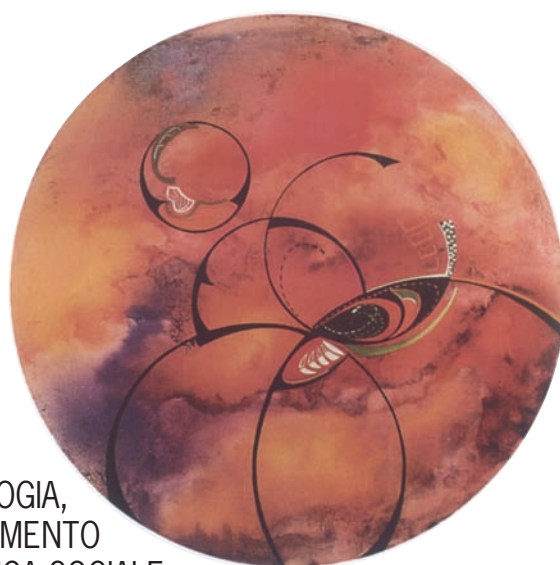


TERZO SETTORE E VALORIZZAZIONE DEL CAPITALE SOCIALE IN ITALIA: LUOGHI E ATTORI

a cura di Pierpaolo Donati
e Ivo Colozzi



SOCIOLOGIA,
CAMBIAMENTO
E POLITICA SOCIALE

Collana diretta da
Pierpaolo Donati

FRANCOANGELI

TERZO SETTORE E VALORIZZAZIONE DEL CAPITALE SOCIALE IN ITALIA: LUOGHI E ATTORI

a cura di Pierpaolo Donati
e Ivo Colozzi

FRANCOANGELI

Il volume presenta i risultati della ricerca Prin-Cofin “Terzo settore e valorizzazione del capitale sociale in Italia”, cofinanziata dal Miur nell’ambito dei Programmi di ricerca scientifica di rilevante interesse nazionale per gli anni 2003-2005.

Alla ricerca hanno partecipato le seguenti Università: Università di Bologna (coordinatore nazionale e locale prof. P. Donati); Università Cattolica di Milano (coordinatore prof.ssa G. Rossi); Università del Molise (coordinatore prof. F. Ferrucci); Università di Padova (coordinatore prof. S. Scanagatta); Università di Palermo (coordinatore prof. S. Martelli); Università di Trento (coordinatore prof. F. Folgheraiter); Università di Verona (coordinatore prof.ssa P. Di Nicola).

Il volume è stato pubblicato con i contributi finanziari di tutte le Università che hanno partecipato al progetto.

I contenuti del CD-ROM citati nel testo sono reperibili all’indirizzo internet http://www.francoangeli.it/Area_Multimediale/elenco_libri.asp

In copertina: Ermes Rigon, *Interrelazione*, chine e tempere su tela, 1984;
per gentile concessione dell’autore.
Progetto grafico di Elena Pellegrini

Copyright © 2006 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy

L’opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d’autore. L’Utente, nel momento in cui afferma il download dell’opera accetta tutte le condizioni specificate sul sito www.francoangeli.it

Indice

Introduzione. La valorizzazione del capitale sociale in Italia: luoghi e attori , di <i>Pierpaolo Donati</i>	pag.	9
1. La tematica di sfondo	»	9
2. Gli obiettivi generali e specifici delle singole unità di ricerca	»	13
3. Gli obiettivi specifici e i risultati più rilevanti delle singole unità di ricerca	»	15
4. Sintesi	»	21
1. Tre forme di capitale sociale tra famiglia e scuola: chi e come genera beni relazionali nei processi di socializzazione delle nuove generazioni? , di <i>Pierpaolo Donati, Ivo Colozzi, Riccardo Prandini, Luigi Tronca</i>	»	23
1.1. Lo sfondo della ricerca: perché analizzare il capitale sociale nei processi di socializzazione?	»	23
1.2. Il disegno della ricerca e i due campioni di riferimento	»	27
1.3. Il capitale sociale familiare	»	29
1.4. Il capitale sociale comunitario allargato	»	39
1.5. Il capitale sociale generalizzato o civico	»	46
1.6. La socializzazione come bene relazionale: il divario fra scuole statali e scuole di privato sociale	»	53
1.7. Il messaggio che proviene dai risultati: ripensare la scuola alla luce del capitale sociale, di chi e come lo genera	»	61
2. Crescita personale, cultura civile e capitale sociale nel Terzo settore: due casi nel sistema educativo , di <i>Andrea M. Maccarini</i>	»	63
2.1. Educazione e capitale sociale in Italia: un “nuovo” filone di ricerca	»	63

