

ALMA MATER STUDIORUM - UNIVERSITA' DI BOLOGNA

SCUOLA DI LETTERE E BENI CULTURALI

Corso di laurea magistrale in

Scienze della comunicazione pubblica e sociale - 0974

Cooperare comunicando

Riflessioni e tracce di un itinerario sociologico tra parole ed immagini per la definizione del capitale sociale distintivo di @uxilia Onlus e la redazione del suo primo Bilancio sociale in modo partecipato e condiviso

Tesi di laurea in

Comunicazione e marketing sociale

Relatore Professoressa Pina Lalli

Correlatore Professor Massimiliano Fanni Canelles

Presentata da: Ilaria Maria Di Battista

Sessione

seconda

Anno accademico

2014-2015

Indice:

Indice:	I
Introduzione	1
Capitolo I	
Un'analisi dello scenario globale in cui opera @uxilia	16
<i>Premessa al capitolo I</i>	
1.1. La globalizzazione: tra prospettive di analisi economiche e culturali	18
1.1.1 Immigrazione e cittadinanza nel contesto globale	31
1.1.2 Media e umanitario: la mediatizzazione di cultura e conoscenza	34
1.2. Diritti umani universali: interculturalismo, globalizzazione e multiculturalismo	37
1.2.1. Distinzione tra diritti umani e diritto umanitario	45
1.2.2. Evoluzione storica dei diritti dell'uomo in Occidente	46
1.3. Cooperazione allo sviluppo ed aiuti umanitari: declinazioni del <i>welfare sussidiario</i>	49
1.3.1 Impostazione dell'ordinamento europeo	50
1.3.2 Distinzione tra aiuti umanitari e aiuti allo sviluppo	53
1.3.3 La cooperazione allo sviluppo: origini, tipologie, attori sociali coinvolti per quale sviluppo?	55
Capitolo II	
Umanitarismo: fare, narrare e rappresentare gli aiuti	60
<i>Premessa al capitolo II</i>	
2.1. Comunicazione umanitaria e comunicazione di cooperazione allo sviluppo: il <i>transformative social marketing</i>	70
2.1.1 Il plusvalore del Piano di Comunicazione: dal <i>transformative social marketing</i> al <i>co-marketing</i> di dimensioni globali	84
2.1.2 Il lato oscuro del <i>social marketing</i> , tra <i>fundraising</i> e filantropo-capitalismo	94
2.2 La comunicazione per lo sviluppo: nuovi paradigmi	102
2.2.1 Prospettiva <i>orchestrata</i> della comunicazione allo sviluppo e <i>potere culturale</i> degli aiuti	110
2.3 La crisi dell'umanitarismo tra azione e legittimazione	121
2.3.1 La legittimità della rappresentazione dell'azione umanitaria	133
Capitolo III	
I PARTE	
Il Bilancio sociale: opportunità e criticità di uno strumento di gestione organizzativa e di comunicazione	147

<i>Premessa al capitolo III</i>	
3.1. L'economia civile come espressione del Terzo settore: dalla crisi del <i>welfare state</i> al <i>welfare della responsabilità</i>	155
3.2. Bilancio sociale: oggetto simbolico culturale identitario di @uxilia Onlus.....	164
3.3. Bilancio sociale: il piano di distribuzione come opportunità di nuovi pubblici.....	171
3.4. La sfida di costruire l'identità di @uxilia: negoziare tra prospettiva neoliberista e relativismo culturale	176
3.4.1 La sfida identitaria di @uxilia come atto negoziale e trasformativo	178
3.5. Rendicontazione della proposta del primo Bilancio sociale di @uxilia Onlus	182
II PARTE: dalla <i>teoria</i> alla <i>prassi</i>	
3.6 Indagine per una definizione co-prodotta e condivisa del capitale sociale di @uxilia.....	197
3.7 Considerazioni sulle interviste.....	202
Conclusioni	213
Bibliografia	227
Sitografia di consultazione	239
Fonti documentarie di @uxilia Onlus	240

Oggigiorno i media richiamano quotidianamente la nostra attenzione su problemi sociali riguardanti l'umanitarismo. Immigrazione, conseguenze di guerre lontane, crisi ed emergenze di *alter*, del diverso – un tempo realtà lontane e distanti – diventano sempre più prossime, determinando un impatto diretto sulla nostra realtà socio-economica e politica. Da semplici narrazioni di sfondo, da *noise* comunicativo esse diventano *issues* più o meno emergenti nella costante competizione finalizzata ad ottenere l'attenzione dell'opinione pubblica. In un *sistema-mondo* in cui sembrano venir meno i confini tra Stati nazione, delineando così territori *sconfinati*, i nuovi *limes* si individuano però in ambiti economici e politici che ridefiniscono il concetto di cittadinanza come possibilità di accesso a diritti, beni, strumenti e servizi. Si tratta di uno dei tanti paradossi intrinseci alla società contemporanea che tuttavia si contraddistingue per il proprio indirizzo volto ad una responsabilità sociale finalizzata alla sostenibilità globale.

In un contesto sociale così delineato questa tesi intende indagare, tanto a livello teorico quanto pratico, il valore della comunicazione sociale per @uxilia Onlus. Consapevoli che “non si possa non comunicare” essa tenta di innescare un processo di *advocacy* interno all'associazione volto a far riflettere sull'importanza - così come sulle innumerevoli criticità conseguenti - di una comunicazione che sia al tempo stesso: a) identificativa della specificità dell'organizzazione; b) funzionale alla sua sostenibilità (in *lato sensu* e non meramente economico); c) produttrice di oggetti culturali internazionali che, per loro natura, devono presentarsi come espressione di una *cultura comunicativa orchestrale* (negoziata e condivisa) sempre attenta alle gerarchie e alle costruzioni di senso proprie di ogni comunità di cui il prodotto comunicativo è il *medium* espressivo. L'obiettivo è dunque quello tentare di coordinare al meglio la dimensione comunicativa (*del dire*) con quella operativa (*del fare*), rendendo l'insieme dei prodotti simbolici della Onlus una *parola agente* coerente e coesa nel quadro più ampio, definito dal Piano di Comunicazione.

