

**terze letture**

a cura di EMANUELA ZUCCALÀ

# Tra l'entusiasmo e l'incertezza la gestione come guida sicura

Sono oltre diecimila le associazioni culturali, sociali, umanitarie, politiche diffuse in Italia. Negli ultimi anni abbiamo infatti assistito a un forte sviluppo dell'associazionismo basato sul volontariato, con forme e contenuti sempre più complessi: realtà senza scopo di lucro caratterizzate da un'ampia varietà di dimensioni, diffusione territoriale e campi di attività. Ma qualunque sia la loro configurazione, si tratta di entità organizzative che devono essere gestite efficacemente, con criteri e strumenti adeguati.

È la premessa da cui muove il volume «Gestire un'associazione. Strategia, organizzazione e marketing per operatori di imprese non profit» (edizioni **Branco Angeli**, 144 pagine, 17 euro) scritto da Gian Carlo Cocco, psicologo, coordinatore del servizio di volontariato di ManagerItalia «Un ponte sul futuro» e consulente d'impresa sui temi della valorizzazione del capitale umano. Il libro è un contributo al tema della gestione e dello sviluppo delle associazioni, e si incentra sui fondamentali aspetti di strategia, marketing, economia e finanza, organizzazione e gestione delle risorse umane. Si tratta anche il ruolo centrale giocato da internet nelle nuove strategie di promozione, con suggerimenti operativi per le associazioni che intendano utilizzare in modo proficuo, sotto il

profilo della comunicazione, il proprio sito web.

Ha un taglio più specialistico, rivolto soprattutto a chi si occupa di servizi alla persona, un altro libro appena uscito sempre per **Branco Angeli** «Il prodotto del lavoro sociale. Un percorso per definirlo, valorizzarlo e valutarlo» (240 pagine, 25 euro) di Donatella Barberis, consulente e formatrice psico-sociologica oltre che docente all'Università di Milano-Bicocca. L'idea centrale del testo è che il lavoro sociale non debba essere pensato né come automatico né spontaneo, bensì necessiti di spazi di riflessione e motivazione per gli operatori. A partire da questa premessa, l'autrice individua e approfondisce alcune sfaccettature importanti come la relazione con l'utente-cliente, gli orientamenti, il ruolo delle autorità, la valutazione, allo scopo di cogliere le connessioni tra capitale umano e "produzione" finale.

Grazie alle narrazioni commentate di situazioni pratiche e operative, si propongono quindi chiavi di lettura e ipotesi per ripensare le prestazioni nel sociale, gli scambi e i contatti con i clienti dei servizi. Un manuale che permette di avvicinarsi e gestire con maggiore consapevolezza le incertezze, gli entusiasmi e le paure che connotano l'impegno in questo settore professionale.