2.2. Educazione statale e privato-sociale in Veneto: capitale sociale, crescita personale e civismo	pag.	69
Conclusioni. Settore privato-sociale e capitale sociale nel sistema educativo. Prospettive di ricerca e di policy	»	91
3. La valorizzazione del capitale sociale nelle istituzioni di alta formazione: il caso dei collegi universitari italiani , di <i>Fabio Ferrucci, Sandro Stanzani</i>	»	95
Introduzione	»	95
3.1. Capitale sociale e processi di socializzazione: approcci teorici ed evidenze empiriche	»	98
3.2. Capitale sociale e collegi universitari	»	100
3.3. Il disegno della ricerca e il profilo socio-culturale del campione	»	103
3.4. Capitale sociale familiare, riuscita scolastica e scelta collegiale	»	109
3.5. Vita di collegio, relazioni amicali e carriera accademica	»	115
3.6. Vita di collegio, prosocialità e cultura civile	»	119
3.7. La valorizzazione del capitale sociale nelle istituzioni universitarie: un confronto tra collegi legalmente riconosciuti e collegi statali	»	122
Conclusioni	»	133
4. Capitale sociale e gruppi di auto/mutuo aiuto. Un'analisi nei Club degli Alcolisti in Trattamento italiani (CAT) , di <i>Fabio Folgheraiter, Annalisa Pasini</i>	»	139
Premessa	»	140
4.1. I gruppi di auto/mutuo aiuto e i CAT: brevi note esplicative	»	143
4.2. Obiettivi della ricerca e modalità di campionamento	»	146
4.3. Il questionario utilizzato	»	148
4.4. Analisi dei dati	»	148
Sintesi e conclusioni	»	161
5. Le dinamiche di costruzione del capitale sociale, l'esperienza dell'associazionismo nella realtà veronese , di <i>Paola Di Nicola</i>	»	167
Introduzione: il capitale sociale come risorsa complessa	»	167
5.1. Il profilo degli intervistati	»	170
5.2. Le diverse forme del capitale sociale	»	174
5.3. Relazioni di interdipendenza tra capitale primario, associativo e generalizzato	»	186

6. Volontariato, appartenenza associativa, capitale sociale: un legame non scontato nella realtà romagnola , di <i>Maria Golinelli, Giuseppe Scidà</i>	pag.	191
Introduzione	»	191
6.1. Le associazioni di servizio alla persona	»	193
6.2. I volontari	»	198
6.3. Il legame incerto tra volontariato e capitale sociale	»	209
7. Le forme e l'esito societario del capitale sociale in una organizzazione multilivello di Terzo settore , di <i>Giovanna Rossi, Lucia Boccacin</i>	»	213
7.1. L'oggetto dello studio: come osservare il capitale sociale proprio di un'organizzazione multilivello di Terzo settore	»	213
7.2. Capitale sociale e organizzazioni multilivello	»	216
7.3. La funzione di coordinamento come chiave di lettura dei diversi piani di una organizzazione multilivello	»	219
7.4. In principio erano, e sono, le relazioni: la mappa dei network	»	222
7.5. La dimensione della reciprocità in Fis	»	230
7.6. La dimensione della fiducia in Fis	»	233
7.7. Quattro tipi di capitale sociale	»	238
Conclusioni	»	242
8. Comunicare il capitale sociale: le attività e le iniziative delle Organizzazioni di Terzo settore a Palermo , di <i>Stefano Martelli</i>	»	247
Premessa: le linee della ricerca-azione svolta sulle attività di comunicazione del Terzo settore a Palermo e in altre città del Mezzogiorno	»	247
8.1. Le risorse e le strutture di comunicazione del Terzo settore a Palermo	»	256
8.2. La comunicazione del Terzo settore a Palermo: prodotti ed attività (G)	»	266
8.3. Quale cultura della comunicazione nelle Ots palermitane? (L)	»	271
8.4. La normatività del Terzo settore a Palermo (I)	»	273
Conclusioni	»	274
Conclusioni. Valorizzare il Terzo settore e la famiglia per valorizzare il capitale sociale , di <i>Ivo Colozzi</i>	»	279

Appendice metodologica , di <i>Clemente Lanzetti</i>	pag. 287
1. I disegni di campionamento e la rilevazione dati	» 287
2. L'elaborazione dei dati	» 293
Riferimenti bibliografici	» 333

Introduzione.

*La valorizzazione del capitale sociale in Italia:
luoghi e attori*

di *Pierpaolo Donati*

1. La tematica di sfondo

Un numero crescente di sociologi, politologi, economisti e teorici dell'organizzazione hanno utilizzato, nell'ultimo decennio, il concetto di capitale sociale nelle loro ricerche per cercare di spiegare un insieme sempre più ampio di problematiche. Il capitale sociale è stato utilizzato sia come explanandum sia come explanans di una serie ormai infinita di problematiche quali, per esempio, il benessere delle famiglie, i comportamenti giovanili, l'educazione scolastica, la salute dei cittadini, la vita comunitaria, la democrazia e i processi di governance, lo sviluppo economico, e problemi vari di azione collettiva. L'importanza del concetto sta nel fatto che con esso si indica molto sinteticamente un nuovo problema delle società contemporanee: l'erosione di quel tessuto sociale affidabile e cooperativo che sostiene l'operare degli attori sociali. I sottosistemi della società, politico, economico, sanitario, scientifico, ecc., utilizzano le risorse di fiducia, reciprocità, cooperazione che la società ha generato in passato ma non sembrano essere capaci di ricrearne di simili, quando addirittura con il loro operare non ne erodono i fondamenti.