Il **primo capitolo** prendendo avvio dallo *status* di crisi che investe tanto il settore economico-finanziario generale, quanto lo spazio umanitario, cerca di riflettere su quali siano i risvolti socio-culturali ed economici della globalizzazione. Cosa si intende, dunque, per diritti umani universali, come e da chi sono definiti tali, cosa distingue gli aiuti umanitari da quelli di cooperazione allo sviluppo?

Da questi interrogativi - aventi l'obiettivo di cogliere lo scenario generale in cui si colloca l'attivismo di @uxilia - si cerca poi nel **secondo capitolo** di apprendere-comprendere come

poter comunicare in modo efficace attraverso una maggiore consapevolezza e padronanza di due media complementari: parola e immagine. Si riflette pertanto su come rendicontare *il fare (cooperare)*, narrando e mostrando l'azione, attraverso rappresentazioni che evitino di produrre tanto contraddizioni interne (a discapito dell'*immagine diffusa* della Onlus), quanto *effetti imprevisi-perversi*. Il focus di questo capitolo risiede nel concetto di umanitarismo, tanto encomiabile quanto oggetto di critiche che si individuano sia nell'ambito dell'azione, sia in quello della sua rappresentazione. Una possibile chiave risolutiva con cui affrontare la crisi a cui è soggetta l'arena umanitaria risiede proprio, a nostro parere, nella riflessione sulla comunicazione nel suo triplice aspetto di: azione, narrazione discorsiva e rappresentazione visiva. Quest'ultima acquisisce per le organizzazioni umanitarie un valore sia testimoniale - di rendicontazione e trasparenza del proprio attivismo - sia strategico con cui esercitare la propria *call of action*, declinata sostanzialmente nel *fundraising*, il cui scopo principale è la sostenibilità complessiva dell'organizzazione e della sua operatività. Proprio nel "cooperare comunicando" è possibile avviare quel processo di *ri-politicizzazione* e *ri-legittimazione* dell'azione umanitaria richieste dall'attuale scenario di crisi.

Alle riflessioni relative alla comunicazione umanitaria si affiancano quelle sulla comunicazione allo sviluppo: forme di *trasformative social marketing* che vivono una relazione simbiotica. Una tale *metacomunicazione* su entrambe le realtà ha il duplice fine: da un lato, favorire attraverso un processo di *advocacy interno* l'accumulo di una consapevolezza-conoscenza comunicativa di @uxilia Onlus (quale *capitale sociale strutturale* condiviso), dall'altro, consentire una riflessione volta al confronto e all'apertura dell'associazione sui temi sollevati dalle prospettive critiche relative agli aiuti umanitari e allo sviluppo. Quest'ultima è finalizzata al raggiungimento di una maggiore consapevolezza del proprio *be different* in modo da veicolarlo nel modo più efficace e performativo possibile attraverso la scelta della *forma* (declinata in termini di codici e canali) più adatta a favorire un *ancoraggio* nelle pratiche culturali e simboliche proprie dei pubblici di riferimento. L'obiettivo è dunque promuovere una riflessione analitica e autocritica funzionale a comprendere i bisogni comunicativi della società contemporanea e a selezionare *forme* adatte ed opportune attraverso cui mediare la propria *buona causa*, nonché la *politica della pietà*.

Nel **terzo capitolo** - consapevoli dell'inesistenza di tecniche facili e/o strumenti pronti all'uso nel complesso ambito della comunicazione sociale - si cerca di comprendere il *be different* di @uxilia, quale capitale sociale condiviso e partecipato, su cui co-costruire il suo primo bilancio sociale. Infine si intende fare di questo documento uno strumento di *rendicontazione, informazione* e

comunic-azione capace di incrementare il sapere condiviso, la consapevolezza identitaria e l'*engagement* funzionali alla produzione di nuovi oggetti culturali creativi - frutto dell'intelligenza collettiva-connettiva del gruppo @uxilia - nonché all'ampliamento del capitale sociale della Onlus in grado di consentirle sostenibilità ed ulteriori sviluppi futuri.

Bibliografia

- Agamben G. (1995), *Homo sacer. Il potere sovrano e la nuda vita*, Torino, Einaudi.
- Akoun A. (1994), *La communication démocratique et son destin*, Paris, Puf. cit in Lalli (s.d.) *Sintesi dell'intervento della Prof.ssa Pina Lalli* disponibile su <http://www.marketingsociale.net/download/Lalli.pdf> (consultato il 22/8/2015)
- Antonini E., Cedroni L., Iannone R., Marchetti M. C., Pacelli D., Rossi E., (2009), *L'epoca della contingenza: tra vita quotidiana e scenari globali* (a cura di Carlo Mongardini), Milano, FrancoAngeli.
- Arendt H. (1996), *Il tramonto dello stato nazionale e la fine dei diritti umani*, in *Le origini del totalitarismo*, Torino, Edizioni di Comunità.
- Arvidsson A. , Delfanti A., (2013), *Introduzione ai media digitali*, Bologna, il Mulino.
- Austin John L. (2008) (a cura di Carlo Penco e Marina Sbisa), *Come fare cose con le parole*, Genova, Marietti.
- Baldazzini A. (s.d.), *Il mondo della vita in Habermas. Una base per la formulazione di un modello di razionalità complessa* [https://www.academia.edu/11328584/Il mondo della vita in Habermas. Una base per la formulazione e di un modello di razionalit%C3%A0 complessa](https://www.academia.edu/11328584/Il_mondo_della_vita_in_Habermas._Una_base_per_la_formulazione_e_di_un_modello_di_razionalit%C3%A0_complessa) (consultato il 3/9/2015)
- Baraldi C., Corsi G., Esposito E. (1997), *Luhmann in Glossario. I concetti fondamentali della teoria dei sistemi sociali*, Milano, Franco Angeli.
- Baudrillard J. (1996) *Il delitto perfetto. La televisione ha ucciso la realtà?* Milano, Raffaello Cortina Editore.
- Bauman Z. (1999), *Dentro la globalizzazione. Le conseguenze sulle persone*, Bari, Edizioni Laterza.
- Bauman Z. (2000), *La solitudine del cittadino globale*, (traduzione di Giovanna Battini), Milano, Feltrinelli.
- Bauman Z.; (2002), *Modernità liquida*, (traduzione di Minucci S.), Roma, Editori Laterza.
- Beck U. (2001), *La società globale del rischio*, ed. italiana Trieste, Asterios Editore.
- Beck U. (2005), *Lo sguardo cosmopolita*, Roma, Carrocci.
- Benson R. (2015), *Migrants at sea: the missing context* in *The Conversation: Academic rigour, journalistic flair*, available at <http://theconversation.com/migrants-at-sea-the-missing-context-42028> (consultato 14/7/2015).

