari_diretti*)

Variabile elaborata sulla base della domanda:

A11 Quanti sono i destinatari diretti dell'attività dell'associazione? (in media considerando l'attività a regime dell'associazione)

DESSTR

Per destinatari diretti si intendono “soggetti cui è rivolta l'attività dell'associazione e che instaurano un rapporto non occasionale con l'associazione stessa es.: utenti continuativi dei servizi prodotti, soggetti che di frequente si recano in associazione per informarsi sull'attività

svolta ecc.” I destinatari diretti sono stati distinti dai destinatari occasionali definiti come “soggetti raggiunti dall’attività dell’associazione in modo occasionale: es. perchè ricevono materiale informativo occasionalmente durante manifestazioni, convegni ecc., perchè contattati una tantum per attività annuale ecc.)”.

In media le associazioni hanno 207.05 destinatari diretti, con un *range* di variazione che va da un minimo di nessun destinatario a un massimo di 2000 (*standard deviation* pari a 415.29)

f) numero di soci, iscritti, tesserati non attivi (*soci*)

Variabile che registra:

A07 Quanti sono i soci, iscritti, tesserati non attivi?

NONATT

Anche questa variabile, come quella relativa ai destinatari diretti, rivela notevoli differenze tra le associazioni del campione, assumendo un valore medio pari a 444, un valore minimo di 0, un massimo di 5.500 e una deviazione *standard* di 1036.75.

g) frequenza con cui l’associazione promuove momenti di dialogo e sensibilizzazione fra i soggetti in essa coinvolti (*sensibilizzazione*)

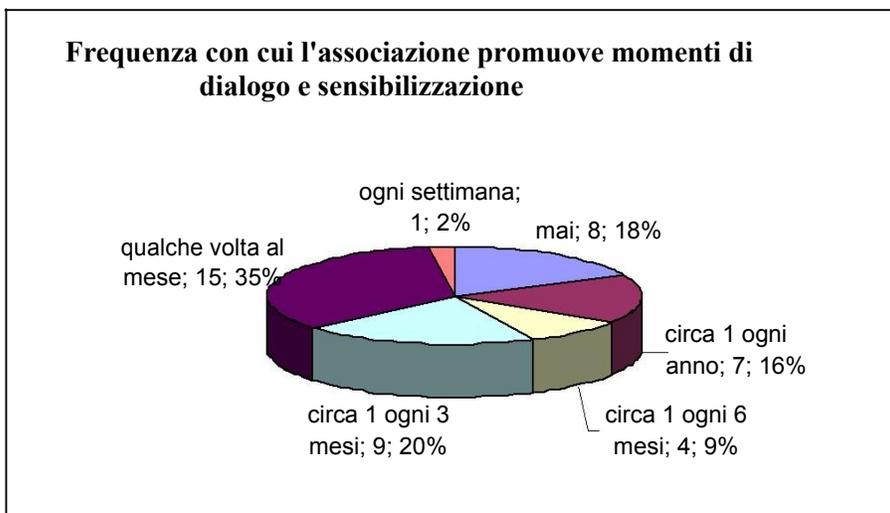
Variabile costruita a partire dalla domanda rivolta ai responsabili in cui si chiede:

A36 L’associazione promuove momenti di dialogo e sensibilizzazione fra i soggetti in essa coinvolti?

SENSPER

I valori ricodificati di questa variabile sono 1=No; 2=Si, circa 1 ogni anno; 3=Si, circa 1 ogni 6 mesi; 4= Si, circa 1 ogni 3 mesi; 5= Si, qualche volta al mese (meno di 4); 6= Si tutte le settimane. Come mostra la figura 19, 15 associazioni (pari al 35% del campione) promuovono momenti di dialogo e sensibilizzazione fra i soggetti in essa coinvolti qualche volta al mese (meno di 4 volte). Solo 1 associazione promuove questi momenti ogni settimana e 8 associazioni non ne organizzano in alcun momento.

Figura 19



h) frequenza con cui l'associazione promuove incontri non istituzionali e informali per discutere aspetti legati in generale alle attività e/o alle strategie dell'associazione (*incontriinformali*)

Variabile elaborata a partire dalla domanda:

A19 A parte gli incontri formali previsti dall'associazione (assemblea), si realizzano altri incontri non istituzionali e informali per discutere aspetti legati in generale alle attività e/o alle strategie dell'associazione? [Organizzazione di attività, modalità di conduzione dell'associazione etc.]

INCINF

Anche i valori di questa variabile sono stati ricodificati nel modo seguente: 1=No; 2=Sì, circa 1 ogni anno; 3=Sì, circa 1 ogni 6 mesi; 4= Sì, circa 1 ogni 3 mesi; 5= Sì, qualche volta al mese (meno di 4); 6= Sì tutte le settimane.

Emerge quindi che tutte le associazioni tranne 5 (pari all'11% del campione) organizzano incontri informali. Sette organizzazioni ogni settimana, 14 qualche volta al mese, 12 circa ogni 3 mesi, 5 circa ogni 6 mesi e 1 circa ogni anno.

CAPITOLO 6

Capitale sociale e volontariato: una verifica empirica su dati micro riferiti alla Regione Sardegna

Una volta osservato come la partecipazione ad associazioni produca un sostanziale incremento nel capitale sociale dei volontari attivi e continuativi, in questa sezione ci si propone di indagare empiricamente se esistano specifiche caratteristiche individuali che possano favorire la produzione di capitale sociale e se vi siano scelte strategiche delle associazioni che possano incidere significativamente sulla loro capacità di generare diverse forme di capitale sociale. Come già evidenziato, tre principali dimensioni di capitale sociale sono state considerate: il capitale sociale in termini di reti di relazioni createsi fra i volontari attivi e continuativi e diversi soggetti coinvolti nell'attività dell'associazione, il capitale sociale in termini di fiducia generalizzata e senso civico sviluppati dai volontari all'interno dell'associazione e il capitale sociale in termini di competenze relazionali acquisite prestando la propria attività di volontario. Complessivamente, sette misure di capitale sociale sono state costruite a partire dai dati raccolti attraverso i questionari, in quanto la prima forma di capitale sociale – le reti di relazioni - è stata scomposta in quattro componenti. Tutte e sette le *proxy* sono elaborate in capo ai singoli soggetti intervistati. E' quindi rispetto a ciascun soggetto che viene valutato l'impatto che la partecipazione all'associazione ha avuto in termini di creazione di capitale sociale. Le sette *proxy* sono tutte costruite a partire da valutazioni soggettive espresse dagli intervistati all'interno del questionario loro somministrato. E' opportuno quindi avere presente come tali misure non abbiano carattere oggettivo, e non siano perciò esenti da alcune critiche generalmente rivolte agli indici soggettivi, per altro ampiamente usati nella letteratura sul capitale sociale.³⁷

L'analisi relativa alla creazione di capitale sociale attraverso l'attività di volontariato si focalizza dunque in prima istanza sul capitale sociale del volontario. Ciò che sembra rilevante evidenziare, tuttavia, è come il fatto di analizzare il capitale sociale dei singoli volontari non implichi necessariamente che l'effetto della partecipazione volontaria in associazioni si esaurisca impattando

esclusivamente su questi soggetti. Caratteristica dei concetti di capitale sociale considerati, infatti, è l'esternalità³⁸ che essi producono a livello di collettività. Il fatto che i volontari, attraverso la loro attività in associazione, amplino i loro *networks* relazionali, acquisiscano fiducia e senso civico e incrementino le loro abilità relazionali, si può pensare produca riflessi a livello di comunità. Una collettività in cui sono più numerosi i soggetti propensi a fidarsi e capaci di gestire relazioni sociali, è una collettività in cui la creazione di rapporti sociali può avvenire con più facilità, è una collettività in cui gli scambi economici avvengono con costi di transazione inferiori e, in generale, è una collettività in cui è più facile avviare, da parte dei soggetti che vi si trovano a operare, relazioni basate su reciprocità e cooperazione.

La verifica econometrica che si presenta in questa sezione è condotta utilizzando sia il metodo OLS (minimi quadrati ordinari) sia il metodo *ordered logit*³⁹. Al fine di considerare che le osservazioni su cui si conducono le stime sono riferite a gruppi di volontari, di numerosità

37 Le principali riserve avanzate a riguardo di indici ricavati da risposte a questionari sono connessi a problemi di interpretazione e di uniformità nel significato e nel valore attribuiti alle risposte dai singoli soggetti intervistati.

³⁸ Si parla di esternalità quando l'azione di un agente economico, sia esso un produttore o un consumatore, produce effetti diretti su altri soggetti, senza che il mercato ne tenga in qualche modo conto.

