



Co-funded by
the European Union

ANALISI DEL RUOLO DELLE METODOLOGIE DIGITALI NEL TERZO SETTORE E RACCOLTA DELLE BUONE PRATICHE SVILUPPATE DAI GIOVANI

**ITALIANI BELLA GENTE DIGITAL ACTION
2024-3-IT03-KA154-YOU-000275110**



Co-funded by
the European Union

2024-3-IT03-KA154-YOU-000275110

Analisi del ruolo delle metodologie digitali nel Terzo Settore e raccolta delle buone pratiche sviluppate dai giovani

Riferimenti del Progetto

Programma: Erasmus+

Azione: KA154-YOU – Youth Participation Activities

Titolo del progetto:

Italiani Bella Gente Digital Action

Acronimo:

IBG_Digital

Numero progetto

2024-3-IT03-KA154-YOU-000275110

Durata:

12 mesi (31/05/2025 – 30/05/2026)

Agenzia Nazionale:

Agenzia Nazionale per i Giovani – Italia

Beneficiario / Coordinatore

IDEA EUROPA APS

Roma, Italia

www.ideaeuropa.it



1. Introduzione: il digitale come spazio di cittadinanza attiva

Negli ultimi anni, il digitale ha cessato di essere un semplice strumento accessorio per trasformarsi in un vero e proprio **spazio pubblico contemporaneo**, un ecosistema complesso all'interno del quale si costruiscono relazioni, si formano identità, si sviluppano narrazioni collettive e prendono forma nuove modalità di partecipazione civica.

Non si tratta più soltanto di tecnologia, ma di un ambiente sociale a tutti gli effetti, in cui si ridefiniscono dinamiche di potere, accesso alle informazioni, processi decisionali e forme di attivazione comunitaria.

Per il Terzo Settore, questa trasformazione ha rappresentato una discontinuità profonda. Le organizzazioni non profit, tradizionalmente fondate sulla prossimità territoriale, sull'incontro diretto e sulla relazione umana, si sono trovate ad affrontare una sfida cruciale: **ripensare il proprio ruolo in un contesto sempre più digitale, interconnesso e fluido**.

Questo passaggio non ha riguardato esclusivamente l'adozione di nuovi strumenti, ma ha richiesto una vera e propria **trasformazione culturale e organizzativa**:

- nuove modalità di comunicazione e storytelling
- nuove forme di coinvolgimento dei beneficiari
- nuovi modelli di partecipazione e cittadinanza attiva
- nuove logiche di generazione dell'impatto sociale

In questo scenario, i giovani emergono come attori chiave del cambiamento. Non più semplici fruitori passivi delle tecnologie digitali, ma **protagonisti attivi, creatori di contenuti, facilitatori di comunità e innovatori sociali**, capaci di reinterpretare gli strumenti digitali in chiave partecipativa, inclusiva e trasformativa.

Attraverso l'uso consapevole dei social media, delle piattaforme digitali e dei linguaggi contemporanei, i giovani stanno contribuendo a ridefinire il modo in cui il Terzo Settore:

- comunica
- mobilita



Co-funded by
the European Union

2024-3-IT03-KA154-YOU-000275110

- coinvolge
- genera impatto

Il progetto *Italiani Bella Gente Digital Action* si inserisce pienamente in questo contesto, con l'obiettivo di **intercettare, analizzare e valorizzare le esperienze più significative di utilizzo del digitale a fini sociali sviluppate dai giovani.**

L'iniziativa parte da una visione chiara: il digitale non è un rischio da contenere, né un fenomeno da subire, ma una **leva strategica per l'innovazione sociale, la partecipazione democratica e la costruzione di comunità più inclusive.**

In questa prospettiva, il progetto si propone non solo di raccogliere buone pratiche, ma di **sistematizzarle, renderle leggibili e trasformarle in modelli replicabili**, capaci di ispirare altri giovani, organizzazioni e decisori.

Il digitale, quindi, non viene osservato come semplice contesto, ma come **spazio di cittadinanza attiva**, in cui i giovani possono esprimere idee, proporre soluzioni, costruire relazioni e contribuire in modo concreto al cambiamento sociale.

2. Il digitale nel Terzo Settore: da strumento a infrastruttura sociale

L'evoluzione del digitale nel Terzo Settore non può essere interpretata come un semplice processo di innovazione tecnologica. Si tratta, piuttosto, di una trasformazione strutturale che ha progressivamente ridefinito **modelli organizzativi, modalità di relazione, logiche di partecipazione e generazione dell'impatto sociale.**

Questa evoluzione può essere letta attraverso tre fasi principali, che non rappresentano compartimenti stagni, ma livelli progressivi di maturazione del rapporto tra digitale e azione sociale.

2.1 Fase strumentale: il digitale come supporto operativo

In una prima fase, il digitale è stato introdotto nel Terzo Settore principalmente come **strumento funzionale**, utilizzato per migliorare l'efficienza delle attività già esistenti, senza modificarne in profondità la struttura.