- Bertolotti L. (s.d.), *Storia del costruttivismo*,
<http://cird.unive.it/dspace/bitstream/123456789/314/3/STORIA%20E%20COSTRUTTIVISMO.pdf>
(consultato il 20/8/2015)
- Bettati M., Kouchner B. (1985), *Le Devoir d'ingérence*, Paris, Denöel in Flores (2003).
- Blumer H. (1969), *Symbolic Interactionism*, Berkeley, University of California,
http://www.jstor.org/stable/2095982?seq=1#page_scan_tab_contents (consultato il 20/8/2015).
- Bobbio N. (1990), *L'età dei diritti*, Torino, Einaudi.
- Boccia Artieri G. (2004), *I media-mondo: forme e linguaggi dell'esperienza contemporanea*, Roma, Meltemi.
- Boltanski L. (2000), *The Legitimacy of Humanitarian Actions and their Media Representation : the Case of France*, Ethical Perspectives, vol.7, n° 1, 2000, p. 3-16. download dal sito <http://www.ethical-perspectives.be/viewpic.php?LAN=E&TABLE=EP&ID=147> (consultato il 24/8/2015).
- Boltanski L. (2000), *Lo spettacolo del dolore. Morale umanitaria, media e politica*, (tradotto da Bianconi B.), Milano, Raffaello Cortina Editore.
- Bonaglia F., De Luca V. (2006), *La cooperazione internazionale allo sviluppo*, Bologna, il Mulino.
- Bronfenbrenner U. (2002), *Ecologia dello sviluppo umano*, Bologna, il Mulino.
- Bruni, L. e Zamagni, S., (2004), *Economia Civile. Efficienza, equità, felicità pubblica*, Il Mulino, Bologna.
- Bruni L., Zamagni S., (a cura di), (2009), *Dizionario di Economia civile*, Città Nuova, Roma.
- Butera F. (s.d.) *L'organizzazione a rete attivata da cooperazione, conoscenza, comunicazione, comunità: il modello 4C nella Ricerca e Sviluppo*,
http://www.liuc.it/cmgenerale/centri/cerico/cm/upload/contributo_butera1.pdf (consultato il 30/9/2015).
- Byron J. Good (1999), *Narrare la malattia*, Torino, Ed. di Comunità.
- Cahit Bagci (2007), *Historical Evolution of NGOs: NGO Proliferation in the Post-Cold War Era*, in TurkishWeekly <http://www.turkishweekly.net/2007/08/28/article/historical-evolution-of-ngos-ngo-proliferation-in-the-post-cold-war-era/> (consultato il 5/8/2015)
- Calloni M. (2009); *Umanizzare l'umanitarismo? limiti e potenzialità della comunità internazionale*, UTET università.
- Carazzone C., Raimondi A. (2003), *La globalizzazione dal volto umano; Diritti umani: la nuova sfida della cooperazione allo sviluppo*, Torino, SEI.
- Cardano M. (1997), *La nuova ricerca etnografica*, in L. Ricolfi (a cura di), *La ricerca qualitativa*, Roma, La Nuova Italia Scientifica, pp. 45-92.

Carta di Milano (2015) disponibile su http://carta.milano.it/wp-content/uploads/2015/04/Italian_version_Milan_Charter.pdf (consultato il 1/10/2015).

Castells M. (1996), *The Rise of the Network Society, The Information Age: Economy, Society and Culture*, Vol. I. Cambridge, MA; Oxford, UK, Blackwell.

Chandler (2002), *From Kosovo to Kabul. Human Rights and International Intervention*, London, Pluto Press in Flores, *Tra carità e investimento: paradossi e problemi dell'azione umanitaria*, in *Il mulino : rivista mensile di attualità e cultura* , 2003, fasc. n.5, pp. 969-979

Cherubini S. (1999), *Il co-marketing sportivo. Strategie di cooperazione nel mercato sportivo*, Milano, FrancoAngeli.

Cherubini S., Iasevoli G. (2000), *Co-marketing. Tipologie, potenzialità, applicazioni* in Convegno le tendenze del marketing in Europa download su <http://www.marketing-trends-congress.com/archives/2000/pdf/cherubin.pdf> (consultato il 30/8/2015)

Chouliaraki L. (2014), *Lo spettatore ironico: la solidarietà nell'epoca del post-umanitarismo*; (a cura di Musarò P.), Sesto San Giovanni, Mimesis.

Colozzi I., Donati D. (2005) , *La sussidiarietà: che cos'è e come funziona*, Roma, Carocci.

Corbetta P. (1999), *Metodologia e tecniche della ricerca sociale*, Bologna, Il Mulino.

Commissione europea Direzione generale della comunicazione (2014)a, *Cooperazione internazionale e sviluppo. La lotta alla povertà in un mondo che cambia*, Le politiche dell'unione europea su http://europa.eu/pol/dev/index_it.htm (consultato il 15/8/2015).

Commissione europea Direzione generale della comunicazione (2014)b, *Aiuti umanitari e protezione civile. Aiutare le vittime di catastrofi e conflitti e proteggere le persone a rischio*, Le politiche dell'unione europea su http://europa.eu/pol/pdf/flipbook/it/humanitarian-aid_it.pdf (consultato il 4/8/2015).