In Italia il dibattito sul capitale sociale comincia a svilupparsi solo verso la metà degli anni Novanta. L'opera che ha contribuito maggiormente a diffondere l'interesse per la nozione di capitale sociale è stata *La tradizione civica nelle regioni italiane*, di Putnam (1993a). Putnam, che ha svolto uno studio ventennale sul rendimento delle regioni italiane a statuto ordinario (introdotte nel nostro ordinamento nel 1970), ritiene che il più alto rendimento delle regioni del Nord e del Centro, rispetto a quelle del Sud, debba essere ricondotto ad una diversa dotazione di capitale sociale all'interno di ciascuna di esse. Il capitale sociale sarebbe così, per Putnam, una componente culturale in grado di influenzare il rendimento istituzionale e lo sviluppo economico di determinate aree territoriali. Con capitale sociale devono quindi intendersi la fiducia, le norme che regolano la convivenza e le reti di associazionismo civico

che migliorano l'efficienza dell'organizzazione sociale, promovendo iniziative prese di comune accordo. Il capitale sociale è composto da quelle che Hirschman (1987) chiama "risorse morali", ossia da risorse la cui fornitura aumenta, invece di diminuire, con l'uso e che si esauriscono se non sono utilizzate. Nella sua opera *Bowling Alone* (2000), Putnam precisa, poi, che per capitale sociale devono intendersi quelle caratteristiche della vita sociale – reti, norme, fiducia – che mettono i partecipanti nelle condizioni di agire più efficacemente, nel perseguimento di obiettivi condivisi. Secondo Putnam, in sintesi, il capitale sociale è un costrutto con cui il ricercatore designa un'ampia serie di aspetti eterogenei, da assetti organizzativi a regole morali, che sono riferiti ai collettivi (ossia agli aggregati sociali), ma non ai singoli individui, che figurano piuttosto come utilizzatori e beneficiari del capitale sociale stesso. Il capitale sociale è una risorsa morale incorporata (embedded) in reti sociali che facilita il raggiungimento di certi scopi.

Questa prospettiva è ancora più esplicita in Fukuyama (1995). Secondo questo studioso, il capitale sociale è una risorsa che nasce dal prevalere della fiducia nella società, o in parte di essa (si può, infatti, radicare nella famiglia, nell'intera nazione e nei corpi intermedi); il capitale sociale differisce dalle altre forme di capitale umano, poiché si genera, e viene tramandato, attraverso meccanismi culturali, come la religione, la tradizione o le abitudini. Il capitale sociale, per Fukuyama, è definibile come un insieme di valori o norme non ufficiali, condiviso dai membri di un gruppo, che consente loro di aiutarci a vicenda: è una risorsa extra economica ed extra legale, che ha però precisi effetti economici, poiché riduce i costi di transazione connessi ai contratti e all'applicazione di regole formali.

Completamente diversa da quelle appena presentate, risulta essere la definizione di capitale sociale elaborata da Bourdieu (1980). Questo Autore ritiene il capitale sociale l'unica chiave esplicativa per rendere conto del diverso rendimento ottenuto dal capitale culturale (ossia, l'insieme di conoscenze e competenze) e dal capitale economico (o capitale strumentale), a disposizione dei singoli individui. Per Bourdieu, il capitale sociale è l'insieme delle risorse attuali o potenziali che sono legate al possesso di una durevole rete di relazioni, più o meno istituzionalizzate, d'interconoscenza; in altri termini, il capitale sociale di un singolo individuo è dato dall'appartenenza a un gruppo, inteso come insieme di agenti uniti da legami permanenti e utili. Il volume di capitale sociale posseduto da un particolare agente dipende, quindi, dall'ampiezza della rete di legami che egli può efficacemente mobilitare e dal volume di capitale (economico e culturale) detenuto da ciascuno di coloro cui egli è legato. Il capitale sociale designa un insieme eterogeneo di risorse, che sono strettamente individuali – ogni individuo ha un suo stock di capitale sociale – e nascono dalla rete di relazioni che ogni soggetto può vantare: un individuo sarà dotato di capitale sociale in misura direttamente proporzionale alla

dotazione di altre forme di capitale (culturale ed economico) propria degli individui cui è connesso. Per dirla con Granovetter (1973; 1998), c'è capitale sociale, nel caso in cui delle relazioni di tipo utilitaristico siano incorporate (embedded) in relazioni che assumono agli occhi degli attori significati extra economici.

Oltre ad essere ripresa e sviluppata da molti studiosi italiani (ad es., Pizzorno, Piselli, Trigilia, Mutti, Donati, Sciolla, Cartocci), quest'accezione di capitale sociale è stata notevolmente sviluppata da Burt (2005), il quale ha rilevato come cresca in modo esponenziale il capitale sociale di quegli individui che, agendo come dei broker (intermediari) all'interno di reticoli sociali, riescono a creare dei "buchi strutturali" fra gli altri membri della rete, facendo in modo che questi ultimi riescano ad entrare in interazione fra loro solo in modo mediato (vale a dire, per inter-posta persona).