Le organizzazioni hanno iniziato a utilizzare:

- **siti web istituzionali** per presentare mission, attività e progetti
- **social media** (Facebook, Instagram, YouTube) come canali di comunicazione e promozione



- **newsletter e mailing list** per mantenere il contatto con soci, volontari e stakeholder
- **piattaforme di crowdfunding** per la raccolta fondi

In questa fase, il digitale viene percepito come un **amplificatore**, utile a dare maggiore visibilità alle iniziative, ma ancora separato dal cuore dell'azione sociale, che rimane prevalentemente analogica e territoriale.

L'impatto del digitale è quindi:

- **comunicativo**, più che trasformativo
- **accessorio**, più che strategico
- **verticale**, più che partecipativo

2.2 Fase adattiva: il digitale come condizione di continuità (post-Covid)

La pandemia da Covid-19 ha rappresentato un punto di svolta radicale. Nel giro di pochi mesi, le organizzazioni del Terzo Settore si sono trovate a dover ripensare completamente le proprie modalità operative.

Il digitale è diventato non più una scelta, ma una **necessità**.

In questa fase, si assiste a un'accelerazione improvvisa e diffusa nell'utilizzo delle tecnologie digitali per:

- **erogare formazione a distanza** (webinar, corsi online, e-learning)
- **organizzare eventi digitali** (conferenze, workshop, incontri pubblici)
- **garantire la continuità dei servizi sociali ed educativi**
- **mantenere e rafforzare le relazioni comunitarie a distanza**

Le organizzazioni hanno iniziato a sperimentare nuove piattaforme, nuovi linguaggi e nuove modalità di interazione, spesso in modo rapido e non strutturato, ma con un alto livello di adattabilità.

Questa fase segna un passaggio cruciale: il digitale smette di essere un semplice supporto e diventa una **infrastruttura operativa indispensabile**.

Emergono alcune dinamiche chiave:

- maggiore **flessibilità organizzativa**
- aumento della **capacità di raggiungere pubblici più ampi e geograficamente distanti**
- primi tentativi di **integrazione tra dimensione online e offline**



Tuttavia, questa fase è ancora caratterizzata da un approccio prevalentemente reattivo, in cui il digitale viene utilizzato per **sostituire temporaneamente l'esperienza fisica**, più che per ripensarla.

2.3 Fase trasformativa: il digitale come infrastruttura sociale

Nella fase attuale, il digitale assume un ruolo completamente diverso: non più strumento né semplice condizione operativa, ma vera e propria **infrastruttura sociale**, capace di generare nuove forme di valore, partecipazione e impatto.

Le organizzazioni più evolute iniziano a integrare il digitale in modo strategico, utilizzandolo per:

- **ampliare l'accesso alle opportunità**, coinvolgendo persone con minori possibilità di partecipazione fisica
- **attivare nuove forme di partecipazione democratica**, attraverso piattaforme, community e processi collaborativi
- **co-creare contenuti e soluzioni insieme ai beneficiari**, superando il modello top-down
- **misurare e comunicare l'impatto sociale in modo più efficace e trasparente**
- **sviluppare nuovi modelli di intervento sociale ibridi e scalabili**

In questa fase, il digitale non sostituisce la dimensione fisica, ma la integra e la potenzia, dando vita a un nuovo paradigma:

👉 l'ecosistema ibrido del Terzo Settore

Un ecosistema in cui:

- l'online e l'offline si rafforzano reciprocamente
- le comunità sono contemporaneamente locali e globali
- la partecipazione non è più limitata nel tempo e nello spazio
- l'impatto può essere generato e diffuso su scala più ampia

Il digitale diventa così uno spazio:

- di **attivazione civica**
- di **costruzione di comunità**
- di **innovazione sociale diffusa**

2.4 Verso un nuovo paradigma operativo

L'evoluzione descritta evidenzia come il Terzo Settore stia progressivamente transitando:



Co-funded by
the European Union

2024-3-IT03-KA154-YOU-000275110

- da un modello **territoriale e lineare**
- a un modello **connesso, collaborativo e multi-livello**

In questo nuovo paradigma:

- le organizzazioni non sono più solo erogatori di servizi, ma **facilitatori di reti e processi**
- i beneficiari diventano **co-creatori di valore**
- i giovani assumono un ruolo centrale come **attivatori e innovatori digitali**

Il passaggio da “digitale come strumento” a “digitale come infrastruttura sociale” rappresenta quindi una delle trasformazioni più rilevanti per il futuro del Terzo Settore.

Non si tratta semplicemente di utilizzare meglio la tecnologia, ma di **ripensare profondamente il modo in cui si costruisce cambiamento sociale**.

3. Il ruolo dei giovani: da utenti digitali a protagonisti dell’innovazione sociale

All’interno del processo di trasformazione digitale del Terzo Settore, i giovani non rappresentano semplicemente una categoria di destinatari o beneficiari, ma emergono come **attori centrali e agenti di cambiamento**.

La loro relazione con il digitale non è neutra né passiva: è una relazione **nativa, quotidiana e identitaria**, che li rende capaci di comprendere, utilizzare e reinterpretare gli strumenti digitali con una naturalezza e una velocità difficilmente replicabili da altri attori.

Tuttavia, ciò che distingue maggiormente i giovani coinvolti nel progetto non è solo la familiarità con le tecnologie, ma la capacità di **orientarle verso finalità sociali, educative e partecipative**.