Cornwall A. (2002), *Making spaces, changing places: situating participation in development*, Institute of development studies, Brighton, Sussex, download dal sito http://www.powercube.net/wp-content/uploads/2009/11/making_spaces_changing_places.pdf (consultato il 16/8/2015).

Cossetta A. (2009), *Sviluppo e cooperazione : idee, politiche, pratiche*, Milano, FrancoAngeli.

D'Anna L. (s.d.), *Glocal/Glocalizzazione, il senso delle parole impresa&stato* su http://www.mi.camcom.it/c/document_library/get_file?uuid=59cd1264-f6c3-484a-89da-9f69e14c5f08&groupId=10157 (consultato il 1/8/2015).

De Kerckhove D. (2001), *L'architettura dell'intelligenza*, Torino, Testo & Immagine.

De Sousa Santos B. (1995), *Toward a New Common Sense: Law, Science and Politics in the Paradigmatic Transition*, Routledge, London 1995, pp. 329-337 op. cit in Cammarata R., Mancini L., Tincani P. (2014), *Diritti e culture: un'antologia critica*, Torino, Giappichelli.

Denzin N. K. (1969), *Symbolic Interactionism and Ethnomethodology: A Proposed Synthesis in American Sociological Review* Vol. 34, No. 6 (Dec., 1969), pp. 922-934 su http://www.jstor.org/stable/2095982?seq=1#page_scan_tab_contents (consultato il 20/8/2015).

Deriu M., Cavalieri R., Aluisi T., Caligaris G., Squarcina S., Grossi A. (2001), *L'illusione umanitaria: la trappola degli aiuti e le prospettive della solidarietà internazionale*, (a cura di Marco Deriu), Bologna, EMI.

Devoto G., Oli G.C., (1995), *Il Dizionario della Lingua Italiana*, Firenze, Le Monnier.

Donati D., (2013), *Il paradigma sussidiario: interpretazioni, estensione, garanzie*, Bologna, Il Mulino.

Drucker P. F., (1957), *America's Next Twenty Years*, New York, Harper & Brothers.

Drucker, P.F. (1989), *Economia, politica, management*, Etas, Milano cit. in Zamagni (2012).

Dossier umanamENTE (2010), *Migrazioni, sviluppo umano ed enti locali, vincoli ed opportunità*, UE su https://www.google.it/search?q=Dossier+Migrazioni,+Sviluppo+Umano+ed+Enti+locali:+vincoli+ed+opportunit%C3%A0&ie=utf-8&oe=utf-8&gws_rd=cr&ei=8jkZVuWIG4XWYwOpjY_ICQ (consultato il 3/8/2015).

Fabietti U., Remotti F. (1997), *Dizionario di antropologia: etimologia, antropologia culturale, antropologia sociale*, Bologna, Zanichelli.

Flores M. (2003), *Tra carità e investimento: paradossi e problemi dell'azione umanitaria*, in *Il mulino : rivista mensile di attualità e cultura* , 2003, fasc. n.5, pp. 969-979.

Floris B. (2001), *Communication et gestion symbolique dans le marketing* , in “Les enjeux de l’information et de la communication”, revue en ligne <http://lesenjeux.u-grenoble3.fr/2001/Floris/Floris.pdf> (consultato il 25-08-2015).

Fornoni G., Prestia D., Fanni Canelles M. (2011), *Volti e voci dal mondo, Cultura e società nei paesi in via di sviluppo viste e raccontate da un giornalista, un militare, un medico*, @uxilia, RaiEri. su <http://www.auxilia.fvg.it/PDF/Volti%20e%20Voci%20dal%20mondo.pdf> (consultato il 3/10/2015).

Foucault M. (1976), *Sorvegliare e punire: nascita della prigione*, (traduzione di Tarchetti A.), Torino, Einaudi.

Freire P. (1971), *La pedagogia degli oppressi*, (traduzione di Bimbi L.) Milano, Mondadori.

Fondazione Volontariato e Partecipazione accessibile (s.d.), *Capire la riforma del terzo settore*, working paper series FVeP n. 33, ISSN 2240-3272 accessibile all’indirizzo

<http://www.volontariatoepartecipazione.eu/wp-content/uploads/2014/06/FVPWP33Lineeguida1.pdf>

(consultato il 22/9/2015).

Gallino L., (2005) *Dizionario di sociologia*, Torino, UTET libreria.

Gambini P. (2007), *Psicologia della famiglia: la prospettiva sistemico-relazionale*, Milano, Franco Angeli.

Gauntlett D. (2013), *La società dei makers. La creatività dal fai da te al Web 2.0*, Venezia, Ed. Marsilio.

Geertz C. (1973), *The interpretation of Cultures*, New York, Basic Books.

Giddens A. (1991), *Modernity and Self-Identity*, Cambridge, Polity Press.

Giddens A. (1994), *Le conseguenze della modernità*, Bologna, Il Mulino.

Giddens A., (2000), *Il mondo che cambia. Come la globalizzazione ridisegna la nostra vita*, Bologna, Il Mulino.

Grandi R. (2011), *La comunicazione pubblica: teorie, casi, profili normativi*, Nuova ed. aggiornata, Roma, Carocci.

Granieri G. (2006), *La società digitale*, Roma, editori Laterza.

Granieri G. (2009), *L'umanità accresciuta: come la tecnologia ci sta cambiando*, Bari, GLF editori Laterza.

Granovetter M. (1998), *La forza dei legami deboli e altri saggi*; (introduzione a cura di Massimo Follis), Napoli, Liguori.

Greimas A., Courtés J. (1986), *Semiotica. Dizionario ragionato della teoria del linguaggio*, (a cura di Fabbri P.), Firenze, La Casa Usher.

Gregory K. (1983); *Native-view paradigms: Multiple cultures and culture-conflicts in organizations*; Administrative Science Quartely.

Goffman (1959) *The Presentation of Self in Everyday Life*, Anchor Books, tr. it. (1969) *La vita quotidiana come rappresentazione*, Bologna, Il Mulino.