39 In primissima approssimazione, possiamo evidenziare come il primo metodo sia adeguato quando le variabili dipendenti (gli indici di capitale sociale) assumono valori continui, il secondo quando le variabili dipendenti assumono valori discreti ordinati su una scala crescente.

variabile, appartenenti a diverse associazioni, si applica una particolare tecnica dove gli *standard error* sono calcolati valutando che le osservazioni possono essere indipendenti tra i diversi gruppi (in questo caso costituiti dai soggetti appartenenti alle varie associazioni), ma non all'interno dei singoli gruppi.

Nei tre paragrafi seguenti si studia l'impatto che le variabili esplicative presentate nella sezione 5 possono produrre rispettivamente sulle reti di relazioni dei volontari, sulla loro fiducia generalizzata e senso civico e sulle loro competenze relazionali.

6.1. Volontariato e reti di relazioni sociali

Il primo indice di capitale sociale su cui si conduce l'analisi econometrica è l'indice definito, nella sezione 5, *coll stretta*. Come precedentemente descritto, questo indice è la media dei valori standardizzati delle risposte alle seguenti domande:

Quante sono **le persone, complessivamente parlando**, che lei ha conosciuto **attraverso** il suo coinvolgimento in questa associazione a cui lei

- a. Parlerebbe di eventuali problemi famigliari **PEPRO**
- b. Affiderebbe i propri famigliari (bambini/anziani) **PEFAM**
- c. Chiederebbe un aiuto per gestire casa nel caso andasse in vacanza **PEAIU**
- d. Assistenza reciproca o collaborazione in attività come fare la spesa, accompagnare bambini/anziani/malati a determinate attività, ecc... **PEASS**

La tabella 4 mostra i risultati dell'analisi econometrica condotta. Lo studio delle determinanti dell'indice di capitale sociale denominato *coll stretta* è condotto su 6 diverse specificazioni. In tutte e sei le stime sono presenti le variabili: *Female*, *Etavol*, *Studio*, *Anniass*, *Ambito*, *Volsalm*, *Lavoratori*, *Destinatari diretti* e *Soci*. Inoltre, tutte le stime includono le *dummy* riferite al distretto in cui l'associazione ha la sede e la *dummy* riferita al fatto se il questionario volontari sia stato compilato dal responsabile che ha compilato anche il questionario responsabili.⁴⁰ Ciascuna stima si concentra poi sull'impatto che specifiche variabili esplicative hanno sull'indice di capitale sociale considerato. Nell'equazione 1 si studia l'impatto delle variabili, misurate a livello di associazione, *sensibilizzazione* e *incontriinformali*. Nell'equazione 2 si studia l'impatto sull'indice *coll stretta* delle variabili relative alle motivazioni dei volontari, sia le motivazioni che hanno determinato la scelta di divenire volontario (*mot sociali*, *motideali* e *motnuovo*), sia il grado di motivazione attuale (*motivazione attuale*). L'equazione 3 prende in considerazione l'impegno che i responsabili dell'associazione mettono nel far sentire a proprio agio e nel favorire l'integrazione di nuovi volontari (variabile *ambre*). L'equazione 4 considera l'impatto sul capitale sociale dovuto all'aver frequentato specifici corsi di formazione (*formazione*). L'equazione 5 si concentra sull'impatto sul capitale sociale della frequenza con cui il volontario entra in contatto con altre categorie di soggetti nello svolgimento della propria attività. Infine, la sesta equazione considera simultaneamente tutte le variabili ora descritte. Gli asterischi segnalano la significatività delle diverse variabili nell'influenzare il livello di capitale sociale. Alcune evidenze sembrano emergere dalle stime proposte in tabella 4. Innanzitutto, la presenza di

40 Nel caso della disponibilità prestata dal responsabile, a esso veniva somministrato sia il questionario responsabili sia quello volontari (essendo i responsabili anche volontari attivi e continuativi). Per tenere conto di eventuali distorsioni dovute alla doppia compilazione si è inserita una *dummy*.

lavoratori retribuiti sembra, al netto della considerazione di tutte le altre variabili, incidere negativamente sulla creazione di capitale sociale (in termini di reti di collaborazione stretta) dei volontari delle diverse associazioni. Il numero dei destinatari diretti incide positivamente sulla variabile *coll_stretta*, anche se in termini quantitativi l'impatto sembra essere estremamente ridotto. Positivamente sulla creazione di reti di collaborazione fra i volontari e altri soggetti incide anche la frequenza con cui l'associazione promuove momenti di dialogo e sensibilizzazione fra i soggetti in essa coinvolti. Una positiva correlazione emerge poi tra il livello di capitale sociale e il grado di motivazione attuale del volontario (anche se la significatività sparisce nell'equazione 6) e l'intensità delle sue motivazioni ideali al momento della scelta di divenire volontario. Positivi e significativi sono poi gli effetti dell'impegno dei responsabili nel far ambientare i nuovi volontari (anche se la significatività scompare nella specificazione 6), la frequenza di corsi di formazione e la frequenza con cui si entra in contatto con altri soggetti nel fare la propria attività volontaria.

In termini di quantificazione dell'impatto delle variabili significative, nell'equazione 6, in cui sono presenti tutte le variabili, possiamo dire che: al crescere di una deviazione *standard* della variabile *lavoratori*, la variabile dipendente diminuisce di 0.256 deviazioni *standard*, al crescere di una deviazione *standard* della variabile riferita alle motivazioni ideali, abbiamo un impatto positivo sull'indice di capitale sociale pari a 0.15 deviazioni *standard* mentre seguire un corso di formazione aumenta il livello di capitale sociale di 1.2% rispetto al non seguirlo.

Tab.4 Capitale sociale e reti di relazioni in termini di stretta collaborazione

<i>Equazione</i>	<i>1 (OLS)</i>	<i>2(OLS)</i>	<i>3(OLS)</i>	<i>4(OLS)</i>	<i>5(OLS)</i>	<i>6(OLS)</i>
Variabile dipendente: coll stretta						
Female	-0.011 (1.47)	-0.010 (1.39)	-0.011 (1.55)	-0.011 (1.36)	-0.007 (1.07)	-0.005 (0.74)
Etavol	0.000 (1.09)	-0.000 (0.37)	0.000 (0.32)	0.000 (0.36)	0.000 (0.67)	0.000 (0.08)
Studio	0.000 (0.08)	-0.000 (0.10)	0.000 (0.09)	-0.002 (0.35)	-0.000 (0.05)	-0.001 (0.41)
Anniass	0.000 (0.59)	-0.000 (0.56)	-0.000 (0.10)	-0.000 (0.38)	-0.000 (0.07)	-0.000 (0.01)
Ambito	0.001 (0.38)	0.006 (1.49)	0.005 (1.30)	0.006 (1.27)	0.008 (2.25)**	0.001 (0.18)
Volsalm	0.000 (0.47)	0.000 (0.84)	0.000 (1.23)	0.000 (0.62)	0.000 (0.71)	0.000 (0.54)
Lavoratori	-0.007 (2.71)**	-0.008 (2.89)***	-0.008 (2.83)***	-0.007 (2.38)**	-0.005 (1.91)	-0.007 (2.61)**
Destinatari_diretti	0.000 (4.05)***	0.000 (4.60)***	0.000 (2.90)***	0.000 (3.42)***	0.000 (3.09)***	0.000 (4.80)***
Soci	-0.000 (0.24)	-0.000 (0.95)	-0.000 (1.36)	-0.000 (1.07)	-0.000 (1.55)	0.000 (0.21)
Sensibilizzazione	0.010 (3.07)***					0.007 (2.00)*
Incontriinformali	0.003 (1.24)					0.002 (0.65)
Motsociali		0.003 (0.60)				0.002 (0.37)
Motideali		0.010 (3.54)***				0.012 (2.90)***
Motnuovo		-0.002 (1.00)				-0.003 (1.26)
Motivazioneattuale		0.007 (2.40)**				0.002 (0.88)
Ambre			0.005 (3.05)***			0.001 (0.65)
Formazione				0.018 (2.50)**		0.012 (2.18)**
Contatto					0.022 (4.17)***	0.017 (2.76)***
Constant	-0.030 (1.17)	0.001 (0.04)	-0.004 (0.16)	0.032 (1.39)	-0.033 (1.24)	-0.055 (2.65)**
R ²	0.24	0.24	0.18	0.18	0.25	0.35
Root MSE	0.049	0.051	0.051	0.051	0.245	0.048
Obs	199	189	196	197	193	182

Robust t statistics in parentesi. *, **, e *** indicano coefficienti significativi all'1%, 5% e 10%. Tutte le stime includono le *dummy* di distretto e la *dummy* responsabile

La seguente tabella 5 presenta le stesse stime proposte in tabella 4 ma riferite alla variabile di capitale sociale *coll_generale*.