3.1 Oltre l’utilizzo: il digitale come spazio di azione

I giovani non si limitano a “usare” il digitale, ma lo trasformano in:

- **spazio di espressione personale e collettiva**
- **ambiente di costruzione di comunità**
- **strumento di mobilitazione e attivazione civica**

Attraverso social media, piattaforme collaborative e linguaggi innovativi, i giovani danno vita a forme di partecipazione che superano i modelli tradizionali, spesso percepiti come distanti o poco accessibili.



Il digitale diventa così un luogo in cui:

- si raccontano storie di impatto sociale
- si sensibilizza su temi civici
- si costruiscono reti informali
- si promuovono iniziative concrete

3.2 Nuove figure emergenti nel Terzo Settore digitale

Dall'analisi delle esperienze raccolte emergono nuove figure ibride, difficilmente riconducibili ai ruoli tradizionali del Terzo Settore.

I giovani assumono contemporaneamente il ruolo di:

- **content creator sociali**, capaci di tradurre temi complessi in linguaggi accessibili
- **facilitatori di comunità digitali**, in grado di attivare e mantenere reti partecipative
- **attivisti digitali**, promotori di campagne e iniziative online
- **innovatori sociali**, che progettano nuove soluzioni utilizzando strumenti digitali

Questa multidimensionalità rappresenta un elemento chiave di innovazione, ma richiede anche un riconoscimento e una valorizzazione adeguata da parte delle organizzazioni.

3.3 Competenze emergenti e valore strategico

Il contributo dei giovani si basa su un insieme di competenze che vanno oltre la dimensione tecnica:

- **competenze digitali avanzate**, legate alla produzione e diffusione di contenuti
- **pensiero critico**, necessario per orientarsi tra informazioni e disinformazione
- **capacità narrativa**, fondamentale per comunicare l'impatto sociale
- **abilità relazionali**, anche in contesti digitali
- **attitudine collaborativa e partecipativa**

Queste competenze, se adeguatamente supportate, rappresentano una risorsa strategica per il Terzo Settore, in grado di:

- aumentare la capacità di coinvolgimento
- innovare i modelli di intervento
- ampliare il raggio d'azione delle iniziative



3.4 Giovani e ridefinizione della partecipazione

Uno degli aspetti più rilevanti riguarda la ridefinizione stessa del concetto di partecipazione.

I giovani tendono a privilegiare forme di partecipazione:

- **orizzontali**, basate sul confronto tra pari
- **fluide**, non necessariamente legate a strutture rigide
- **ibride**, tra online e offline
- **immediate**, ma non per questo superficiali

Questo approccio mette in discussione i modelli tradizionali di coinvolgimento, spingendo il Terzo Settore a ripensare:

- tempi
- linguaggi
- strumenti
- modalità di attivazione

3.5 Il valore generativo delle esperienze raccolte

Le esperienze analizzate nel progetto *Italiani Bella Gente Digital Action* dimostrano come i giovani siano in grado di trasformare il digitale in un **ambiente generativo**, capace di produrre:

- nuove idee progettuali
- nuove modalità di coinvolgimento
- nuove narrazioni sociali
- nuove connessioni tra individui e comunità

Non si tratta solo di “buone pratiche”, ma di **segnali di un cambiamento più profondo**, che riguarda il modo stesso in cui il Terzo Settore può evolvere nei prossimi anni.

3.6 Verso un nuovo equilibrio intergenerazionale

Infine, emerge con forza la necessità di costruire un nuovo equilibrio tra generazioni.

Se da un lato i giovani portano innovazione, velocità e nuovi linguaggi, dall’altro le organizzazioni e gli attori più esperti garantiscono:

- visione strategica
- stabilità



- capacità organizzativa

L'incontro tra queste dimensioni rappresenta una delle sfide più importanti per il futuro del Terzo Settore.

Il digitale, in questo senso, può diventare uno spazio di **dialogo intergenerazionale**, in cui competenze diverse si integrano per generare maggiore impatto.

4. Metodologie digitali applicate al sociale

L'analisi delle esperienze raccolte nell'ambito del progetto *Italiani Bella Gente Digital Action* evidenzia come l'utilizzo del digitale nel Terzo Settore non si limiti all'impiego di strumenti, ma si configuri sempre più come un insieme di **metodologie operative**, capaci di orientare la progettazione, l'implementazione e la valutazione delle attività sociali.

Queste metodologie rappresentano veri e propri **modelli di intervento**, replicabili e adattabili a contesti diversi, e si caratterizzano per la loro capacità di integrare dimensione tecnologica e finalità sociali.

Di seguito vengono presentate le principali metodologie emerse.

4.1 Digital storytelling: narrare per generare impatto

Il digital storytelling si configura come una delle metodologie più efficaci per il Terzo Settore contemporaneo.

Attraverso l'utilizzo combinato di:

- video
- podcast
- contenuti social
- format narrativi brevi e accessibili

i giovani riescono a trasformare esperienze individuali e progettuali in **narrazioni collettive capaci di generare coinvolgimento e consapevolezza**.