I due filoni di pensiero emersi intorno al concetto di capitale sociale non potrebbero essere più divergenti: il primo, rappresentato dalle speculazioni di Putnam e Fukuyama, si muove in una prospettiva olistica e tende a cogliere la staticità e conformità dei contesti sociali; il secondo, sviluppatosi dalle riflessioni di Bourdieu, risulta di stampo maggiormente individualista ed è rivolto alla comprensione dei processi di mutamento sociale.

Una terza prospettiva è stata adottata da Coleman (1990), per il quale il capitale sociale, che è definito dalla sua funzione, è una varietà di entità differenti, che consistono di vari aspetti di una struttura sociale e facilitano certe azioni degli individui dentro la struttura stessa. Come le altre forme di capitale, il capitale sociale è produttivo perché rende possibile la realizzazione di fini che non si potrebbero raggiungere in sua assenza e, a differenza delle altre forme di capitale (fisico, umano) si riferisce alla struttura di relazioni tra due o più persone: esso non risiede né negli individui, né nelle componenti fisiche della produzione. Il capitale sociale si trova nelle relazioni e costituisce la proprietà del collettivo e non dei singoli.

Sia nella versione olistica sia in quella individualista e reticolare, il concetto di capitale sociale, è stato (questa la nostra tesi) inquadrato entro una pre-comprensione tipicamente "modernizzante" della società. In altri termini non è un caso che il concetto sia stato tanto utilizzato da politologi ed economisti, in prevalenza di area anglosassone: infatti esso è servito a teorizzare la necessità di "modernizzare", in senso occidentale, paesi in via di sviluppo o paesi sviluppati ma in crisi (quali per esempio l'ex Unione Sovietica). Virtù civiche repubblicane e istituzioni sociali capaci di adeguarsi al sistema di mercato, sono state concepite come le risorse di capitale sociale necessarie allo sviluppo delle società. Tipico attore di questa tendenza modernizzante è stata la Banca Mondiale che nell'ultimo decennio ha fatto proprio il paradigma del capitale sociale per legittimarsi come agenzia di politiche dello sviluppo.

In questo quadro teorico non hanno avuto sufficiente attenzione quelle realtà istituzionali che invece sfuggono alla distinzione moderna di Stato-mercato. Il Terzo settore, per esempio, nei pochi casi in cui è entrato nella teorizzazione, è stato concepito o come semplice sussidio allo Stato e al mercato, o come “camera di compensazione” di problemi che sorgono e che, alla fine, devono trovare soluzione, entro i sottosistemi statali e mercantili.

Il progetto di ricerca che presentiamo vuole invece mettere al centro dell’attenzione proprio il Terzo settore quale sistema sociale produttore di inclusione sociale e di beni relazionali capaci di generare capitale sociale e quindi di rafforzare il legame sociale. Per prima cosa intendiamo teoricamente la società non come un sistema composto soltanto dai sottosistemi di Stato e mercato ma anche del Terzo settore e delle famiglie. Ognuno di questi sottosistemi utilizza un mezzo simbolico di interscambio specifico – rispettivamente: potere, denaro, reciprocità e dono – e genera beni di tipo peculiare – rispettivamente beni pubblici, beni privati, beni relazionali secondari, beni relazionali primari. Ognuno di questi sottosistemi ha inoltre la capacità di generare un proprio specifico tipo di capitale sociale: i corpi politico-deliberativi e amministrati dello Stato possono creare, conservare e garantire relazioni giuridiche fortemente formalizzate e universalistiche (come per esempio i diritti soggettivi) che gli individui possono “usare” (attivare positivamente e/o contro altri individui) nel perseguimento dei loro fini; il mercato può essere concettualizzato sia come la rete di relazioni formali ed informali che funzionano da veicolo per lo scambio di beni e servizi sia come le norme sociali che regolano la rete medesima; una famiglia ben funzionante è il complesso strutturato di quelle basilari relazioni affettive in cui possono emergere, essere sostenute e coltivate la fiducia e la confidenza di base (che sono, dal canto loro, risorse potenzialmente generalizzabili all’interno del più ampio sistema sociale). Tutti questi diversi tipi di capitale sociale possono interagire e sostenersi reciprocamente: un sistema politico democratico, per esempio, necessita nel suo operare quotidiano della presenza di virtù civiche nella cittadinanza e allo stesso tempo, se opera secondo criteri universalistici e di correttezza istituzionale, può “promuovere” una cultura della legalità che costituisce capitale sociale per la società di riferimento.

L’ipotesi di questo programma di ricerca è che il Terzo settore, a differenza degli altri tre, abbia come compito specifico proprio quello di generare legame sociale. Diversamente da quanto molta letteratura ritiene, il Terzo settore non si specializza soltanto nella creazione di beni e servizi che Stato e mercato non possono creare per limiti interni (i cosiddetti fallimenti di Stato e mercato). Che ciò accada è un fatto, ma lo specifico del Terzo settore è quello di generare capitale sociale cioè reti di relazioni affidabili e cooperative che sostengano il pieno sviluppo umano degli individui e dei gruppi sociali creando quello spazio pubblico comune sempre più necessario in una società multiculturale.