Tab.5 Capitale sociale e reti di collaborazione

<i>Equazione</i>	<i>1 (OLS)</i>	<i>2(OLS)</i>	<i>3(OLS)</i>	<i>4(OLS)</i>	<i>5(OLS)</i>	<i>6(OLS)</i>
Variabile dipendente: Coll generale						
Female	-0.022 (2.06)**	-0.018 (1.77)*	-0.020 (1.94)*	-0.019 (1.73)*	-0.017 (1.99)*	-0.018 (1.96)*
Etavol	0.000 (0.35)	-0.000 (0.57)	-0.000 (0.31)	-0.000 (0.13)	0.000 (0.08)	-0.000 (0.57)
Studio	0.004 (0.74)	0.005 (0.95)	0.004 (0.75)	0.002 (0.33)	0.005 (1.02)	0.004 (1.08)
Anniass	0.001 (1.33)	0.000 (0.76)	0.001 (1.21)	0.000 (0.91)	0.001 (1.41)	0.000 (0.95)
Ambito	0.006 (1.12)	0.010 (1.66)	0.009 (1.46)	0.011 (1.53)	0.013 (2.38)**	0.004 (0.73)
Volsalm	0.000 (0.65)	0.000 (0.40)	0.000 (1.03)	0.000 (0.36)	0.000 (0.45)	0.000 (0.69)
Lavoratori	-0.010 (2.71)**	-0.009 (2.66)**	-0.010 (2.94)***	-0.009 (2.37)**	-0.007 (1.88)*	-0.009 (2.88)***
Destinatari_diretti	0.000 (4.37)***	0.000 (5.39)***	0.000 (3.60)***	0.000 (4.16)***	0.000 (3.83)***	0.000 (5.02)***
Soci	-0.000 (1.01)	-0.000 (0.81)	-0.000 (1.23)	-0.000 (1.05)	-0.000 (1.53)	-0.000 (0.58)
Sensibilizzazione	0.003 (0.65)					0.002 (0.32)
Incontriinformali	0.010 (1.68)					0.007 (1.11)
Motsociali		0.012 (1.03)				0.003 (0.45)
Motideali		0.017 (2.74)***				0.018 (2.72)**
Motnuovo		-0.004 (0.96)				-0.005 (1.24)
Motivazioneattuale		0.011 (2.45)**				0.005 (0.98)
Ambre			0.010 (4.76)***			0.005 (2.42)**
Formazione				0.018 (1.54)		0.019 (1.71)*
Contatto					0.028 (3.31)***	0.022 (2.77)***
Constant	-0.008 (0.21)	0.000 (0.01)	-0.015 (0.52)	0.050 (1.67)	-0.037 (1.11)	-0.064 (1.47)
R ²	0.19	0.23	0.19	0.16	0.26	0.34
Root MSE	0.084	0.084	0.084	0.085	0.085	0.085
Obs	198	188	195	196	192	181

Robust t statistics in parentesi. *, **, *** e **** indicano coefficienti significativi all'1%, 5% e 10%. Tutte le stime includono le dummy di distretto e la dummy responsabile

La variabile *coll-generale* è costruita come media aritmetica dei valori standardizzati delle risposte alle domande:

Quante sono le persone, complessivamente parlando, che lei ha conosciuto attraverso il suo coinvolgimento in questa associazione, con cui esiste un rapporto di collaborazione abituale come

- a. Telefonate per chiedere informazioni o consigli **PETEL**
- b. Svolgere piccole commissioni **PECOM**
- c. Chiederebbe un aiuto per trovare lavoro **PELAV**

Quello che si evince dall'analisi della tabella 5 è una sostanziale conferma dei risultati emersi nella tabella 4. Nuovamente, le variabili *lavoratori*, *destinatari diretti*, *motideali*, *ambre*, *formazione* e *contatto* sembrano incidere positivamente sulla creazione di capitale sociale dei volontari. Un ulteriore risultato di questa stima è che il capitale sociale sembra essere creato in misura maggiore nei maschi che non nelle femmine (negatività della variabile *female*).

Le tabelle 7 e 8 presentano rispettivamente le analisi econometriche relative alle variabili *numpers* e *necessità*.

Nel caso dell'indice *numpers*, le variabili che sembrano in grado di accrescere quella specifica forma di capitale sociale sono sostanzialmente: il numero di volontari che prestano attività almeno un ora alla settimana, l'intensità delle motivazioni sociali e la frequenza con cui si incontrano altri soggetti durante la propria attività di volontariato che ha un impatto molto elevato se si pensa che al crescere di una deviazione *standard* di questa variabile l'indice di capitale sociale *numpers* aumenta di circa 10 volte. Incidono poi negativamente, anche se non sempre in modo significativo, sul livello di capitale sociale il numero di soci e/o iscritti non attivi e il numero di lavoratori retribuiti. Incide positivamente, anche se non sempre significativamente, sul livello della variabile *numpers* l'ambito territoriale di attività dell'associazione.

Nel caso dell'indice *necessità*, risultano significative almeno in una specificazione le variabili *female* (con segno negativo), *ambito* (positivo), *etavol* (positivo), *lavoratori* (negativo), *destinatari diretti* (positivo), *motideali* (positivo), *ambre* (positivo), *formazione* (positivo) e *contatto* (positivo). Di queste, le variabili esplicative *motideali* e *formazione* risultano significative anche nell'equazione 6 in cui si includono tutte le variabili indipendenti considerate.

Tab.6 Capitale sociale e creazione di network amicali

<i>Equazione</i>	<i>1 (OLS)</i>	<i>2(OLS)</i>	<i>3(OLS)</i>	<i>4(OLS)</i>	<i>5(OLS)</i>	<i>6(OLS)</i>
Variabile dipendente: numpers						
Female	1.594 (0.23)	1.774 (0.23)	1.899 (0.27)	1.934 (0.28)	4.429 (0.66)	5.453 (0.70)
Etavol	0.054 (0.36)	0.055 (0.33)	0.044 (0.30)	0.045 (0.30)	0.073 (0.53)	0.084 (0.49)
Studio	-0.938 (0.79)	0.002 (0.00)	-0.806 (0.63)	-1.593 (1.19)	-1.041 (0.80)	-1.150 (0.71)
Anniass	0.268 (1.28)	0.220 (1.05)	0.232 (1.31)	0.174 (0.87)	0.242 (1.34)	0.144 (0.65)
Ambito	2.473 (2.15)**	2.418 (2.36)**	1.835 (1.53)	2.189 (2.25)**	2.351 (2.02)*	2.144 (1.38)
Volsalm	0.153 (3.15)***	0.155 (2.70)**	0.191 (2.94)***	0.147 (2.58)**	0.153 (2.81)***	0.139 (1.94)*
Lavoratori	-2.286 (2.89)***	-2.029 (2.26)**	-2.667 (2.60)**	-2.387 (2.49)**	-1.178 (1.29)	-1.051 (0.99)
Destinatari_diretti	0.004 (1.97) *	0.002 (0.52)	0.003 (1.44)	0.007 (2.70)**	-0.005 (1.57)	-0.004 (1.23)
Soci	-0.007 (2.16)**	-0.006 (1.94)*	-0.008 (2.66)**	-0.007 (1.84)*	-0.007 (3.30)***	-0.003 (1.16)
Sensibilizzazione	0.882 (0.61)					-0.473 (0.29)
Incontriinformali	0.081 (0.06)					-1.156 (0.78)
Motsociali		7.813 (1.98)*				6.788 (1.92)*
Motideali		2.673 (1.24)				4.936 (1.53)
Motnuovo		-1.602 (1.01)				-1.939 (1.03)
Motivazioneattuale		2.046 (0.99)				-0.820 (0.40)
Ambre			2.928 (1.39)			0.943 (0.45)
Formazione				8.347 (1.66)	4.429 (0.66)	7.914 (1.51)
Contatto					13.140 (3.22)***	14.556 (2.84)***
Constant	-0.116 (0.01)	-4.845 (0.29)	-11.824 (0.53)	7.181 (0.52)	-28.612 (1.63)	-18.883 (0.76)
R ²	0.17	0.23	0.19	0.18	0.22	0.28
Root MSE	36.734	36.843	36.567	36.567	36.403	37
Obs	199	187	194	198	191	179

Robust t statistics in parentesi. ***, ** e * indicano coefficienti significativi all'1%, 5% e 10%. Tutte le stime includono le dummy di distretto e la dummy responsabile