A differenza della comunicazione tradizionale, spesso istituzionale e distante, lo storytelling digitale:

- umanizza i contenuti
- rende visibili realtà invisibili



Co-funded by
the European Union

2024-3-IT03-KA154-YOU-000275110

- attiva empatia
- favorisce l'identificazione del pubblico

👉 **Valore per il Terzo Settore:**

rafforzamento della comunicazione, maggiore engagement, aumento della capacità di mobilitazione.

👉 **Elemento replicabile:**

strutturazione di format narrativi semplici, autentici e facilmente condivisibili.

4.2 Community building digitale: creare relazioni oltre lo spazio fisico

Un'altra metodologia chiave è rappresentata dalla costruzione di comunità digitali.

Attraverso:

- gruppi social (Facebook, WhatsApp, Telegram)
- piattaforme collaborative
- spazi digitali di confronto

i giovani attivano **comunità partecipative che superano i limiti geografici e temporali**.

Queste comunità non sono semplici spazi di comunicazione, ma veri e propri ambienti di:

- scambio di idee
- co-creazione di contenuti
- supporto reciproco
- attivazione collettiva

👉 **Valore per il Terzo Settore:**

continuità della partecipazione, rafforzamento del senso di appartenenza, creazione di reti informali.

👉 **Elemento replicabile:**

creazione e gestione di spazi digitali moderati, inclusivi e orientati alla partecipazione attiva.

4.3 Educazione digitale e media literacy: formare cittadini consapevoli

Le metodologie educative legate al digitale rappresentano un elemento centrale per contrastare le criticità emerse (fake news, hate speech, uso distorto dei social).

I giovani sviluppano e partecipano a percorsi che mirano a:

- rafforzare il pensiero critico



Co-funded by
the European Union

2024-3-IT03-KA154-YOU-000275110

- migliorare la capacità di valutare le informazioni
- promuovere un uso consapevole dei media
- sviluppare competenze digitali applicate al sociale

Queste attività si basano spesso su approcci non formali, interattivi e partecipativi.

👉 **Valore per il Terzo Settore:**

aumento della qualità della partecipazione, maggiore resilienza alla disinformazione, sviluppo di competenze trasversali.

👉 **Elemento replicabile:**

integrazione di moduli di educazione digitale in ogni attività sociale e progettuale.

4.4 Attivismo digitale: mobilitare e sensibilizzare

Il digitale consente ai giovani di attivare campagne e iniziative su larga scala, anche con risorse limitate.

Attraverso:

- campagne social
- contenuti virali
- iniziative online

i giovani riescono a:

- sensibilizzare su temi sociali
- coinvolgere nuovi pubblici
- attivare processi di cambiamento

L'attivismo digitale si distingue per la sua rapidità, flessibilità e capacità di adattamento.

👉 **Valore per il Terzo Settore:**

amplificazione dei messaggi, maggiore visibilità, coinvolgimento di target difficili da raggiungere.

👉 **Elemento replicabile:**

progettazione di campagne digitali basate su linguaggi contemporanei e partecipativi.

4.5 Co-creazione digitale: progettare insieme ai beneficiari

Una delle metodologie più innovative emerse è quella della **co-creazione**.



Co-funded by
the European Union

2024-3-IT03-KA154-YOU-000275110

Il digitale permette di coinvolgere direttamente i beneficiari nella progettazione delle attività, trasformandoli da destinatari passivi a:

- co-autori
- co-progettisti
- co-responsabili del cambiamento

Attraverso strumenti digitali, i giovani partecipano attivamente alla definizione di:

- idee
- contenuti
- soluzioni

👉 **Valore per il Terzo Settore:**

maggiore efficacia delle azioni, maggiore senso di ownership, maggiore sostenibilità dei risultati.

👉 **Elemento replicabile:**

utilizzo sistematico di strumenti digitali partecipativi nei processi decisionali.

4.6 Verso metodologie integrate e ibride

Le metodologie descritte non operano in modo isolato, ma tendono a integrarsi tra loro, dando vita a **modelli ibridi** in cui:

- comunicazione
- partecipazione
- formazione
- attivazione

si intrecciano in modo dinamico.

Il digitale diventa quindi non solo un mezzo, ma un **ambiente metodologico**, all'interno del quale si sviluppano nuove pratiche di intervento sociale.

5. Raccolta e sistematizzazione delle buone pratiche

Uno degli elementi centrali del progetto *Italiani Bella Gente Digital Action* è stato il processo di raccolta, analisi e sistematizzazione delle buone pratiche sviluppate dai giovani nell'ambito dell'utilizzo delle tecnologie digitali per finalità sociali.



Questo processo non si è limitato a una semplice mappatura di esperienze, ma ha rappresentato un vero e proprio percorso di emersione e valorizzazione di ciò che spesso rimane invisibile: iniziative nate dal basso, spontanee, non sempre formalizzate, ma profondamente significative in termini di impatto sociale.

Le esperienze raccolte provengono da contesti diversi, sia geografici che tematici, ma condividono una matrice comune: l'uso consapevole e intenzionale del digitale come strumento per rispondere a bisogni reali della comunità. In questo senso, il digitale non è mai fine a sé stesso, ma sempre orientato a generare connessioni, attivare persone, promuovere inclusione e costruire consapevolezza.