È infatti oggi sempre più evidente che il vero problema delle società a capitalismo avanzato è l'erosione del legame sociale, il deperire delle relazioni che "fanno" la società. Il legame sociale diventa una risorsa scarsa che rende competitivi i sistemi sociali. Tale risorsa va continuamente rigenerata e non basta avere una economia sviluppata per garantire lo sviluppo sociale e neppure un welfare state e uno Stato democratico. Può infatti accadere che questi sottosistemi utilizzino capitale sociale ma non lo rigenerino, lo erodano o addirittura generino "capitale asociale", cioè reti di relazioni esclusivistiche, chiuse, particolaristiche. Stato e mercato non sono più sufficienti a garantire lo sviluppo della società se non promuovono la creazione di reti sociali affidabili e cooperative. Allo stesso modo anche un Terzo settore solo concentrato sulla creazione di beni e servizi che seguano criteri di efficacia e di efficienza non è più sufficiente a creare quello spazio pubblico necessario alla realizzazione del legame sociale.

Fondamentali per la generazione del capitale sociale diventano allora quegli "imprenditori di società" che fanno parte del Terzo settore. Questo infatti, sia per cultura sia per normatività e progettualità interna, è il solo sottosistema in grado di produrre beni relazionali secondari (cioè potenzialmente universalizzabili). Con questo concetto intendiamo beni prodotti e consumati entro specifiche relazioni sociali, beni cioè che necessitano del coinvolgimento attivo degli stessi consumatori. La relazione di reciprocità tra produttori e consumatori di beni, invece, non è necessaria per la creazione e distribuzione di beni privati e pubblici. I beni relazionali sono fondamentali laddove è in gioco la generazione di legame sociale ossia di fiducia reciproca, atteggiamenti cooperativi, apertura agli altri, ecc.

Il progetto vuole dunque indagare questo problema sinora quasi del tutto assente a livello nazionale e internazionale, per comprendere la diversità tra i capitali sociali generati e la specificità generativa del Terzo settore. Si tratta dunque di generalizzare i concetti di capitale e di imprenditore per poi rispecificarli a livello politico, economico, di Terzo settore, familiare e cogliere la peculiarità della sfera civile della società.

2. Gli obiettivi generali e specifici delle singole unità di ricerca

2.1. Gli obiettivi generali

L'obiettivo generale della ricerca è di verificare l'ipotesi che il Terzo settore sia capace di creare o valorizzare il capitale sociale nelle comunità locali, e in che misura incidano su questa capacità determinate variabili e processi che sono rilevanti in ogni singolo contesto e su ogni specifica tematica.

Naturalmente dire Terzo settore significa oggi fare riferimento ad una realtà sociale che nel nostro paese è non solo molto diffusa, ma anche molto articolata e differenziata al proprio interno in riferimento:

- a) all'area territoriale in cui opera;
- b) alle diverse forme organizzative che adotta, forme che comprendono sia gruppi formati di soli volontari non retribuiti, sia organizzazioni strutturate e complesse per le quali si incomincia a utilizzare la denominazione di imprese sociali;
- c) ai settori in cui opera o, più precisamente, al tipo di problemi su cui le diverse organizzazioni intervengono;
- d) alle metodologie operative che utilizza, in particolare per riferimento al livello di coinvolgimento degli utenti e/o dei loro familiari nelle fasi di elaborazione e implementazione dei progetti;
- e) al tipo di relazione che le diverse formazioni instaurano con gli altri sottosistemi sociali a livello locale (Stato, mercato, mondi vitali quotidiani) e con gli altri soggetti appartenenti al Terzo settore;
- f) alla capacità di comunicazione che riescono ad avere verso l'ambiente, inteso non solo come utenza diretta ma anche come territorio in cui le organizzazioni operano.

L'ipotesi principale della ricerca è che la capacità del Terzo settore di creare e/o rafforzare il capitale sociale vari in relazione a ciascuna di queste variabili. Ipotizziamo che l'accertamento di tali correlazioni offra indicazioni rilevanti e significative non solo per la conoscenza dei fenomeni in atto, ma anche per la loro spendibilità operativa. Per verificare questa ipotesi in modo sufficientemente esaustivo, le sette sedi universitarie coinvolte nel progetto hanno concordato di focalizzare le rispettive indagini su aspetti differenziati e complementari del Terzo settore: le scuole del primo e secondo ciclo scolastico e i servizi extrascolastici di cui si servono gli alunni in età 6-18 anni (Unità di Bologna); le organizzazioni non profit che gestiscono attività di istruzione primaria e secondaria (Unità di Padova); le organizzazioni che gestiscono collegi universitari (Unità di Campobasso); i gruppi di self-help e mutuo aiuto (Unità di Trento); le associazioni di quartiere (Unità di Verona); le organizzazioni di secondo livello, cioè quelle Organizzazioni di Terzo settore che coordinano e mettono in rete altre organizzazioni di privato sociale che operano direttamente sul campo (Unità di Milano); la comunicazione nel Terzo settore con particolare riguardo alle organizzazioni che operano nel Meridione (Unità di Palermo). Una sottounità dell'Università di Bologna – sede di Forlì – ha condotto una indagine specifica su “Volontariato, appartenenza associativa e capitale sociale: un legame non scontato nella realtà romagnola”.