Tab.7 Capitale sociale e indice definito *necessità*

<i>Equazione</i>	<i>1 (Ologit)</i>	<i>2(Ologit)</i>	<i>3(Ologit)</i>	<i>4(Ologit)</i>	<i>5(Ologit)</i>	<i>6(Ologit)</i>
Female	-0.476 (1.71)*	-0.610 (1.94)*	-0.584 (1.92)*	-0.578 (2.14)**	-0.529 (1.78)*	-0.500 (1.47)
Etavol	0.018 (1.75)*	0.009 (0.79)	0.017 (1.61)	0.016 (1.52)	0.018 (1.88)*	0.008 (0.65)
Studio	0.105 (1.08)	0.138 (1.25)	0.151 (1.35)	0.075 (0.87)	0.127 (1.27)	0.068 (0.76)
Anniass	0.007 (0.39)	-0.009 (0.71)	-0.001 (0.11)	-0.005 (0.40)	-0.002 (0.18)	-0.009 (0.52)
Ambito	0.221 (1.35)	0.139 (1.19)	0.185 (1.20)	0.241 (1.97)**	0.226 (1.67)*	0.089 (0.48)
Volsalm	-0.002 (0.26)	0.003 (0.53)	0.005 (0.75)	0.001 (0.17)	0.003 (0.47)	-0.000 (0.04)
Lavoratori	-0.157 (1.43)	-0.202 (1.99)**	-0.215 (2.11)**	-0.153 (1.41)	-0.146 (1.27)	-0.155 (1.22)
Destinatari_diretti	0.001 (1.79)*	0.001 (1.54)	0.001 (1.60)	0.001 (1.84)*	0.001 (0.90)	0.001 (1.39)
Soci	-0.000 (0.68)	-0.001 (1.32)	-0.001 (1.43)	-0.001 (1.33)	-0.001 (1.37)	-0.000 (0.86)
Sensibilizzazione	0.326 (2.53)**					0.190 (1.30)
Incontriinformali	-0.166 (0.98)					-0.153 (0.92)
Motsociali		-0.038 (0.21)				-0.127 (0.66)
Motideali		0.420 (1.84)*				0.487 (2.21)**
Motnuovo		-0.038 (0.32)				-0.034 (0.29)
Motivazioneattuale		0.207 (1.15)				0.132 (0.77)
Ambre			0.152 (1.70)*			-0.022 (0.22)
Formazione				0.542 (2.01)**		0.546 (1.88)*
Contatto					0.462 (1.66)*	0.413 (1.39)
Cut1	-2.949 [1.087]	-3.488 [1.514]	-2.767 [0.968]	-3.836 [0.890]	-2.485 [1.172]	-3.503 [1.544]
Cut2	-1.400 [0.875]	-2.031 [1.394]	-1.210 [0.851]	-2.280 [0.672]	-0.934 [1.004]	-2.017 [1.426]
Cut3	-0.011 [0.762]	-0.546 [1.405]	0.172 [0.755]	-0.889 [0.596]	0.421 [0.934]	-0.440 [1.361]
Cut4	0.999 [0.776]	0.491 [1.429]	1.056 [0.746]	0.083 [0.604]	1.385 [0.996]	0.471 [1.393]
Cut5	2.379 [0.775]	1.962 [1.408]	2.471 [0.766]	1.445 [0.613]	2.792 [1.030]	2.005 [1.332]
Cut6	3.245 [0.725]	2.895 [1.364]	3.331 [0.751]	2.302 [0.587]	3.687 [0.971]	2.991 [1.250]
Pseudo R2	0.068	0.094	0.064	0.062	0.068	0.111
Prob> χ^2	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
obs	205	189	199	203	197	180

Robust z statistics in parentesi tonde. ***, ** e* indicano coefficienti significativi all'1%, 5% e 10%. Tutte le stime includono le dummy di distretto e la dummy responsabile. Robust standard errors in parentesi quadre

Rispetto agli indici di capitale sociale in termini di reti di relazioni sociali, è possibile trarre alcune prime indicazioni di sintesi. Alcune variabili sembrano avere effetti positivi ricorrenti su più di un indice di capitale sociale in termini di *network*. E' questo il caso:

- delle motivazioni ideali e sociali che spingono i volontari a iniziare la loro attività;
- dell'aver seguito corsi di formazione su aspetti connessi a: Aspetti legati alla gestione delle relazioni con i destinatari, Gestione delle risorse umane e Mission dell'associazione;
- dell'impegno messo dai responsabili nel far ambientare i nuovi volontari in associazione
- della frequenza con cui i volontari entrano in contatto con altre categorie di soggetti nel corso dello svolgimento della loro attività;
- della promozione di momenti di dialogo e sensibilizzazione da parte dell'associazione quali discussioni su temi di politiche sociali e ambientali, rapporto tra volontari ecc.
- del numero di destinatari diretti

La presenza di lavoratori retribuiti sembra invece incidere negativamente sul capitale sociale in termini di reti di relazioni

6.2 *Volontariato e fiducia e senso civico*

L'indice di fiducia generalizzata ci informa circa l'effetto che l'attività di volontariato avrebbe prodotto sui singoli individui sulla base della loro esperienza e secondo il loro giudizio. L'indice di capitale sociale denominato *fiducia*, secondo quanto descritto nella sezione 5, assume nei questionari valori compresi tra 1 e 7. La tabella 8 propone l'analisi dell'impatto che le caratteristiche individuali e di associazione già introdotte nelle sezioni precedenti hanno su tale indice di capitale sociale. Le variabili che sembrano incidere in modo sostanzialmente robusto e positivamente sulla creazione di fiducia generalizzata nei volontari sono l'ambito territoriale di attività dell'associazione, il livello di motivazioni ideali del volontario, il grado di motivazioni attuali nello svolgere la sua attività.

Tab.8 Capitale sociale e fiducia generalizzata

<i>Equazione</i>	<i>1 (Ologit)</i>	<i>2(Ologit)</i>	<i>3(Ologit)</i>	<i>4(Ologit)</i>	<i>5(Ologit)</i>	<i>6(Ologit)</i>
Female	0.056 (0.16)	0.012 (0.03)	0.056 (0.15)	0.073 (0.21)	0.204 (0.63)	-0.025 (0.07)
Etavol	-0.004 (0.43)	-0.012 (1.13)	-0.006 (0.56)	-0.006 (0.64)	-0.007 (0.79)	-0.013 (1.19)
Studio	0.107 (0.92)	0.075 (0.70)	0.098 (0.82)	0.069 (0.61)	0.084 (0.78)	0.065 (0.58)
Anniass	0.005 (0.67)	-0.020 (2.08)**	0.002 (0.27)	-0.001 (0.12)	0.003 (0.37)	-0.023 (2.23)**
Ambito	0.416 (3.14)***	0.412 (3.17)***	0.468 (3.50)***	0.489 (3.96)***	0.546 (4.85)***	0.357 (2.04)**
Volsalm	-0.001 (0.23)	-0.003 (0.37)	-0.001 (0.24)	-0.003 (0.49)	-0.002 (0.34)	-0.003 (0.34)
Lavoratori	-0.016 (0.14)	0.008 (0.07)	-0.001 (0.01)	-0.010 (0.10)	0.024 (0.22)	0.024 (0.18)
Destinatari_diretti	-0.000 (0.23)	0.000 (0.23)	-0.000 (0.29)	0.000 (0.07)	-0.000 (0.57)	0.000 (0.08)
Soci	-0.001 (1.61)	-0.001 (1.04)	-0.001 (1.68)	-0.001 (1.69)	-0.001 (2.35)**	-0.000 (0.85)
Sensibilizzazione	0.086 (0.82)					-0.042 (0.32)
Incontriinformali	0.132 (1.32)					0.150 (1.09)
Motsociali		0.187 (0.73)				0.112 (0.46)
Motideali		0.682 (4.16)***				0.863 (4.32)***
Motnuovo		0.149 (1.50)				0.111 (1.09)
Motivazioneattuale		0.528 (3.09)***				0.426 (2.05)**
Ambre			0.170 (1.52)			0.006 (0.05)
Formazione				0.432 (1.26)		0.390 (1.13)
Contatto					0.558 (1.88)*	0.402 (1.08)
Cut1	-2.859 [0.805]	-0.927 [1.204]	-2.674 [1.066]	-3.839 [0.729]	-2.394 [0.935]	-0.428 [1.497]
Cut2	-1.534 [0.780]	0.528 [1.292]	-1.349 [0.961]	-2.506 [0.692]	-1.067 [0.975]	1.007 [1.587]
Cut3	-0.536 [0.773]	1.608 [1.267]	-0.347 [0.950]	-1.503 [0.677]	-0.047 [0.956]	2.117 [1.557]
Cut4	0.702 [0.762]	3.047 [1.383]	0.851 [0.955]	-0.293 [0.684]	1.180 [0.987]	3.594 [1.637]
Cut5	2.222 [0.741]	4.904 [1.407]	2.376 [0.907]	1.207 [0.588]	2.749 [0.974]	5.521 [1.669]
Cut6	3.245 [0.729]	6.124 [1.474]	3.395 [0.879]	2.248 [0.557]	3.842 [0.953]	6.817 [1.716]
Pseudo R2	0.051	0.126	0.050	0.047	0.062	0.146
Prob> χ^2	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
obs	204	189	199	201	197	181

