

WEB PER IL SOCIALE INIZIATIVE IN RETE

Passaparola di solidarietà

L'Unhcr lancia
Ninemillion.org
con la raccolta di fondi
per i rifugiati grazie
a blogger e social media

DA PARIGI
LUCA CONTI

Social network, Web 2.0, social media: mai come prima internet fa rima con sociale. La partecipazione attiva degli utenti nella creazione di contenuti è da tempo sotto la lente di investitori e imprenditori che cercano di capitalizzare questa tendenza, innata nella rete fin dalla sua nascita, sviluppando piattaforme che abilitano e semplificano l'accesso agli strumenti di comunicazione. Finalmente oggi questa consapevolezza è patrimonio non solo del business ma di chi sul sociale ha sempre creduto, ovvero le organizzazioni non governative di solidarietà, pubbliche e private.

A dimostrazione che il social web non è una moda passeggera ma un aspetto sempre più centrale nella vita delle persone, l'Alto patronato per i rifugiati delle Nazioni unite (Unhcr) ha lanciato al termine di Le Web 3 la campagna Ninemillion.org. Obiettivo dell'iniziativa è fornire un'educazione a nove milioni di bambini rifugiati nel mondo entro il 2010 e offrire loro una opportunità di sviluppo concreta. Fino a qui niente di nuovo: ogni raccolta pubblica di fondi usa ormai tutti i canali di comunicazione a disposizione, dalla televisione alla radio, dalla cartellonistica al mailing, fino a sms e web. L'idea che rende Ninemillion.org una campagna sociale è l'appello rivolto ai piccoli grandi influenti della rete, produttori di contenuti in prima persona, per diffondere il messaggio e stimolare donazioni popolandole le piattafor-

me sociali e i blog di articoli, foto e video in tema. L'Unhcr lancerà a inizio 2008 un conto alla rovescia verso il traguardo simbolico di nove milioni di singoli contenuti pubblicati con la parola chiave ninemillion, grazie a un monitoraggio continuo di tutti i siti partecipativi che consentono all'utente di associare un tag al proprio lavoro.

In Italia l'Agenzia italiana per la risposta alle emergenze (Agire), un raggruppamento di associazioni che si mobilita per concentrare l'attenzione dell'opinione pubblica e le donazioni sulle emergenze globali, ha deciso di mobilitare le coscienze anche online. In una sezione apposita gli utenti attivi sono invitati a generare passaparola sul proprio blog, su Flickr, YouTube e del.icio.us con il tag *agirebangladesh*: le foto dei partecipanti sono aggregate automaticamente sul sito di Agire.

Tra le associazioni ad aver creduto per prime all'efficacia del passaparola online applicato a nobili cause di solidarietà è stata Terre des Hommes (TdH). In occasione del Natale, TdH ha realizzato un video virale per promuovere il sito dedicato ai regali utili (in particolare rispetto alla sanità, allo sport e all'educazione) per bambini del Sud del mondo seguiti dai programmi dell'associazione. Superregali, questo il nome della campagna, ha inoltre coinvolto gli utenti alla costruzione di SuperHero, un supereroe di carta tridimensionale da scaricare, stampare e piegare, per diffondere il messaggio fuori dalla rete.

Dopo aver rivoluzionato l'industria dei media e il modello economico tradizionale, il Web 2.0 si trova quindi ad affrontare la sfida più importante: sfruttare le immense potenzialità di comunicazione e di mobilitazione dei media personali per cambiare il mondo, riportando al centro dell'attenzione l'uomo. Il percorso è lungo e difficoltoso ma, contenuto dopo contenuto, tag dopo tag, possiamo farcela. Tu, noi, insieme.



www.ninemillion.org
www.agire.it
www.superegali.org