3. Gli obiettivi specifici e i risultati più rilevanti delle singole unità di ricerca

L'ordine dei capitoli del volume riflette, in qualche modo, la seguente logica. Abbiamo voluto mettere in rilievo come il Terzo settore valorizzi il capitale sociale lungo il corso di vita delle persone, seguendo i processi di socializzazione dalla famiglia alla scuola al mondo del lavoro, delle associazioni, delle organizzazioni non profit di secondo livello, della vita civica. E distinguendo, in ciascuno di questi ambiti, le tre forme basilari del capitale sociale: il capitale sociale primario (familiare e parentale), quello secondario (comunitario) e quello più generalizzato (fiducia generalizzata, cultura civica, comunicazioni a distanza).

Vediamo gli obiettivi specifici e i principali risultati di ogni unità di ricerca.

1. Unità dell'Università di Bologna: Genitori e scuole (statali e di privato sociale): chi e come valorizza il capitale sociale? Una indagine a Bologna.

L'obiettivo è stato verificare se e come le Organizzazioni di Terzo settore o di privato sociale che forniscono servizi personali sono in grado di valorizzare il capitale sociale delle famiglie e delle persone che utilizzano le loro prestazioni o servizi, differenziandosi in questo sia dalle organizzazioni che dipendono dalle istituzioni statali sia da quelle di mercato (for profit) che si ipotizza essere meno attente a questo problema e, di conseguenza, utilizzare metodologie di risposta e di gestione del bisogno tali da non produrre crescita del capitale sociale o, addirittura, da consumarlo. La ragione su cui si fonda questa ipotesi è che per la cultura che le ispira e per la normatività che si danno, le organizzazioni di privato sociale tendono a produrre i loro servizi nella forma di beni relazionali, cioè di beni che si basano sulle relazioni e che tendono a rafforzare e potenziare le relazioni, migliorando contestualmente il livello di fiducia, collaborazione e reciprocità fra i membri delle reti coinvolte.

L'indagine empirica, di carattere prevalentemente esplorativo, ha analizzato le relazioni tra tre grandezze: il capitale sociale (d'ora in poi CS) familiare, il CS comunitario allargato generato dai servizi (scolastici ed extrascolastici – associazioni di Terzo settore e corsi privati a pagamento – fruiti dai figli dei rispondenti) e il CS generalizzato. La rilevazione dei dati, effettuata per mezzo di un'intervista strutturata (direttamente somministrata da rilevatori appositamente formati) ha riguardato complessivamente 760 individui residenti nel comune di Bologna e aventi un figlio all'interno di una scuola – elementare, media inferiore o media superiore – di tipo pubblico o di privato-sociale presente nel territorio bolognese.

Qui presentiamo le risposte emerse dalla ricerca alle seguenti tre domande: a) quali variabili spiegano il CS familiare?; b) quali variabili spiegano il CS comunitario allargato? c) quali variabili spiegano il CS generalizzato?

- a) Il CS familiare è soprattutto correlato positivamente alla completezza del nucleo familiare, allo status civile dei genitori, e alla dimensione della famiglia, ma anche allo status sociale. Inoltre, tende a crescere o ad “accoppiarsi” con i capitali economico e culturale dei genitori. Infine, sembra avere una importante correlazione con la pratica religiosa. È stata pienamente verificata, come altrove, la correlazione tra CSF e CS generalizzato. Le relazioni tra i capitali sociali familiari e il capitale sociale comunitario allargato, generato dai servizi scolastici ed extrascolastici è invece molto più lasco e problematico.
- b) Il CS comunitario delle famiglie sembra soprattutto legato all’età delle stesse, infatti diminuisce al crescere del grado della scuola frequentata dal figlio, sia questa pubblica o di privato sociale. Fra le famiglie che iscrivono i propri figli alle scuole pubbliche il fattore che sembra incidere di più sull’aumento del CS comunitario è la frequenza di corsi extrascolastici. Questo CS si configura del tipo “bridging”, cioè formato da relazioni fra persone diverse per caratteristiche socioeconomiche e valoriali. Fra le famiglie che iscrivono i figli alle scuole di privato sociale il fattore che sembra incidere maggiormente sull’aumento del CS comunitario è l’iscrizione dei figli ad associazioni di Terzo settore di tipo culturale. In questo caso il tipo di CS è “bonding”, cioè basato su relazioni di vicinanza culturale e socio-economica. Solo per il campione delle scuole di privato sociale si registra una correlazione debole ma significativa fra ampiezza del CS familiare e ampiezza del CS comunitario.
- c) L’indice di capitale sociale generalizzato è stato costruito unendo gli indicatori di consistenza delle reti associative, di impegno civico e di fiducia interpersonale generalizzata. L’incrocio dell’indice con i due campioni mostra che le famiglie delle scuole di privato sociale hanno una dotazione leggermente maggiore di CS generalizzato, ma anche che la differenza fra i due campioni è minima, per cui non si può sostenere la tesi che l’utilizzo di servizi di privato sociale produca un aumento significativo di questo tipo di capitale sociale. L’incrocio con l’indice di status, invece, attesta l’esistenza di una correlazione perfetta in entrambi i sottocampioni, per cui possiamo confermare lo stretto legame fra la dotazione di CS generalizzato e di capitale umano. Anche l’incrocio con l’indice di religiosità è significativo, ma solo per il campione delle scuole di privato sociale.

