

---

## Dalla parte del non profit. Mai come oggi.

**Autore:** Ferpi Diana Daneluz

### Una bussola in un mondo, quello del Terzo Settore, che cresce

A maggio 2021 la Facoltà di Scienze della Comunicazione Sociale dell'Università Pontificia Salesiana di Roma ha organizzato e promosso tre incontri, il 13, il 20 e il 27 del mese, dal titolo **“DALLA PARTE DEL NON PROFIT. Tra resilienza, comunicazione e trasformazione in tempi di pandemia”**, con il patrocinio di FERPI e UCSI. L'obiettivo: avviare una riflessione sugli attori dell'impresa sociale e sulle strategie e le esperienze vissute nel primo difficile anno di pandemia per promuovere il bene comune. Dagli incontri, trasmessi in [Streaming](#), sono emersi i contributi di comunicatori, giornalisti, imprese, media e operatori del **Terzo Settore**, undici di questi, approfonditi ed ampliati, sono raccolti ora in questo prezioso volume dall'omonimo titolo curato da **Simonetta Blasi**, Docente di Pubblicità e Management delle imprese e degli uffici di comunicazione presso la Facoltà, socia professionista qualificata Ferpi ed edito dalla stessa FSC. Fotografia di un lavoro sul campo che non si è mai fermato, anzi cresce, colto lungo le due direttrici degli scenari e delle esperienze realizzate. **Perché leggerlo?** La Pandemia – ed ora la Guerra – ci ha messi di fronte alla nostra fragilità e alla natura profondamente interconnessa del nostro vivere, lasciando tuttavia ai margini, in un acuirsi delle disparità, coloro che già vivevano in condizioni di bisogno e difficoltà. **Proprio le organizzazioni non profit si sono rivelate le più preparate alle situazioni di emergenza e a dare informazioni e soluzioni concrete**, fin qui però poco riconosciute dallo Stato e dal Mercato. Il Terzo Settore, invece, cappello sotto il quale operano centinaia di migliaia di organizzazioni in Italia e nel mondo, recentemente oggetto di una legge di riforma, ha ricoperto e ricopre un efficace ruolo di cerniera sociale, **in prima linea nei processi di aiuto ai più deboli e agli ultimi**, sul quale il libro cerca, con le testimonianze raccolte, di aumentare la consapevolezza. Perché **sono proprio le relazioni di aiuto che rendono più forte e resiliente una società** ed è nella solidarietà che il nostro Paese ha riscoperto una grande ricchezza, emotiva, culturale, relazionale. Nelle sfide globali che ci attendono, tra cui quella ambientale, **è necessario un radicale ripensamento del nostro stile di vita e delle nostre priorità come pure ristabilire giustizia sociale** in ogni luogo. Diffondere la cultura del dono, che parte da lontano, sia esso di cose materiali o del proprio tempo e impegno, è ciò che potrà fare la differenza. **Scenari ed esperienze** La comunicazione al servizio del **bene comune** è un'esigenza sentita come mai come in questi difficili anni della pandemia e da ultimo oggi che siamo messi bruscamente di fronte alla realtà di una anacronistica guerra nei confini stessi d'Europa. La comunicazione sociale, in particolare, ha il preciso compito di **osservare e raccontare i cambiamenti** che sono intervenuti e che interverranno, anche evidenziando il ruolo fondamentale delle organizzazioni non profit, per sostenerle in modo che possano sviluppare quelle **solide basi di comunicazione e relazione** che saranno sempre più strategiche per il loro futuro e per il futuro di tutti. Ed è stato ed è altrettanto evidente il **fondamentale supporto di tante organizzazioni capaci di prendersi subito cura dei soggetti più vulnerabili**. Come detto, il volume raccoglie elementi di *scenario* ed *esperienze* sul campo sui quali mette conto informarsi, qualunque sia la nostra attività. Tra i primi, proprio la recentissima evoluzione del Terzo Settore con le sue potenzialità di sviluppo da accompagnarsi con una più diffusa cultura del non profit e una ulteriore crescita organizzativa; **la crescita del volontariato**, spazio all'interno del quale i giovani, ma non solo, possono maturare esperienze di grande valore e responsabilità; poi le numerose **campagne di advocacy** realizzate da organizzazioni del Terzo Settore che hanno dimostrato di riuscire ad intercettare efficacemente l'attenzione della politica e favorire la definizione di politiche sociali su grandi e importanti temi; lato media, l'affermarsi delle stesse organizzazioni non profit come fonti di informazione nonché le nuove strategie comunicative destinate alla **sensibilizzazione** e al **fundraising**. Riguardo alle esperienze e ai vissuti, i contributi spaziano dalla