Robust z statistics in parentesi tonde. ***, ** e* indicano coefficienti significativi all'1%, 5% e 10%. Tutte le stime includono le dummy di distretto e la dummy responsabile. Robust standard errors in parentesi quadre

Se guardiamo alla creazione di senso civico (tabella 9), le variabili significative nell'equazione 6 sono: il sesso (i maschi sembrano sviluppare maggiore senso civico partecipando alla vita dell'associazione), il titolo di studio (al crescere del titolo di studio aumenta la variabile *civiness*), la frequenza con cui si organizzano momenti di dialogo e sensibilizzazione (più sono frequenti maggiore è l'impatto sul senso civico dei volontari), l'intensità delle motivazioni ideali e sociali che hanno guidato i volontari nella loro scelta, il grado di motivazione attuale e la frequenza con cui si entra in contatto con altri soggetti attraverso la propria attività di volontario. In termini di quantificazione dell'impatto delle variabili significative, nell'equazione 6, in cui sono presenti tutte le variabili, possiamo dire che: al crescere di una deviazione *standard* della variabile *sensibilizzazione*, si ha un aumento sulla variabile dipendente pari al 20%; al crescere di una deviazione *standard* della variabile riferita alle motivazioni sociali, abbiamo un impatto positivo sull'indice di capitale sociale pari al 18.6%; al crescere di una deviazione *standard* della variabile riferita alle motivazioni ideali, abbiamo un impatto positivo sull'indice di senso civico pari al 32.7%, al crescere di una deviazione *standard* della variabile riferita alle motivazioni attuali, abbiamo un impatto positivo pari al 34.7%.

Tab. 9 Capitale sociale e senso civico

<i>Equazione</i>	<i>1 (OLS)</i>	<i>2(OLS)</i>	<i>3(OLS)</i>	<i>4(OLS)</i>	<i>5(OLS)</i>	<i>6(OLS)</i>
Female	-0.237 (1.41)	-0.341 (2.70)**	-0.320 (2.20)**	-0.317 (1.92)*	-0.220 (1.33)	-0.275 (1.91)*
Etavol	0.004 (0.70)	0.003 (0.50)	0.003 (0.54)	0.004 (0.81)	0.005 (1.23)	0.005 (0.96)
Studio	0.029 (0.45)	0.093 (1.63)	0.044 (0.67)	0.044 (0.73)	0.031 (0.50)	0.116 (2.03)*
Anniass	0.011 (2.41)**	-0.004 (0.62)	0.003 (0.46)	0.006 (0.81)	0.005 (0.73)	0.002 (0.42)
Ambito	0.151 (1.86)*	0.118 (1.65)	0.145 (1.90)*	0.218 (2.61)**	0.199 (2.82)***	0.078 (1.22)
Volsalm	-0.002 (0.66)	-0.001 (0.53)	0.003 (0.98)	0.001 (0.33)	-0.000 (0.07)	-0.003 (1.13)
Lavoratori	-0.038 (0.93)	-0.010 (0.25)	-0.073 (1.93)*	-0.062 (1.45)	-0.007 (0.15)	0.034 (0.96)
Destinatari_diretti	0.000 (2.52)**	0.000 (1.15)	0.000 (1.46)	0.000 (1.56)	0.000 (0.14)	-0.000 (0.82)
Soci	-0.000 (0.71)	-0.000 (1.06)	-0.000 (2.19)**	-0.000 (2.25)**	-0.000 (2.32)**	-0.000 (0.05)
Sensibilizzazione	0.222 (4.07)***					0.128 (1.93)*
Incontriinformali	-0.071 (0.76)					-0.029 (0.39)
Motsociali		0.162 (1.90)*				0.186 (2.18)**
Motideali		0.307 (4.00)***				0.327 (3.92)***
Motnuovo		0.032 (0.58)				0.010 (0.18)
Motivazioneattuale		0.400 (4.87)***				0.324 (4.11)***
Ambre			0.183 (3.02)***			0.067 (1.41)
Formazione				-0.152 (0.65)		-0.254 (1.30)
Contatto					0.470 (3.37)***	0.350 (2.61)**
Constant	4.036 (8.30)***	2.388 (5.13)***	3.584 (8.01)***	4.583 (16.33)***	3.467 (6.64)***	0.982 (1.39)
R ²	0.14	0.41	0.17	0.11	0.17	0.48
Root MSE	1.138	0.923	1.090	1.126	1.100	0.890
Obs	205	190	200	202	197	181

Robust t statistics in parentesi. ***, ** e * indicano coefficienti significativi all'1%, 5% e 10%. Tutte le stime includono le dummy di distretto e la dummy responsabile

6.3 *Volontariato e competenze relazionali*

In questo paragrafo si presentano i risultati relativi al capitale sociale in termini di competenze relazionali sviluppate dai soggetti all'interno delle associazioni (tabella 10). Il grado di motivazione attuale dei volontari sembra favorire lo sviluppo di competenze relazionali. Lo stesso vale per la frequenza con cui in associazione si organizzano momenti di dialogo e sensibilizzazione su varie tematiche sociali e non solo. Interessante appare inoltre notare come la tabella 10 evidenzia un ruolo dei corsi di formazione nel favorire la creazione di competenze relazionali. Il coinvolgimento dei

volontari in corsi di formazione riferiti alla gestione delle relazioni con i destinatari, alla gestione delle risorse umane e alla *mission* della associazione sembra effettivamente in grado di incrementare le competenze relazionali nei volontari che vi prendono parte. Un effetto positivo è infine legato all'ambito territoriale di attività e negativo (e difficilmente interpretabile) sia al numero di volontari sia alla frequenza con cui si organizzano incontri informali in cui discutere dell'attività dell'associazione. In termini di quantificazione dell'impatto delle variabili significative, nell'equazione 6, in cui sono presenti tutte le variabili, possiamo dire che: al crescere di una deviazione *standard* della variabile *sensibilizzazione*, si ha un aumento sulla variabile dipendente pari al 26.2%; al crescere di una deviazione *standard* della variabile riferita alle motivazioni attuali, abbiamo un impatto positivo sull'indice di competenze relazionali pari al 41%, mentre seguire un corso di formazione aumenta il livello di capitale sociale del 26.5% rispetto al non seguirlo.

Tab.10 Capitale sociale e competenze relazionali

<i>Equazione</i>	<i>1 (OLS)</i>	<i>2(OLS)</i>	<i>3(OLS)</i>	<i>4(OLS)</i>	<i>5(OLS)</i>	<i>6(OLS)</i>
Female	-0.038 (0.24)	-0.113 (0.80)	-0.115 (0.72)	-0.073 (0.48)	-0.026 (0.16)	-0.071 (0.46)
Etavol	0.003 (0.64)	-0.003 (0.62)	0.002 (0.33)	0.002 (0.45)	0.004 (0.79)	-0.002 (0.36)
Studio	0.059 (0.92)	0.084 (1.43)	0.068 (1.05)	0.026 (0.48)	0.077 (1.23)	0.066 (1.22)
Anniass	0.015 (2.99)***	-0.000 (0.01)	0.009 (2.02)*	0.007 (1.50)	0.010 (2.18)**	0.002 (0.54)
Ambito	0.258 (3.83)***	0.166 (3.46)***	0.265 (4.23)***	0.257 (5.08)***	0.250 (4.52)***	0.104 (1.85)*
Volsalm	-0.007 (2.88)***	-0.004 (2.15)**	-0.003 (1.24)	-0.005 (2.23)*	-0.004 (1.70)	-0.006 (2.73)**
Lavoratori	-0.012 (0.32)	0.011 (0.32)	-0.038 (0.97)	-0.032 (0.87)	-0.023 (0.63)	0.017 (0.50)
Destinatari_diretti	0.000 (2.16)**	0.000 (0.41)	0.000 (1.28)	0.000 (2.40)**	0.000 (0.88)	0.000 (1.27)
Soci	0.000 (0.49)	-0.000 (0.97)	-0.000 (1.65)	-0.000 (1.08)	-0.000 (1.59)	0.000 (1.11)
Sensibilizzazione	0.211 (2.85)***					0.168 (2.63)**
Incontriinformali	-0.113 (1.68)					-0.093 (1.99)*
Motsociali		0.055 (0.55)				0.048 (0.44)
Motideali		0.093 (1.06)				0.120 (1.42)
Motnuovo		0.080 (1.46)				0.080 (1.48)
Motivazioneattuale		0.425 (5.22)***				0.383 (4.42)***
Ambre			0.083 (1.28)			-0.033 (0.77)
Formazione				0.424 (2.87)***		0.265 (1.92)*
Contatto					0.241 (2.01)*	0.047 (0.35)
Constant	4.282 (8.05)***	2.242 (3.54)***	4.218 (8.07)***	4.904 (12.93)***	4.010 (7.20)***	2.209 (3.74)***
R ²	0.19	0.38	0.17	0.18	0.17	0.42
Root MSE	1.013	0.902	1.031	1.018	1.027	0.894
Obs	204	189	200	202	197	181

Robust t statistics in parentesi. ***, ** e * indicano coefficienti significativi all'1%, 5% e 10%. Tutte le stime includono le dummy di distretto e la dummy responsabile

CAPITOLO 7

Effetti economici del capitale sociale sviluppato in associazione – analisi esplorativa

Al fine di realizzare una prima esplorativa indagine degli effetti economici che il capitale sociale sviluppato in associazioni può produrre a livello individuale e collettivo nel territorio regionale sardo, si sono introdotte nel questionario un serie di domande che indagano l'impatto che la partecipazione in associazioni ha avuto sulla storia lavorativa dei volontari intervistati.