Gogna A. (2015), *Expo: lettera aperta*, disponibile su <http://www.banff.it/expo-lettera-aperta/> (consultato il 26/8/2015).

Goleman D. (2000), *Intelligenza emotiva*, Milano, Superpocket.

Goleman D. (2015), *La forza del bene, Il messaggio del Dalai Lama per una nuova visione del mondo*, Milano, Rizzoli.

Habermas J. (1986), (trad. ita. di Paola Rinaudo), *Teoria dell'agire comunicativo: critica della ragione funzionalistica*, II voll., Bologna, Il Mulino.

- Harvey D. (1989), *The condition of post modernity, an inquiry into the origin of the cultural change*, London, Basil Blackwell.
- Hilgartner S., Bosk C.L. (1988), *The Rise and Fall of Social Problems: A Public Arenas Model*, in "American Journal of Sociology", 1988, vol. 94, pp. 53-78, download su https://www.unc.edu/~fbaum/teaching/PLSC_SOC_497_SP_2008/Hilgartner_Bosk_AJS_1988.pdf (consultato il 25/7/2015).
- Il Fatto Quotidiano (3/9/2015), *Migranti, storia di Aylan: bimbo della foto-simbolo. Il papà: "Ho provato a salvarlo". La fotografa: "Ero pietrificata"*, disponibile su <http://www.ilfattoquotidiano.it/2015/09/03/migranti-la-storia-di-aylan-il-bimbo-in-fuga-dalla-guerra-morto-su-una-spiaggia-insieme-al-fratellino/2004833/> (consultato il 16/9/2015).
- Illouz E. (2007), *Cold Intimacies: The Making of Emotional Capitalism*, Copyrighted material.
- Invernizzi E. (2000), *La comunicazione organizzativa: teorie, modelli e metodi*, Milano, Giuffrè editore.
- Jameson F., Miyoshi M. (2004), *The Cultures of Globalization*, Durham and London, Duke University Press.
- Keller K. L. (2005), *La gestione del brand: strategie e sviluppo*; (adattamento per l'edizione italiana di Busacca B., Ostilio M. C.), Milano, EGEA.
- Kotler P., Roberto E. L. (1989), *Social Marketing*, Free Press, New York.
- Krampen M. (1989), *Semiotic in architecture and industrial/product design in Design issues*, Vol 5, No. 2, Spring 1989, The MIT Press.
- Kolb A. (1984), *Experiential Learning: experience as the source of Learning and Development* di Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall.
- Kung H. (1990), *Verso un'etica delle religioni universali. Problemi fondamentali dell'etica contemporanea in un orizzonte globale*, in "Concilium", 26, 1990.
- La Repubblica (20/9/2015), *A Cuba mezzo milione per il Papa: "Servire persone, non ideologie". E incontra Fidel Castro*
http://www.repubblica.it/vaticano/2015/09/20/news/il_papa_a_cuba_tutto_pronto_per_la_messa_in_plaza_d_e_la_revolucion-123288410/ (consultato il 27/9/2015).
- Lalli P. (s.d), *Sintesi dell'intervento della Prof.ssa del Dipartimento Discipline della comunicazione Università di Bologna*, disponibile su <http://www.marketingsociale.net/download/Lalli.pdf> (consultato il 22/8/2015).
- Lalli P. (2006), *Communication for development: new paradigms?* (in collaboration with Ajna Galicic and Giulia Minoia University of Bologna) DvdBook, Washington, World Bank, Communication Initiative. Paper selected for the World Congress on Communication for Development, Rome, October 25-27 2006

https://www.academia.edu/543733/Communication_for_development_new_paradigms (consultato il 4/9/2015).

Lalli P. (2008), *Comunicazione sociale: tracce di un itinerario*, in *Comunicazioni sociali* (a cura di C. Bertolo), Padova, Cleup, 2008, pp. 13-31 (versione rivista), download al sito https://www.academia.edu/1253257/Comunicazione_sociale_tracce_di_un_itinerario (consultato il 15 marzo 2014).

Lalli P. e Gardini G. (a cura di) (2009)., *Per un'etica dell'informazione e della comunicazione. Giornalismo, radiotelevisione, new media e comunicazione pubblica*, Milano, FrancoAngeli.

Lalli P. (2011) , *Comunicazione sociale: persuasione o conoscenza*, in E. Cucco, R. Pagani, M. Pasquali, *Secondo rapporto sulla comunicazione sociale in Italia*, Roma, Carocci, 2011, pp. 57-79. su http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2090335 (consultato il 3/8/2015).

Lalli P. (2015a), *Sfera pubblica e info-mediazione?* disponibile su <https://www.linkedin.com/pulse/sfera-pubblica-e-info-mediazione-pina-lalli> (consultato il 30/8/2015).

Lalli P. (2015b), *Confini labili tra advertising, publicity e marketing?* disponibile su <https://www.linkedin.com/pulse/confini-labili-tra-advertising-publicity-e-marketing-pina-lalli> (consultato il 26/9/2015).

Lefebvre RC., (2000), *Theories and Models in Social Marketing*, In PN Bloom & GT Gundlach (Eds.), *Handbook of Marketing and Society*, Newbury Park, CA: Sage Publications, disponibile su http://socialmarketing.blogs.com/Publications/Theoretical_Models_in_Social_Marketing.pdf (consultato il 20/8/2015).

Lefebvre R. C. (2012), *Transformative social marketing: co-creating the social marketing discipline and brand*, In *Journal of Social Marketing*, 2(2), 118-129, disponibile su https://www.researchgate.net/publication/275110479_Transformative_social_marketing_co-creating_the_social_marketing_discipline_and_brand. *Journal of Social Marketing* 2%282%29 118-129 (consultato il 20/8/2015).

Lèvy P. (1996), *L'intelligenza collettiva: per un'antropologia del cyberspazio*, Feltrinelli, Milano.

Luhmann N., De Giorgi R. (2003), *Teoria della società*, F. Angeli, Milano.

Lyotard J. F. (1979), *La Condition postmoderne: rapport sur le savoir*, 1979; trad. di Carlo Formenti, *La condizione postmoderna: rapporto sul sapere*, Milano, Feltrinelli, 1981.