2. Unità dell’Università di Padova: Cultura civile e capitale sociale nel Terzo settore: il caso del sistema educativo.

Obiettivo del programma di ricerca è stata l’osservazione, la misurazione e la verifica delle variabili socio-culturali che favoriscono la produzione, la riproduzione e la diffusione del capitale sociale nella società italiana, osservata

secondo due punti di vista specifici: il sistema educativo e l'ambito territoriale, sociale e culturale del Veneto. L'attenzione si è concentrata sul sistema educativo statale e sulle scuole gestite da Organizzazioni di Terzo settore.

Dai risultati si conferma che la scuola statale riesce con molta difficoltà ad abbandonare stili di azione e di coordinamento tra gli attori tipici delle burocrazie complesse, e che le scuole privato-sociali manifestano una vocazione relativamente maggiore a costruire comunità educative. Per quanto riguarda gli studenti, le scuole privato-sociali sembrano promuovere nei loro alunni una più esplicita e spiccata riflessività rispetto alla propria crescita personale (e a tutto quell'ambito che in ambiente culturale anglosassone viene definita *character education*) e una forma di civismo distinta rispetto a quella che è oggetto degli sforzi di socializzazione delle scuole statali.

Infine, le scuole privato-sociali appaiono assai più forti quanto al CS bonding, mentre rispetto al CS bridging non si manifestano differenziazioni notevoli. Le scuole statali anzi appaiono in genere dotate di reti più estese e in qualche caso più solide di collegamento con attori istituzionali ed economici.

3. Unità dell'Università del Molise: Processi di socializzazione e capitale sociale nei collegi universitari.

Questa unità di ricerca ha inteso verificare se e attraverso quali forme, i collegi universitari in Italia operino una valorizzazione del capitale sociale.

La ricerca sul campo ha analizzato la funzione educativa dei collegi distinguendo tra i collegi pubblici e quelli legalmente riconosciuti di privato sociale. Dai dati emerge che collegi pubblici e collegi di privato sociale «lavorano» su giovani dalle caratteristiche socio-culturali diverse producendo risultati diversi. Nel complesso si può affermare che i collegi pubblici sono più selettivi dei collegi privati, nel senso che vi fanno ingresso collegiali con medie al voto di maturità più alte rispetto alle medie di coloro che sono ospiti in collegi di privato sociale. Contrariamente a quanto ci si sarebbe aspettato, i collegi di privato sociale non svolgono un ruolo particolaristico ed elitario, mentre i collegi pubblici svolgono chiaramente una funzione selettiva in base al merito, ma anche in base al censo, poiché i genitori dei “collegiali pubblici” hanno titoli di studio di livello superiore rispetto a quelli dei “collegiali di privato sociale”, così come i genitori dei ragazzi in collegi pubblici hanno un'occupazione stabile in una percentuale maggiore rispetto agli altri collegiali. Dunque l'azione educativa dei collegi pubblici è più selettiva, ma anche più elitaria.

Inoltre, nei collegi pubblici si sviluppa un orientamento più individualistico e modernizzante, che penalizza l'agire prosociale e la produzione di CS. D'altro canto gli ospiti dei collegi pubblici mostrano di avere maturato un orientamento culturale maggiormente universale o globale, nel senso che si sentono più legati all'Europa ed al mondo intero di quanto non lo siano i loro

colleghi. Sostanzialmente i “collegiali pubblici” hanno uno stile meno affiliativo e si dimostrano leggermente più fiduciosi nelle proprie capacità di affrontare gli impegni e le sfide future che la vita riserverà loro come: farsi una famiglia, avere dei figli, trovare un lavoro o anche solo affrontare un'emergenza o un imprevisto. La loro sicurezza è accompagnata dall'attuale successo nella carriera accademica che è premiato con una media leggermente superiore a quella dei colleghi nei colleghi legalmente riconosciuti.

4. Unità dell'Università di Trento: Gruppi di auto e mutuo aiuto e capitale sociale: l'esperienza del movimento dei CAT in Italia.