In particolare, si è cercato di verificare quale impatto l'attività di volontariato potesse avere sulla riuscita nel trovare un lavoro, nel caso di soggetti disoccupati al momento del loro ingresso in associazione, e sulla possibilità di migliorare le proprie condizioni lavorative per i soggetti già occupati. I riferimenti nella letteratura sono, a questo proposito, diversi e rilevanti. Per quanto concerne la ricerca del lavoro, il pionieristico contributo di Granovetter del 1974 si focalizza proprio sul ruolo che i contatti personali possono avere nella ricerca e nell'ottenimento di una occupazione. Granovetter definisce contatti personali "individui conosciuti personalmente dal rispondente"⁴¹, con cui egli è divenuto conoscente in un qualche contesto non legato alla ricerca di informazioni relative al lavoro, e da cui egli è venuto a sapere del suo posto di lavoro attuale o che lo hanno raccomandato a qualcuno che poi lo ha contattato" (Granovetter, 1974, p.11 mia traduzione). L'autore evidenzia come i contatti personali siano il principale canale attraverso cui le persone trovano lavoro. Inoltre, egli evidenzia che i lavori trovati tramite contatti personali hanno mediamente salari più alti dei lavori trovati tramite mezzi formali (colloqui, pubblicità) o tramite "direct applications" (quando si arriva all'impresa direttamente senza mezzi formali o senza esservi introdotti da conoscenti). I già citati contributi di Burt mostrano poi che *managers* (Burt 2004) e banchieri (Burt 2003) che sono in comunicazione con differenti gruppi di individui che condividono idee e modi di pensare alternative sono maggiormente capaci di realizzare vantaggi individuali quali promozioni, salari più elevati, idee brillanti.

Ovviamente, la conoscenza di soggetti che possano introdurre una persona a un nuovo lavoro o che gli permettano di acquisire nuove idee o informazioni che gli consentono di ottenere promozioni, sono espressione di quello che abbiamo definito capitale sociale in termini di reti di relazioni sociali.

Per verificare se il capitale sociale sviluppato in associazione avesse impatti positivi sulla ricerca di un lavoro nel caso di soggetti disoccupati, si è introdotta nel questionario la seguente domanda:

C01 Rispondere solo se disoccupato prima di entrare in associazione:

Dopo essere entrato in associazione ha trovato lavoro?

DISLAV

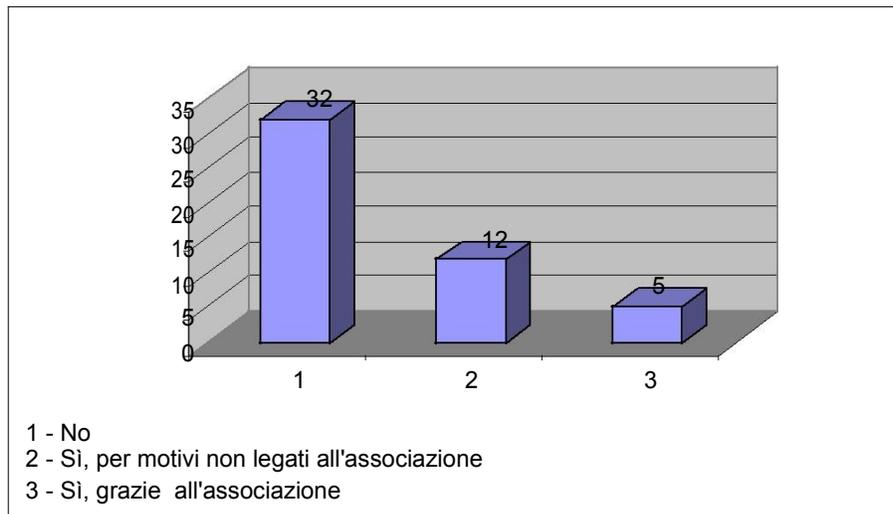
1. No
2. Sì grazie a informazioni ricevute da persone conosciute in associazione
3. Sì grazie alle competenze sviluppate lavorando in associazione che mi hanno permesso di trovare un posto di lavoro
4. Sì, per altri motivi legati all'associazione (specificare se possibile)
5. Sì, per motivi non legati all'associazione (specificare se possibile)

⁴¹ Nello studio di Granovetter, i rispondenti sono lavoratori che hanno trovato lavoro negli ultimi 5 anni.

Si indaga quindi se sia stato utile per trovare lavoro, nel caso di soggetti disoccupati, o il capitale sociale in termini di reti di relazioni sviluppate in associazione (opzione 2) o la creazione di competenze acquisite facendo volontariato (opzione 3). I risultati emersi dalle risposte fornite appaiono estremamente interessanti.

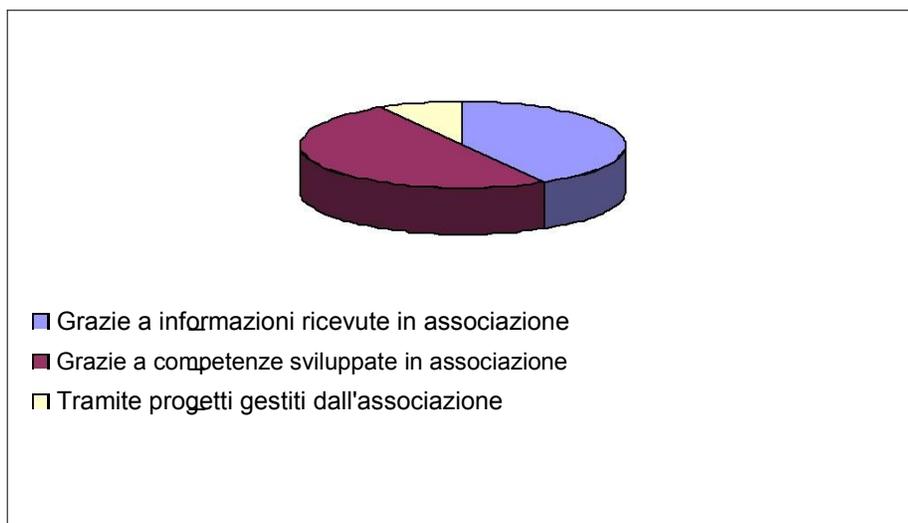
Quarantanove sono i volontari che hanno dichiarato di essere stati disoccupati al momento del loro ingresso in associazione. Di questi, 17 hanno trovato lavoro dopo essere entrati in associazione. 12 di questi 17, ossia oltre il 24% dei quarantanove disoccupati, ha trovato lavoro grazie a canali attivati dall'associazione (Figura 2)

Figura 20
Passaggio da disoccupato a occupato



In particolare, 5 disoccupati dichiarano di aver trovato lavoro grazie a informazioni ricevute in associazioni, 6 grazie alle competenze sviluppate prestando attività di volontariato in associazione e 1 tramite progetti gestiti dall'associazione (Figura 21).

Figura 21
Modalità di reperimento dell'occupazione tramite l'associazione



Dunque, l'ingresso in associazione ha prodotto per 12 volontari disoccupati su 49 la possibilità di trovare un lavoro. Possibilità in particolare collegata alla creazione di capitale sociale in termini di network (raccolta informazioni) o alla creazione di competenze. Ovviamente, questo risultato ha risvolti sia privati sia in termini di collettività. Infatti, la creazione di *network* che favoriscono la circolazione di informazioni permette un miglioramento nell'incontro fra domanda e offerta di lavoro, riducendo il tasso di disoccupazione frizionale⁴² dovuto alla impossibilità di un perfetto incontro fra posti vacanti e soggetti disposti a lavorare per quei posti. Inoltre, la creazione di competenze che favoriscono l'assunzione implica effetti positivi per le imprese (che si trovano a fronteggiare disoccupati che acquisiscono competenze spendibili sul posto di lavoro senza costi diretti per l'impresa) e per la collettività, che può beneficiare degli *output* prodotti da soggetti maggiormente dotati di capitale umano.