Nel corso del progetto, i giovani partecipanti hanno avuto l'opportunità di raccontare le proprie esperienze, non solo come esempi di attività realizzate, ma come veri e propri percorsi di apprendimento e trasformazione. Attraverso momenti di confronto, condivisione e lavoro di gruppo, queste esperienze sono state progressivamente rielaborate, analizzate e ricondotte a elementi comuni.

È proprio in questo passaggio che si colloca il valore più significativo del lavoro svolto: il passaggio dalla singola esperienza alla costruzione di una conoscenza condivisa. Le buone pratiche, infatti, non sono state considerate come casi isolati, ma come **tracce di un cambiamento più ampio**, indicatori di nuove modalità di azione sociale che stanno emergendo all'interno del Terzo Settore.

Dall'analisi condotta emerge con chiarezza come queste pratiche siano caratterizzate da una forte intenzionalità. Non si tratta di utilizzi occasionali o superficiali degli strumenti digitali, ma di azioni progettate – anche se in modo informale – con l'obiettivo di generare un impatto concreto. I giovani coinvolti dimostrano una capacità sempre più sviluppata di collegare strumenti, linguaggi e obiettivi, dando vita a interventi coerenti e orientati al cambiamento.

Allo stesso tempo, molte delle esperienze raccolte presentano un elevato grado di replicabilità. Pur nascendo in contesti specifici, esse contengono elementi che possono essere adattati e trasferiti in altri ambienti, mantenendo intatta la loro efficacia. Questo aspetto è particolarmente rilevante, perché consente di trasformare le buone pratiche in modelli, rendendole strumenti utili non solo per chi le ha generate, ma anche per altre organizzazioni e altri giovani.

Un ulteriore elemento distintivo riguarda il livello di coinvolgimento attivo dei partecipanti. Le esperienze analizzate mostrano come il digitale favorisca forme di partecipazione più orizzontali e



inclusive, in cui i destinatari delle attività diventano spesso protagonisti, contribuendo direttamente alla creazione dei contenuti e allo sviluppo delle iniziative. Questo approccio rafforza il senso di appartenenza e aumenta la sostenibilità delle azioni nel tempo.

Infine, emerge con forza il tema dell'innovazione accessibile. Le tecnologie utilizzate non sono necessariamente avanzate o complesse; al contrario, nella maggior parte dei casi si tratta di strumenti comuni, facilmente disponibili e a basso costo. Ciò che fa la differenza è il modo in cui questi strumenti vengono utilizzati: in maniera strategica, creativa e orientata al valore sociale.

La sistematizzazione delle buone pratiche ha quindi permesso di individuare non solo ciò che funziona, ma anche perché funziona. Questo passaggio è fondamentale per trasformare esperienze locali in conoscenza trasferibile, contribuendo a rafforzare la capacità del Terzo Settore di innovarsi e adattarsi.

In questa prospettiva, le buone pratiche raccolte non rappresentano un punto di arrivo, ma un punto di partenza. Esse costituiscono una base solida su cui costruire nuovi progetti, sviluppare ulteriori sperimentazioni e alimentare un processo continuo di apprendimento collettivo.

Il valore di questo lavoro risiede proprio nella sua capacità di andare oltre la singola esperienza, per restituire una visione più ampia: quella di un Terzo Settore in evoluzione, capace di integrare il digitale non solo come strumento, ma come parte integrante della propria identità e del proprio modo di generare cambiamento.

6. Le sfide del digitale: tra opportunità e criticità

Se da un lato il digitale rappresenta una straordinaria opportunità per il Terzo Settore, dall'altro introduce una serie di criticità complesse, che non possono essere ignorate e che richiedono un approccio consapevole, educativo e strategico.

Le esperienze raccolte nell'ambito del progetto *Italiani Bella Gente Digital Action* mettono in luce come il rapporto tra giovani e tecnologie digitali sia profondamente ambivalente. Il digitale è, allo stesso tempo, uno spazio di espressione e uno spazio di vulnerabilità; uno strumento di connessione e un possibile fattore di isolamento; un mezzo di empowerment e un veicolo di distorsioni.

Uno dei temi più rilevanti riguarda la costruzione dell'identità nei contesti digitali. I social media, in particolare, hanno trasformato il modo in cui i giovani percepiscono sé stessi e gli altri. La continua esposizione a modelli idealizzati, la ricerca di approvazione attraverso like e interazioni, e la pressione



a costruire un'immagine coerente e performante possono generare dinamiche di confronto, insicurezza e disallineamento tra identità reale e identità percepita. In questo contesto, il digitale non è solo uno spazio di comunicazione, ma diventa un ambiente che incide profondamente sulla dimensione emotiva e relazionale.

Accanto a questo, emerge con forza il tema della disinformazione. La rapidità con cui i contenuti circolano online, unita alla difficoltà di verificarne l'attendibilità, espone i giovani a un flusso continuo di informazioni spesso frammentate, distorte o manipolate. La diffusione delle fake news non rappresenta solo un problema informativo, ma una vera e propria sfida democratica, che incide sulla capacità di sviluppare un pensiero critico e di partecipare in modo consapevole alla vita pubblica.