La ricerca sul campo ha messo a fuoco il rapporto tra il CS e l'appartenenza ai gruppi di auto/mutuo aiuto (gruppi AMA), con particolare riferimento a quelli attivi nel campo dei problemi alcoolcorrelati. La ricerca è stata effettuata su un campione di 513 soggetti in terapia entro gruppi AMA, suddivisi in due sottocampioni, l'uno più consistente, con una esperienza pari ad almeno due anni, e l'altro con una esperienza contenuta entro i due mesi.

L'analisi dei dati raccolti dimostra in generale una rilevante correlazione tra l'appartenenza al gruppo di auto mutuo aiuto e lo sviluppo di atteggiamenti associati al CS. I dati relativi al grado di relazionalità mostrano una differenza a tratti anche notevole tra i due sottocampioni, specie in item quali per esempio l'aiuto ai vicini per tenere il proprio figlio, l'incontro con amici o conoscenti facendo spese nel luogo di residenza, la considerazione dei colleghi come amici.

Accanto alla relazione, un ambito che nella ricerca mostra risultati estremamente significativi è quello della partecipazione civica. Esso si riferisce in primo luogo a quanto la persona è coinvolta in modo attivo nella vita associativa della sua comunità. Emerge con evidenza la correlazione tra la partecipazione di lungo periodo al gruppo e l'intraprendenza civica della persona. In particolare, i membri “veterani” sono più impegnati nella partecipazione a iniziative di volontariato e rivestono ruoli attivi nelle attività associative, anche ricoprendo posti direttivi o organizzativi. Il gruppo sembra un ottimo strumento di promozione dell'impegno civico, un risultato tanto più rilevante in quanto l'attivazione e l'assunzione di responsabilità delle persone nei confronti della collettività, attraverso la partecipazione civica e/o l'impegno associativo, è un fattore decisivo per lo sviluppo e il benessere dell'intera collettività, come affermano numerosi studiosi del CS (su tutti Putnam).

In riferimento alla fiducia, i dati dimostrano che l'esperienza della partecipazione al gruppo mostra anche in questo caso una correlazione con un livello più elevato di CS. Aumenta, in generale, il sentimento di fiducia nei confronti delle altre persone, mentre decresce la diffidenza verso gli stranieri o verso chi ha stili di vita diversi da quelli della cultura dominante.

5. Unità dell'Università di Verona: Le dinamiche di costruzione del capitale sociale: l'esperienza dell'associazionismo di quartiere nella realtà veronese.

L'obiettivo è stato verificare la capacità dell'associazionismo di quartiere di incrementare il capitale sociale della comunità territoriale. Per la verifica dell'ipotesi, è stata condotta una ricerca empirica nella città di Verona, utilizzando come strumento di rilevazione dei dati un questionario strutturato, sottoposto ad un campione a quote di soggetti che al momento della somministrazione risultavano iscritti ad una associazione. Il questionario è stato altresì somministrato ad un campione di non associati (60 unità) e ad un gruppo di studenti dell'Università di Verona (facoltà umanistica, studenti dei corsi triennali), la maggior parte dei quali sono risultati iscritti ad associazioni. Per l'analisi delle dinamiche associative nel quartiere di Veronetta, ad altissima densità di popolazione immigrata, è stata condotta un'indagine qualitativa ad hoc. Dalle elaborazioni realizzate è emerso che, in generale, gli indicatori di CS informale-comunitario tendono a covariare. Pur senza avere la pretesa di fare alcuna ipotesi causale, in base ai risultati si può sostenere che una buona dose di CS primario (informale-comunitario) si unisce – anche se non necessariamente determina – ad una maggiore dotazione di CS formale-associativo.

Tuttavia, contrariamente a quanto ipotizzato, mentre si rilevano correlazioni positive e significative tra CS primario (informale-comunitario) e secondario (formale, associativo), si coglie una netta cesura rispetto al CS generalizzato, che risulta scarsamente correlato alle altre forme di CS. L'analisi della distribuzione delle medie e della varianza ha dimostrato anche che, tendenzialmente, gli associati hanno accesso a quote più elevate di capitale nelle sue diverse componenti (compresa la fiducia istituzionale) e che, fatta eccezione per la fiducia interpersonale, la distribuzione della variabilità degli indicatori di CS tra associati, gruppo di controllo e studenti universitari non è casuale. L'elemento che segna il passaggio – che lega, connette – il CS primario (informale-comunitario) a quello generalizzato è la partecipazione attiva alla vita associativa, in specifico la partecipazione ad alcuni tipi di associazioni (assistenziali, socio-sanitarie, ricreative piuttosto che culturali).

6. Unità dell'Università di Bologna-sede di Forlì: Volontariato, appartenenza associativa e capitale sociale: un legame non scontato nella realtà romagnola.

Questa unità ha inteso verificare se effettivamente l'appartenenza ad associazioni di volontariato sia collegata all'avere, da parte dei volontari, maggiore capitale sociale o meno. I risultati, niente affatto scontati, indicano che le organizzazioni analizzate sono capaci di attrarre persone che in genere si fidano degli altri, ma non sembrano ancora in grado di agire efficientemente da "diffusori della fiducia".