Lombardi R. (2011), *Verso una nuova eco-nomia: sostenibilità ambientale, competence e resilienza d'impresa*, Santarcangelo di Romagna, Maggioli.

Mari L. M., Poledrini S. (2014), *Paper sull'Accountability nelle organizzazioni non profit: il caso CADAI* presentato in occasione dell'VIII colloquio sull'impresa sociale download su <http://irisnetwork.it/wp-content/uploads/2015/02/colloquio14-mari-poledrini.pdf> (consultato il 6/6/2015).

- Marshall T.H. (1950) (tr. it a cura di Maranini P.), *Cittadinanza e classe sociale*, Torino, Unione Tipografico-editrice 1976.
- Mazzoli L. (2001), *L'impronta del sociale. La comunicazione fra teorie e tecnologie*, Milano, FrancoAngeli.
- Mattarella S. (2015), *Telegramma del Presidente della Repubblica indirizzato al Presidente dell'Acri*, <http://www.volontariatoggi.info/mattarella-dalla-tutela-del-risparmio-alletica/> (consultato il 23/9/2015)
- McCombs M. E., Shaw D. L. (1972), *The agenda-setting function of mass media* in *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 36, No. 2, 1972, pp.176-187 download su http://www.unc.edu/~fbaum/teaching/PLSC541_Fall06/McCombs%20and%20Shaw%20POQ%201972.pdf (consultato il 1/9/2015).
- McGoey, Linsey (2012), *The Philanthropic State: Beggar Billionaires in the Philanthrocapitalist Turn*, consultabile su <http://ssrn.com/abstract=2179879> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2179879> (consultato il 9/9/2015).
- McLuhan M. (1997), *Gli strumenti del comunicare*, Milano, Il Saggiatore.
- Merloni F. (2012), *Istituzioni di diritto amministrativo*, Torino, Giappichelli.
- Mezzana D. (2013), *I danni del turismo culturale in Africa*, in GlobalVoices <https://it.globalvoicesonline.org/2013/03/i-danni-del-turismo-culturale-in-africa/> (consultato il 13/08/2015).
- Michellini L. (2003), *Strategie di corporate giving e cause related marketing in Italia: tra benessere sociale e fini di business*, in Congresso internazionale *Le tendenze del marketing*, 28-29 Novembre 2003 <http://docplayer.it/1048549-Strategie-di-corporate-giving-e-cause-related-marketing-in-italia-tra-benessere-sociale-e-fini-di-business.html> (consultato il 3/9/2015).
- Moltmann J. (1990), *Diritti umani, diritti dell'umanità e diritti della natura*, in "Concilium", 26, 1990, 2, pp. 153-154 cit. in F. Viola, "Diritti umani. Universalismo, globalizzazione multiculturalismo", 2007.
- Morris C.V. (1959), *Lineamenti di una teoria dei segni*, Torino, Einaudi.
- Moscovici S. (2005), *Le rappresentazioni sociali*, Bologna, Il Mulino.
- Moro R. (s.d.), *Globalizzazione, cooperazione internazionale e migrazioni* in migrazioni: evento globale da interpretare su <http://www.socpol.unimi.it/docenti/moro/documenti/File/didattica/2010/Moro%202010%20-%20Globalizzazione%20internazionale%20e%20migrazioni.pdf> (consultato il 24/7/2015).
- Musarò P. (s.d.), *La solidarietà allo specchio. Prefazione a Lo spettatore ironico. La solidarietà nell'epoca del post-umanitarismo*, su academia.edu,

https://www.academia.edu/10655810/La_solidariet%C3%A0_allo_specchio._Prefazione_a_Lo_spettatore_ironico._La_solidariet%C3%A0_nell_epoca_del_post-umanitarianismo (consultato il 16/9/2015).

Musarò P., Parmiggiani P. (a cura di) (2014), *Media e migrazioni. Etica, estetica e politica del discorso umanitario*, Milano, FrancoAngeli.

Niero M. (s.d.), *Alcune note sull'osservazione partecipante*, in Paradigmi e metodi di ricerca sociale, Coop. Nuovo Progetto, 190-195 <http://vettorato.unisal.it/Animazione/OsservazionePartecipante.pdf> (consultato il 3/9/2015).

Ngalula Kabutakupua B. (2015), *La condivisione pornografica della morte*, in The Post internazionale, 3 settembre 2015, disponibile su <http://www.tpi.it/mondo/italia/foto-bambini-siriani-morti-spiaggia-commento> (consultato il 16/9/2015).

Papa Francesco, *Lettera enciclica Laudato si' sulla cura della casa comune*, http://speciali.espresso.repubblica.it/pdf/laudato_si.pdf (consultato il 7/9/2015).

Park R. E., McKenzie R. D., Burgess E. (1925), *The City: Suggestions for the Study of Human Nature in the Urban Environment*, University of Chicago Press, Chicago ed. italiana 1979.

Piazzini G. (1999), *Il principe di Casador*, Urbino, Quattro venti.

Pizzorno A., Piselli F. (2001), *Il capitale sociale: istruzioni per l'uso*, Bologna, Il Mulino.

Pozzato M. P. (2011), *Semiotica del testo: metodi, autori, esempi*, Roma, Carocci.

Rago S., Villani R., Aicono Ricerca (2014), *Glossario dell'economia sociale*, E-R Sociale, disponibile su <http://sociale.regione.emilia-romagna.it/documentazione/pubblicazioni/prodotti-editoriali/glossario-dell2019economia-sociale> (consultato il 7/10/2015).

Rampini F. (1/8/2006), *Filantropia: se il capitalismo è compassionevole*, su La Repubblica <http://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/2006/08/01/filantropia-se-il-capitalismo-compassionevole.html> (consultato il 9/9/2015).

Redazione AbruzzoNews24 (26/8/2015), *L'Aquila. Perdonanza 2015*, riconoscimento al Tg2 Rai, su <http://www.abruzzoNews24.com/27984/laquila-perdonanza-2015-riconoscimento-al-tg2-rai/> (consultato il 28/8/2015).