Un'altra criticità significativa è rappresentata dall'hate speech e dalle dinamiche di aggressività online. Il contesto digitale, spesso percepito come anonimo o distante, può favorire comportamenti che difficilmente si manifesterebbero nelle relazioni faccia a faccia. Linguaggi violenti, discriminazioni e polarizzazione del dibattito contribuiscono a creare ambienti ostili, che rischiano di escludere proprio quei soggetti che il Terzo Settore si propone di includere.

Infine, un aspetto particolarmente delicato riguarda la dimensione dell'educazione affettiva e relazionale. Le relazioni mediate da strumenti digitali presentano caratteristiche profondamente diverse rispetto a quelle tradizionali: tempi accelerati, comunicazione semplificata, riduzione degli elementi non verbali. Questo può generare difficoltà nella gestione delle emozioni, nella costruzione di relazioni autentiche e nella comprensione reciproca.

Di fronte a queste criticità, il ruolo del Terzo Settore assume un'importanza ancora più rilevante. Le organizzazioni non sono chiamate soltanto a utilizzare il digitale, ma a **educare al digitale**, accompagnando i giovani nello sviluppo di competenze che non siano esclusivamente tecniche, ma anche etiche, relazionali e critiche.

Le esperienze analizzate dimostrano che è possibile trasformare queste sfide in opportunità, attraverso approcci educativi e partecipativi che mettano al centro la consapevolezza. Il digitale può diventare uno spazio sicuro, inclusivo e generativo, a condizione che venga abitato con intenzionalità e responsabilità.

In questo senso, il progetto ha evidenziato la necessità di promuovere percorsi che aiutino i giovani a comprendere non solo come utilizzare gli strumenti digitali, ma anche come interpretarli, valutarli e, soprattutto, come orientarne l'uso verso finalità positive e di impatto sociale.



Il punto non è ridurre o limitare l'utilizzo del digitale, ma **trasformarne la qualità**. Passare da un uso passivo e spesso inconsapevole a un utilizzo attivo, critico e orientato al bene comune.

Le criticità emerse non devono quindi essere lette come ostacoli, ma come segnali di una trasformazione in atto, che richiede nuovi strumenti, nuove competenze e nuove responsabilità.

Il digitale, in definitiva, non è né positivo né negativo in sé.

È lo spazio che decidiamo di costruire e abitare.

E proprio in questa scelta si gioca una parte fondamentale del futuro del Terzo Settore e delle nuove generazioni.

7. Il valore delle buone pratiche come modelli replicabili

Il processo di raccolta e analisi delle esperienze sviluppate nell'ambito del progetto *Italiani Bella Gente Digital Action* non si esaurisce nella semplice valorizzazione delle singole iniziative, ma trova il suo significato più profondo nella capacità di trasformarle in **modelli replicabili**, capaci di generare valore anche oltre il contesto in cui sono nate.

Le buone pratiche individuate rappresentano infatti molto più che esempi virtuosi: sono **tracce concrete di un cambiamento in atto**, indicatori di nuove modalità di progettare, comunicare e generare impatto nel Terzo Settore. Tuttavia, affinché questo patrimonio di esperienze possa produrre un effetto duraturo, è necessario compiere un ulteriore passaggio: renderlo trasferibile.

La replicabilità non implica una semplice imitazione, ma richiede un processo di comprensione profonda degli elementi che rendono una pratica efficace. Ogni esperienza nasce in un contesto specifico, con caratteristiche sociali, culturali e organizzative proprie. Ciò che può essere trasferito non è tanto la forma esterna dell'iniziativa, quanto la sua struttura interna: le logiche, i processi, le scelte metodologiche che ne hanno determinato il successo.

In questo senso, il lavoro di sistematizzazione svolto all'interno del progetto ha permesso di individuare alcuni elementi ricorrenti, che attraversano le diverse esperienze analizzate. Si tratta di componenti che, pur declinandosi in modi differenti, rappresentano il nucleo comune delle buone pratiche digitali nel sociale.

Innanzitutto, emerge una forte coerenza tra strumenti utilizzati e obiettivi perseguiti. Il digitale non viene mai impiegato in modo casuale o meramente estetico, ma è scelto e adattato in funzione del



cambiamento che si intende generare. Questa intenzionalità progettuale costituisce uno dei principali fattori di efficacia.

In secondo luogo, si riscontra una costante attenzione al coinvolgimento attivo delle persone. Le pratiche più significative sono quelle che riescono a superare la logica della comunicazione unidirezionale, favorendo invece processi partecipativi in cui i destinatari diventano parte integrante dell'azione. Il digitale, in questo senso, si configura come uno spazio abilitante, capace di facilitare l'interazione e la co-creazione.

Un ulteriore elemento riguarda la semplicità e l'accessibilità degli strumenti utilizzati. Le esperienze analizzate dimostrano che l'innovazione non è necessariamente legata alla complessità tecnologica, ma alla capacità di utilizzare in modo strategico strumenti già disponibili. Questo rende le pratiche più facilmente adattabili e replicabili anche in contesti con risorse limitate.

Infine, emerge con chiarezza la centralità della dimensione narrativa. Le pratiche che riescono a generare maggiore impatto sono quelle capaci di raccontarsi, di costruire una narrazione coerente e coinvolgente, in grado di attivare interesse, empatia e partecipazione. La comunicazione, quindi, non è un elemento accessorio, ma parte integrante dell'azione sociale.