Per quanto riguarda il miglioramento del posto di lavoro, si sono sottoposte ai volontari intervistati le seguenti domande:

C02 Rispondere solo se occupato prima di entrare in associazione:

Dopo essere entrato in associazione ha migliorato la sua posizione occupazionale all'interno del suo luogo di lavoro?

OCCMI

1. No
2. Sì grazie a informazioni ricevute da persone conosciute in associazione
3. Sì grazie alle competenze sviluppate lavorando in associazione che mi hanno permesso di migliorare posto di lavoro
4. Sì, per altri motivi legati all'associazione (specificare se possibile)
5. Sì, per motivi non legati all'associazione (specificare se possibile)

C03 Rispondere solo se occupato prima di entrare in associazione:

Dopo essere entrato in associazione ha cambiato lavoro migliorando la sua occupazione?

OCCAMB

1. No
2. Sì grazie a informazioni ricevute da persone conosciute in associazione
3. Sì grazie alle competenze sviluppate lavorando in associazione che mi hanno permesso di migliorare posto di lavoro
4. Sì, per altri motivi legati all'associazione (specificare se possibile)
5. Sì, per motivi non legati all'associazione (specificare se possibile)

Complessivamente⁴³, su 155 volontari che si sono dichiarati occupati al momento del loro ingresso in associazione, 31 dichiarano di aver migliorato la propria posizione occupazionale e di questi 31, ben 19 dichiarano che il miglioramento è dovuto a motivi legati all'ingresso in associazione. In particolare, 8 dichiarano di aver migliorato la propria posizione occupazionale grazie a informazioni raccolte attraverso l'associazione e 9 grazie a competenze sviluppate in associazione (Figura 25).

⁴² Disoccupazione relativa alle imperfezioni nell'incontro tra lavoratori e imprese che può attestarsi anche a livelli pari al 3-4%.

⁴³ Si sono considerate in modo aggregato le risposte alle due domande.

Da ultimo, si è domandato ai volontari in relazione all'avvio, dopo essere entrati in associazione, di attività imprenditoriali.

C04 Dopo essere entrato in associazione ha avviato una nuova attività imprenditoriale?

IMPRE

1. No
2. Sì grazie a informazioni ricevute da persone conosciute in associazione
3. Sì grazie alle competenze sviluppate lavorando in associazione che mi hanno permesso di avviare l'attività
4. Sì, insieme a persone conosciute tramite l'associazione
5. Sì, per altri motivi legati all'associazione (specificare se possibile)
6. Sì, per motivi non legati all'associazione (specificare se possibile)

In questo caso, 11 soggetti hanno risposto di aver avviato, dopo essere entrati in associazione, una attività imprenditoriale, e di questi, 6 hanno avviato l'attività per motivi legati all'associazione.

In particolare, un soggetto ha avviato un'attività imprenditoriale grazie a informazioni ricevute in associazione, 2 grazie a competenze sviluppate in associazione, 2 insieme a persone conosciute in associazione e 1 per altri motivi non specificati.

CAPITOLO 8

Considerazioni conclusive

Obiettivo della presente ricerca era indagare il ruolo che le associazioni di volontariato possono avere nel generare capitale sociale nel contesto in cui operano. Oggi è opinione condivisa che elementi quali fiducia, affidabilità, competenze relazionali e *networks* basati su cooperazione e reciprocità, generalmente riconducibili alla nozione di capitale sociale, possano avere un ruolo determinante nel favorire lo sviluppo socio-economico del territorio. Diversi studi segnalano come la presenza di capitale sociale, nelle sue diverse dimensioni, possa promuovere: l'efficienza delle istituzioni (Putnam 1993, La Porta et al. 1999 e Knack 2002), la *performance* a livello d'azienda (Chiesi 2005 e Sabatini 2006), il tasso di crescita del PIL pro-capite (Knack e Keefer nel 1997, Narayan e Pritchett 1999 e Zak e Knack 2001), la diffusione e la creazione di conoscenza sia a livello di apprendimento individuale (Loury 1977, Bourdieu 1986 e Coleman 1988) sia in ambito organizzativo (Nonaka e Takeuchi 1997 e Nahapiet e Ghoshal 2002), lo sviluppo del sistema finanziario (Guiso Sapienza e Zingales 2004), vari indicatori di benessere o di "qualità dello sviluppo economico" quali lo sviluppo umano, la qualità dell'ambiente, e un indice composito di "qualità sociale" (Sabatini, 2006) e la riduzione del tasso di criminalità (Buonanno, Montolio e Vanin 2006). Secondo l'approccio adottato in questo studio, la presenza di associazioni di volontariato avrebbe un ruolo rilevante nel favorire lo sviluppo socio-economico di un territorio, non solo in via diretta, ad esempio realizzando attività rivolte in prevalenza a "fasce deboli" della popolazione, ma anche in forma indiretta, incrementando la dotazione di capitale sociale dei soggetti coinvolti e, di conseguenza, della collettività.

L'analisi proposta è prevalentemente di carattere empirico e si è basata su dati raccolti presso 45 associazioni di volontariato della Regione Sardegna attraverso questionari somministrati a 290 volontari attivi e continuativi e 45 responsabili delle associazioni. In particolare, ci si è concentrati su tre forme di capitale sociale: il capitale sociale in termini di reti di relazioni sociali, di fiducia generalizzata e di competenze relazionali. Complessivamente si sono costruite 7 *proxy* di capitale sociale: quattro *proxy* di capitale sociale in termini di *networks*, una di capitale sociale in termini di fiducia generalizzata sviluppata dai soggetti all'interno dell'associazione, una di capitale sociale in termini di senso civico sviluppato dai soggetti nelle associazioni e una *proxy* di capitale sociale in termini di competenze relazionali acquisite prestando attività di volontariato.

L'analisi proposta evidenzia 3 principali risultati.

Innanzitutto si registra un positivo effetto della partecipazione in associazioni di volontariato sul capitale sociale degli intervistati. Tutte le dimensioni di capitale sociale considerate sembrano sostanzialmente essere positivamente influenzate dalla partecipazione dei soggetti in associazioni di volontariato.

In secondo luogo, emerge come alcuni fattori, sia a livello individuale sia a livello di associazione, possano favorire la creazione di capitale sociale nei volontari. Fra le variabili misurate a livello individuale che con maggiore regolarità sembrano incidere (e positivamente) sulle diverse forme di capitale sociale spiccano:

- l'intensità delle motivazioni ideali e legate alla volontà di essere apprezzato socialmente che contraddistinguono i soggetti al momento della loro decisione di iniziare il volontariato;
- il grado di motivazione attuale con cui si svolge la propria attività di volontariato;
- il fatto di aver frequentato corsi di formazione riferiti alla gestione delle relazioni con i

destinatari, alla gestione delle risorse umane e alla *mission* della associazione;

- l'impegno dei responsabili nel favorire l'ambientamento in associazione;
- la frequenza con cui si entra in contatto, durante lo svolgimento della propria attività di volontariato, con altri soggetti quali, destinatari, rappresentanti delle istituzioni pubbliche, altri volontari ecc.

Fra le variabili misurate a livello di associazione che sembrano incidere con una certa costanza sulle diverse forme di capitale sociale si registrano:

- la presenza di lavoratori retribuiti, che riduce il livello di capitale sociale creato in associazione
- l'ampiezza del territorio cui l'associazione rivolge la propria attività che incide positivamente sul capitale sociale
- la frequenza con cui le associazioni promuovono momenti di dialogo e sensibilizzazione (quali la discussione su tematiche di carattere sociale, sulla mission dell'associazione) che influisce positivamente sul capitale sociale
- il numero di destinatari diretti che accresce il capitale sociale sviluppato.

Da questi risultati sembrano quindi anche emergere alcune indicazioni interessanti che potrebbero favorire la creazione di capitale sociale da parte delle associazioni. In particolare sembra rilevante:

- avere cura delle motivazioni che caratterizzano il volontario sia al momento della scelta di iniziare il volontariato, sia durante tutto il corso della propria attività. Colloqui, confronti, discussioni legate alle motivazioni ideali e in termini di impegno profuso che guidano l'attività dell'associazione e che dovrebbero caratterizzare i propri membri sembrano poter configurarsi quali fattori utili per promuovere la creazione di capitale sociale nei soggetti coinvolti.
- promuovere la partecipazione a corsi di formazione riferiti alla gestione delle relazioni con i destinatari, alla gestione delle risorse umane e alla *mission* della associazione che generano non solo un presumibile aumento di competenze nei volontari, ma sono anche un volano per far incrementare il loro *stock* di capitale sociale
- l'attenzione con cui i responsabili delle associazioni si prodigano per far ambientare e far sentire a proprio agio il volontario in associazione. Una accoglienza positiva e supportata dal lavoro di responsabili già inseriti nell'organizzazione, sembra poter favorire la futura creazione di legami fra il volontario e altri soggetti conosciuti in associazione;
- favorire il contatto dei volontari con altre categorie di soggetti (ad esempio attraverso lavori di gruppo con altri volontari, attività in comune con destinatari e loro famigliari ecc.)
- promuovere momenti di dialogo e sensibilizzazione (quali la discussione su tematiche di carattere sociale, sulla mission dell'associazione) che si prestano ad accrescere tanto le reti di relazioni dei volontari, quanto il loro senso civico e le loro competenze relazionali.