Redazione Vita (20/6/2014), *Unhcr: Superati i 50 milioni di profughi nel mondo, è record*; <http://www.vita.it/it/article/2014/06/20/unhcr-superati-i-50-milioni-di-profughi-nel-mondo-e-record/127296/> (consultato il 12/8/2015).

Remotti F. (2010), *L'ossessione identitaria*, Roma, Bari, Laterza.

Rieff D. (2003), *Un giaciglio per la notte: il paradosso umanitario*, Roma, Carocci.

Rifkin J. (2010), *La civiltà dell'empatia: la corsa verso la coscienza globale nel mondo in crisi*, Milano, Mondadori.

- Rifkin J. (2012), *La terza rivoluzione industriale: come il "potere laterale" sta trasformando l'energia, l'economia e il mondo*, Milano, Mondadori.
- Ritzer G. (1993), *The McDonaldization of Society*, Thousand Oaks, Pine Forge Press.
- Ritzer G. (2007), *The globalization of Nothing 2*, Thousand Oaks, Pine Forge Press.
- Rodotà S. (2012), *Il diritto di avere diritti*, Roma, editori Laterza.
- Robertson R. (1999), , *Globalizzazione: teoria sociale e cultura globale*, (traduzione di De Leonibus A.), Trieste, Asterios Editore.
- Sartori G. (1997), *Homo videns: televisione e post-pensiero*, Roma, Laterza.
- Santagata W. (2009) *Libro bianco sulla creatività. Per un modello italiano di sviluppo*, Milano, Università Bocconi, download al sito http://www.beniculturali.it/mibac/export/UfficioStudi/sito-UfficioStudi/Contenuti/Pubblicazioni/Volumi/Volumi-pubblicati/visualizza_asset.html_1410871104.html (consultato il 29/8/2015).
- Schudson M. (1989), *How culture works: Perspectives from media studies on the efficacy of symbols*, in *Theory and Society*, vol. 18, No 2 (Mar., 1989), pp. 153-180, download dal sito http://www-personal.umich.edu/~lundyj/New%20College%20Class/Readings/Michael%20Schudson_How%20Culture%20Works.pdf, (consultato il 1/3/2015).
- Sennett R. (2005), *L'uomo flessibile*, Milano, Feltrinelli.
- Semprini A. (1996), *La marca: dal prodotto al mercato, dal mercato alla società*, Milano, Lupetti.
- Sernini M. (1996), *Terre sconfinare. Città, limiti, localismo*, Milano, FrancoAngeli.
- Simmel G., (1984), *Filosofia del denaro*, Torino, UTET.
- Simmel G. (1995) (a cura di Paolo Jedlowski), *Le metropoli e la vita dello spirito*, Roma, Armando Editore.
- Swidler A., *Culture in Action: Symbols and Strategies*, in *American Sociological Review*, Vol. 51, No. 2. (Apr., 1986), pp. 273-286, download dal sito <http://www.csub.edu/~rdugan2/SOC%20477%20Culture%20readings/culture%20and%20action%20tool%20kit%20swidler.pdf> (consultato il 10/3/2015).
- Tagliabue M. (s.d.), *Finalmente la nuova legge sulla cooperazione allo sviluppo e le Ong*, su <http://www.nonprofitonline.it/docs/dottrinarapporti/733.pdf> (consultato il 16/8/2015).
- Thompson J. B. (1998), *Mezzi di comunicazione e modernità: una teoria sociale dei media*, Bologna, Il Mulino.
- Touraine, A. (1971), *The Post-Industrial Society. Tomorrow's Social History: Classes, Conflicts and Culture in the Programmed Society*, New York, Random House.
- Toscano M. A. (a cura di) (2006), *Introduzione alla sociologia*, 13° edizione, Milano, FrancoAngeli.

Unione europea (2010) *Trattati consolidati: carta dei diritti fondamentali*, Ufficio delle pubblicazioni dell'Unione europea, disponibile su http://europa.eu/pol/pdf/consolidated-treaties_it.pdf (consultato il 16/8/2015).

Valli B. (2003), *La comunicazione dell'immateriale: dall'OSL alle politiche del Brand*, Napoli, Liguori.

Vaux T. (2002), *L'altruista egoista: analisi critica degli interventi umanitari in situazioni di guerra e carestia*, Torino, EGA.

Viola F. (2007), *Diritti umani. Universalismo, globalizzazione multiculturalismo* in AA.VV., *Nuova geografia dei diritti umani* (Atti Convegno, Palermo 29 aprile 2005), Cesvop, Palermo, pp.13-26.

Viola F. (2002), *Il ruolo pubblico della religione nella società multiculturale*, in *Multiculturalismo e identità* (a cura di Vigna C., Zamagni S.) Milano, V&P università, 2002, pp. 107-138.

Volabo (2008), *Fund raising. Saper chiedere e saper dare*,
http://www.volabo.it/webware/userfiles/file/VOLABO_Fund_Raising_Saper_Chiedere_e_Saper_Dare.pdf (consultato il 30/8/2015).

Wallerstein H. (1974), *The Modern World-System, vol. I: Capitalist Agriculture and the Origins of the European World-Economy in the Sixteenth Century*. New York/London: Academic Press (tr. it. *Il Sistema mondiale dell'economia moderna, La'gricoltura capitalistica e le origini dell'economia mondo europea nel XVI*, Bologna, il Mulino, 1978).

Wallerstein H. (1979): *The Capitalist World-Economy*. Cambridge University Press.

Wallerstein H. (1989): *The Modern World-System, vol. III: The Second Great Expansion of the Capitalist World-Economy, 1730-1840's*. San Diego: Academic Press.

Watzlawick P., Beavin J.H., Jackson D.D. (1971), *Pragmatica della comunicazione umana*, (trad. it. di Ferretti M.) Roma, Astrolabio.

Winkin Y. (1996), *Anthropologie de la communication. De la théorie au terrain*, Paris-Bruxelles, De Boeck.