Trasformare le buone pratiche in modelli replicabili significa, quindi, rendere espliciti questi elementi, permettendo ad altri di comprenderli, adattarli e riutilizzarli. Questo processo contribuisce a superare una delle principali criticità del Terzo Settore: la dispersione delle esperienze e la difficoltà nel capitalizzare quanto appreso.

In questa prospettiva, il valore delle buone pratiche si moltiplica. Non rimangono confinate all'interno del singolo progetto, ma diventano strumenti di apprendimento collettivo, capaci di alimentare nuovi percorsi, ispirare altre iniziative e rafforzare l'intero ecosistema.

Il progetto ha dimostrato come i giovani siano particolarmente efficaci in questo processo di generazione e diffusione di modelli. Grazie alla loro familiarità con i linguaggi digitali e alla loro capacità di adattamento, essi rappresentano non solo i principali autori delle buone pratiche, ma anche i loro primi moltiplicatori.

Guardando al futuro, la sfida non sarà soltanto quella di continuare a produrre esperienze di qualità, ma di costruire sistemi sempre più strutturati per raccoglierle, analizzarle e diffonderle. In questo senso, la creazione di spazi – digitali e fisici – dedicati alla condivisione delle buone pratiche rappresenta un passaggio fondamentale per consolidare quanto emerso.



Co-funded by
the European Union

2024-3-IT03-KA154-YOU-000275110

Il digitale, ancora una volta, si rivela uno strumento chiave: non solo per generare pratiche innovative, ma anche per **renderle accessibili, visibili e replicabili su scala più ampia**.

Le buone pratiche, quindi, non sono semplicemente esempi da raccontare.

Sono **modelli da comprendere, adattare e far evolvere**.

E proprio nella loro capacità di essere condivise e replicate risiede il loro valore più grande: quello di contribuire, in modo concreto, alla costruzione di un Terzo Settore più consapevole, innovativo e capace di rispondere alle sfide del presente.

8. Impatto e prospettive: verso un nuovo paradigma di innovazione sociale digitale

Il percorso sviluppato attraverso il progetto *Italiani Bella Gente Digital Action* consente di delineare non solo un quadro analitico delle pratiche esistenti, ma anche una riflessione più ampia sul ruolo che il digitale può assumere nel futuro del Terzo Settore.

L'impatto del progetto si colloca su più livelli, intrecciando dimensione individuale, organizzativa e sistemica, e contribuendo a generare un cambiamento che va oltre la durata stessa dell'iniziativa.

A livello individuale, i giovani coinvolti hanno avuto l'opportunità di sviluppare competenze che non si limitano alla sfera tecnica, ma riguardano la capacità di leggere la realtà, interpretare i bisogni sociali e progettare risposte concrete. Il digitale, in questo senso, si è rivelato non solo uno strumento operativo, ma un contesto di apprendimento, in cui sperimentare nuove forme di partecipazione e responsabilità. I partecipanti hanno rafforzato il proprio senso di agency, acquisendo maggiore consapevolezza del proprio ruolo all'interno della comunità e del potenziale trasformativo delle proprie azioni.

Sul piano organizzativo, il progetto ha contribuito a rafforzare la capacità del Terzo Settore di dialogare con il digitale in modo più strutturato e strategico. Le esperienze raccolte e sistematizzate rappresentano una risorsa concreta per le organizzazioni, che possono attingere a modelli già testati e adattarli ai propri contesti. Allo stesso tempo, il coinvolgimento attivo dei giovani ha evidenziato il valore di approcci più aperti e partecipativi, in cui le organizzazioni non si limitano a guidare i processi, ma si pongono come facilitatori di dinamiche collaborative.

A livello comunitario, il progetto ha favorito la creazione e il rafforzamento di reti tra giovani attivi nel Terzo Settore, contribuendo a costruire un senso di appartenenza e una visione condivisa. Il digitale



ha reso possibile una continuità nella relazione, superando i limiti degli eventi fisici e permettendo la nascita di connessioni che possono evolvere nel tempo. In questo modo, si è generato un ecosistema dinamico, capace di alimentare nuove idee e nuove iniziative.

Ma è soprattutto sul piano sistemico che emergono le implicazioni più rilevanti. Il progetto ha dimostrato come il digitale possa diventare uno spazio concreto di dialogo tra giovani e decisori, favorendo la costruzione di proposte e visioni condivise. Questo elemento è particolarmente significativo in un contesto in cui spesso la distanza tra istituzioni e nuove generazioni rappresenta una delle principali criticità.

Le proposte emerse nel corso delle attività non sono semplici esercizi teorici, ma rappresentano tentativi concreti di incidere sulle politiche e sulle pratiche, portando all'attenzione dei decisori bisogni reali e soluzioni innovative. In questo senso, il progetto contribuisce a rafforzare una dimensione fondamentale della partecipazione: quella della **co-costruzione delle politiche**, in cui i giovani non sono solo destinatari, ma interlocutori attivi.

Guardando al futuro, emerge con chiarezza la necessità di consolidare e ampliare quanto avviato. Il digitale continuerà a evolversi, introducendo nuove opportunità ma anche nuove sfide. Per il Terzo Settore, la questione non sarà più se utilizzare o meno le tecnologie digitali, ma **come integrarle in modo consapevole, etico e strategico**.