Infine, la creazione di capitale sociale in termini di reti, che favorisce la trasmissione di informazioni, nonché lo sviluppo di competenze durante lo svolgimento della propria attività di volontariato, hanno effetti positivi e sostanziali sulla vita lavorativa dei volontari. Dall'analisi realizzata emerge infatti che:

- il 24% dei 49 soggetti che erano disoccupati al momento del loro ingresso in associazione ha trovato lavoro: grazie a informazioni ricevute da persone conosciute in associazione (in 5 casi), grazie alle competenze sviluppate lavorando in associazione (6 casi) o tramite progetti sviluppati in associazione (1 caso).
- il 12% dei soggetti che hanno dichiarato di essere occupati al momento del loro ingresso in associazione ha migliorato la propria posizione occupazionale grazie a informazioni ricevute

da persone conosciute in associazione (in 8 casi), grazie alle competenze sviluppate prestando attività di volontariato (9 casi) o per altre ragioni legate all'associazione (2 casi).

La presenza di associazioni di volontariato, dunque, sembra favorire la creazione di capitale sociale nei loro membri e, di conseguenza, nella collettività. Il fatto che i volontari, attraverso la loro attività in associazione, amplino i loro *networks* relazionali, acquisiscano fiducia e senso civico e incrementino le loro abilità relazionali, si può pensare produca riflessi a livello di comunità. Una collettività in cui sono più numerosi i soggetti propensi a fidarsi e capaci di gestire relazioni sociali, è una collettività in cui la creazione di rapporti sociali può avvenire con più facilità, è una collettività in cui gli scambi economici avvengono con costi di transazione inferiori e, in generale, è una collettività in cui è più facile avviare, da parte dei soggetti che vi si trovano a operare, relazioni basate su reciprocità e cooperazione.

Alla luce dell'ampia letteratura teorica ed empirica esistente sul concetto di capitale sociale, sembra quindi lecito affermare che la presenza di associazioni di volontariato possa rappresentare un elemento rilevante per favorire lo sviluppo non solo sociale, ma anche economico di un territorio. L'analisi relativa all'impatto che la partecipazione in associazioni ha sulla vita lavorativa dei volontari e sul favorire l'incontro fra domanda e offerta all'interno del mercato del lavoro sembra proporre alcune prime, seppur parziali, conferme di questa interpretazione.

BIBLIOGRAFIA

- Gugiatti Attilio - Il lavoro civile: l'occupazione nel terzo settore
2003, XVI, broccura EditoreEGEA (collana Le guide del non profit)
- Bano Fabrizio - Il lavoro senza mercato. Le prestazioni di lavoro nelle organizzazioni non profit
2001, Il Mulino
- Borzaga, Fiorentini, Maticena - Non profit e servizi di welfare, Il contributo dell'analisi
economica
Edizione: 1996, Ristampa: 2^a, 1998 Collana: Biblioteca di testi e studi
- Luca Fazzi - Terzo settore e nuovo welfare in Italia
2013, Edizioni Franco Angeli
- Bruni, Zamagni – Economia civile: efficienza, equità, felicità pubblica
2004, Il Mulino Bologna
- Bruni, Smerilli – La leggerezza del ferro – un'introduzione alla teoria economica delle
Organizzazioni a Movente Ideale
2011 Litografia Solari
- Pelligra – Motivazioni, Procedure e Filtri: strumenti innovative di sviluppo organizzativo
Dipartimento di Economia, Università di Cagliari, Mimeo Cagliari
- Alessandro Munari - Impresa e capitale sociale nel nuovo diritto della crisi
2013, Giappichelli
- Gaetano Gucciardo - Capitale sociale e senso civico nel Mezzogiorno
2008, Sciascia
- Gianfranco Sabattini - Capitale sociale, crescita e sviluppo della Sardegna
2006, Franco Angeli
- The Role of Social Capital in Development: An Empirical Assessment
2004, Cambridge University Press
- Westlund - Social Capital in the Knowledge Economy: Theory and Empirics
2010, Springer
- Helliwell, Putnam - Economic Growth and Social Capital in Italy
Eastern 1995, Economic Journal
- Benhabib, Bisin, Jackson – Social Economics
2011, North-Holland
- Blume, Durlauf – The Interactions-Based Approach to Socio-Economic Behavior
2001, SSRI, Working Paper, University of Wisconsin

Alberta Andreotti - Che cos'è il capitale sociale
2009, Carocci

Massimo Pendenza - Teorie del capitale sociale
2008, Rubbettino

Dalla società civile al capitale sociale. Reti associative e strategie di prossimità
2006, Franco Angeli,

L. Mortari - Pratiche di civiltà. Capitale sociale ed esperienze formative
2007, Centro Studi Erickson

Guido De Blasio e Paolo Sestito - Il capitale sociale. Che cos'è e che cosa spiega
2011, Saggine

Tocqueville - Democracy in America”, 1957

Mutti - Capitale sociale e sviluppo. La fiducia come risorsa. 1998.

Bourdieu, Pierre. 1983. “The forms of capital”, in: John G. Richardson, ed. Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education, pp. 241-58. New York: Greenwood Press.

Beggs, John J. and Jeanne S. Hurlbert. 1997. "The Social Context of Men's and Women's Job Search Ties: Voluntary Organization Memberships, Social Resources, and Job Search Outcomes." Sociological Perspectives 40(4) 601-22.

Lutter, Mark. 2015. “Do Women Suffer from Network Closure? The moderating Effect of Social Capital on Gender Inequality in a Project-Based Labor Market, 1929 to 2010.

Sabatini Fabio. 2004.” Il concetto di capitale sociale nelle scienze sociali. Una rassegna della letteratura economica, sociologica e politologica” Studi e Note di Economia, n. 2, 2004, pp. 73-105.

Sabatini Fabio. 2009. “Social Capital as Social Networks: A New Framework for Measurement and an empirical analysis of its determinants and consequences” Journal of Socio-Economics, n. 38(3), pp. 429-442.

Elisabetta Addis, Majlinda Joxhe - Gender Gaps in Social Capital: a theoretical interpretation of the Italian evidence. 2015

SOMMARIO

<i>CAPITOLO 1</i>	
Introduzione	2
<i>CAPITOLO 2</i>	
Il concetto di capitale sociale nella letteratura socio-economica	5
2.1. Capitale sociale: classificazioni e misure	6
2.1.1. Capitale sociale in termini di reti di relazioni	6
2.1.2. Capitale sociale in termini di fiducia generalizzata e norme condivise	7
2.1.3. Il capitale sociale in termini di competenze relazionali	8
<i>CAPITOLO 3</i>	
Capitale sociale e mondo no- profit	10
3.1 Il contesto teorico	11
<i>CAPITOLO 4</i>	
I tratti identitari del volontariato	17
4.1 Le relazioni con l’ambiente quotidiano: cittadini	17
4.2 Le relazioni con l’ambiente quotidiano: istituzioni	18
4.3 Le relazioni con l’ambiente quotidiano: utenti	18
4.4 Le caratteristiche del “soggetto” volontariato	18
4.5 La relazionalità diffusa e il ruolo del volontariato	20
4.6 Forme e varianti della relazionalità diffusa	22
4.6 Modalità di trasmissione del capitale sociale	23
4.7 Fronteggiare buchi relazionali e vulnerabilità sociale	23

CAPITOLO 5	
Metodologia della ricerca	25
5.1 Indici di capitale sociale	26
5.2 Variabili esplicative	35
5.2.1. Variabili esplicative individuali	35
5.2.2. variabili esplicative a livello di associazione	43
CAPITOLO 6	
Capitale sociale e volontariato: una verifica empirica su dati micro riferiti alla Regione Sardegna	47
6.1. Volontariato e reti di relazioni sociali	48
6.2 Volontariato e fiducia e senso civico	55
6.3 Volontariato e competenze relazionali	59
CAPITOLO 7	
Effetti economici del capitale sociale sviluppato in associazione – analisi esplorativa	61
CAPITOLO 8	
Considerazioni conclusive	65
BIBLIOGRAFIA	68