Wittmann M. (2015), *Il tempo siamo noi*, Roma, Carocci.

Zamagni S. (s.d.), *Dalla filantropia d'impresa all'imprenditorialità sociale*,
<http://www.aiccon.it/file/convdoc/FILANTROPIA.e.IMPRESA.SOCIALE.pdf> (consultato l'8/9/2015).

Zamagni S. (2007), *L'economia del bene comune*, Roma, Citta Nuova.

Zamagni S. (2012), *Slegare il Terzo settore*,
<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:pGUgvGUHHvkJ:www.fratellipedrini.com/wp-content/uploads/2012/02/slegare-il-terzo-settore.doc+&cd=1&hl=it&ct=clnk&gl=it> (consultato il 21/9/2015).

Zamagni S. (2014), *Mercato*, Torino, Rosenberg & Sellier.

Zimmerman M. A. (2000), *Empowerment Theory. Psychological, Organizational and Community Levels of Analysis*. In Rappaport J., Seidman E., *Handbook of Community Psychology*. New York: Kluwer Academic Plenum Publishers.

Sitografia di consultazione

Aforisticamente, aforismi, frasi e scritte brevi del XXI secolo, *Aforisma di Lena Kellogg Sadler* accessibile su <http://aforisticamente.com/2014/10/29/frasi-citazioni-aforismi-fiducia/> (consultato il 30/9/2015).

Etimoitaliano: il significato originale delle parole nella lingua italiana, voce “sviluppo”, <http://www.etimoitaliano.it/2015/01/sviluppo.html> (consultato il 9/9/2015).

Wikipedia, *Alto commissariato delle Nazioni Unite per i rifugiati*, https://it.wikipedia.org/wiki/Alto_commissariato_delle_Nazioni_Unite_per_i_rifugiati (consultato il 16/8/2015).

Wikipedia, *Biopolitica*, <https://it.wikipedia.org/wiki/Biopolitica> (consultato il 13/9/2015)

Wikipedia, *Effetto farfalla*, https://it.wikipedia.org/wiki/Effetto_farfalla (consultato il 10/10/2015).

Wikipedia, *Fondo delle Nazioni Unite*, https://it.wikipedia.org/wiki/Fondo_delle_Nazioni_Unite_per_l%27infanzia (consultato il 16/8/2015).

Wikipedia, *Liberalismo*, <https://it.wikipedia.org/wiki/Liberalismo> (consultato il 15/9/2015).

Wikipedia, *Liberismo*, <https://it.wikipedia.org/wiki/Liberismo> (consultato il 15/9/2015).

Wikipedia, *Organizzazione delle Nazioni Unite*, https://it.wikipedia.org/wiki/Organizzazione_delle_Nazioni_Unite (consultato il 3/8/2015).

Wikipedia, *Ufficio ONU per gli affari umanitari*, https://it.wikipedia.org/wiki/Ufficio_delle_Nazioni_Unite_per_gli_affari_umanitari (consultato il 5/8/2015).

Farnesina, *Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico*, http://www.esteri.it/mae/it/politica_estera/organizzazioni_internazionali/ocse.html (consultato il 5/8/2015).

Youtube, *Discorso di Mujica al G20 in Brasile*, <https://www.youtube.com/watch?v=3SxkMKTn7aQ>
<http://www.venceremos.it/2012/12/29/il-miglior-discorso-del-mondo-di-jose-mujica-presidente-delluruguay/> (consultato il 15/9/2015).

Fonti documentarie di @uxilia Onlus

Di Battista I. M. et al. (2014), *Analisi di scenario di @uxilia Onlus*, <https://prezi.com/4biirfcqibzb/analisi-uxilia-onlus/> (consultato il 7/10/2015).

Fanni Canelles M. et al, *Volti e voci dal mondo*, download dal sito di @uxilia <http://www.uxilia.fvg.it/PDF/Volti%20e%20Voci%20dal%20mondo.pdf> (consultato 3/10/2015)

Perché la scelta del nome @uxilia, <http://www.auxiliaitalia.it/it/chi-siamo/perche-uxilia.html> (consultato il 12/10/2015).

Nino Fezza, *Blog personale una storia non esiste se non viene raccontata*, su <http://ninofezzacinereporter.blogspot.it/> (consultato il 16/9/2015).

Progetto di microcredito in Sri Lanka di @uxilia, <http://www.auxiliachildren.org/index.php/it/microcredito> (consultato il 28/9/2015).

Progetto socio-sanitario di sostegno a Sofia, <http://www.auxiliaitalia.it/it/progetti-alt/267-sostegno-a-sofia.html> (consultato il 28/9/2015).

Progetto relativo ai convogli umanitari per la Siria, <http://www.auxiliachildren.org/index.php/it/raccolta-materiale-convogli-umanitari> (consultato il 30/9/2015).

Progetto di realizzazione e gestione centri di primo soccorso nella regione di Idlib, Aleppo e Hazzano, <http://www.auxiliachildren.org/index.php/it/intervento-sanitario> (consultato il 30/9/2015).

Ricostruzione del braccio ad una ex ragazza soldato, <http://www.uxilia.fvg.it/PRATHEEPA.htm> (consultato il 17/9/2015).

Scopi statuari di @uxilia Onlus pp. 4-5 dello Statuto dell'associazione in <http://www.auxiliaitalia.it/images/Pdf/Statuto%2014%20autenticato%20pdf.pdf> (consultato il 21/9/2015).

Spettacoli di @uxilia Onlus, <http://www.auxiliaitalia.it/it/spettacoli.html> (consultato il 5/10/2015).

Sviluppo attività di microimprenditoria femminile di @uxilia Onlus, disponibile su <http://www.regione.fvg.it/rafv/export/sites/default/RAFVG/fondi-europei-fvg-internazionale/cooperazione-internazionale-sviluppo/FOGLIA121/allegati/Auxilia.pdf> (consultato il 9/8/2015).

Sito web di *Maram Foundation*, partner di @uxilia Onlus per i progetti in Siria, <http://maramfoundation.org/> (consultato il 3/10/2015).