In questo scenario, sarà fondamentale:

- investire nello sviluppo delle competenze digitali, non solo tecniche ma anche critiche e relazionali;
- promuovere modelli di partecipazione inclusivi, che sfruttino il digitale per ampliare l'accesso e ridurre le disuguaglianze;
- rafforzare il dialogo tra giovani, organizzazioni e istituzioni, creando spazi strutturati di confronto e co-progettazione;
- valorizzare e diffondere le buone pratiche, trasformandole in strumenti operativi per il sistema nel suo complesso.

Il progetto *Italiani Bella Gente Digital Action* si inserisce in questo percorso come un primo passo significativo, capace di dimostrare che un utilizzo consapevole del digitale può generare valore reale, rafforzare la partecipazione e contribuire alla costruzione di comunità più inclusive e resilienti.



In definitiva, il digitale non rappresenta semplicemente una trasformazione tecnologica, ma una **opportunità di ripensare il modo in cui il cambiamento sociale viene progettato e realizzato**.

Il futuro del Terzo Settore dipenderà sempre più dalla capacità di abitare questo spazio in modo intenzionale, trasformandolo da luogo di consumo a luogo di creazione, da spazio di connessione a spazio di responsabilità.

Ed è proprio in questa trasformazione che si apre la possibilità di costruire un nuovo paradigma: un Terzo Settore capace di essere allo stesso tempo **digitale, umano e profondamente generativo**.

9. Conclusioni: il digitale come scelta di responsabilità

Al termine di questo percorso di analisi, ciò che emerge con maggiore chiarezza è che il digitale non può più essere considerato un elemento esterno o neutrale rispetto all'azione del Terzo Settore. Non è uno strumento tra gli altri, né una semplice opportunità da cogliere. È, piuttosto, uno spazio che interpella direttamente le organizzazioni, i giovani e la società nel suo complesso, chiamandoli a una scelta.

Una scelta che non riguarda soltanto il “come” utilizzare le tecnologie, ma il “perché” e il “verso dove” orientarne l'uso.

Le esperienze raccolte nel progetto *Italiani Bella Gente Digital Action* dimostrano che il digitale può essere abitato in modi profondamente diversi. Può diventare un ambiente superficiale, dominato dalla ricerca di visibilità e consenso, oppure uno spazio generativo, capace di attivare partecipazione, costruire relazioni autentiche e produrre cambiamento sociale.

La differenza non risiede negli strumenti, ma nell'intenzionalità con cui vengono utilizzati.

In questo senso, il digitale si configura come un terreno di responsabilità.

Responsabilità delle organizzazioni, chiamate a non limitarsi all'adozione tecnologica, ma a sviluppare visioni, modelli e pratiche coerenti con i propri valori.

Responsabilità dei giovani, che già oggi dimostrano di saper interpretare il digitale in modo creativo e trasformativo, ma che necessitano di spazi, strumenti e riconoscimento per esprimere pienamente questo potenziale.

Responsabilità delle istituzioni, che sono chiamate a sostenere e valorizzare queste dinamiche, creando condizioni favorevoli alla partecipazione e all'innovazione.



Co-funded by
the European Union

2024-3-IT03-KA154-YOU-000275110

Il lavoro svolto ha messo in luce come il digitale possa rappresentare una straordinaria occasione per ripensare il modo in cui il Terzo Settore opera. Non si tratta semplicemente di “fare meglio” ciò che già esiste, ma di immaginare nuove forme di azione, nuove modalità di coinvolgimento, nuovi equilibri tra individuo e comunità.

In questo processo, le buone pratiche analizzate assumono un valore che va oltre il loro contenuto specifico. Esse rappresentano segnali, direzioni, possibilità. Indicano che un altro modo di abitare il digitale è già in atto, anche se spesso frammentato e poco visibile.

La sfida, oggi, è quella di rendere queste esperienze più riconoscibili, più condivise e più strutturate, affinché possano diventare parte integrante del modo di operare del Terzo Settore.

Il futuro non sarà determinato dalla quantità di tecnologie disponibili, ma dalla qualità delle scelte che verranno compiute nel loro utilizzo.

Scegliere il digitale come spazio di cittadinanza attiva significa riconoscerne il potenziale trasformativo, ma anche accettarne la complessità. Significa investire in competenze, ma anche in valori. Significa costruire strumenti, ma soprattutto costruire visioni.

Il Terzo Settore ha, in questo senso, una responsabilità particolare.

Può contribuire a orientare il digitale verso finalità inclusive, partecipative e solidali, trasformandolo in uno spazio che non esclude, ma accoglie; che non divide, ma connette; che non amplifica le disuguaglianze, ma le riduce.

E i giovani, già oggi, stanno indicando la direzione.

Non come spettatori, ma come protagonisti.

Non come utenti, ma come costruttori.

Non come futuro, ma come presente.

In definitiva, il digitale non è ciò che accade.

È ciò che decidiamo di far accadere.

E proprio in questa scelta si gioca una parte fondamentale del futuro del Terzo Settore e della società nel suo insieme.