

**UNIVERSITA' DEGLI STUDI DELLA CALABRIA**

**Facoltà di Lettere e Filosofia**

**Corso di Laurea in DAMS**

**La comunicazione sociale su Internet**

**La situazione nella provincia di Cosenza**

**Relatore**

**Ch.mo Prof. Mario Caligiuri**

**Candidata**

**Paola Montanini**

**Anno Accademico 2005 - 2006**

# LA COMUNICAZIONE SOCIALE SU INTERNET

## LA SITUAZIONE NELLA PROVINCIA DI COSENZA

INTRODUZIONE pag. 4

### **Capitolo 1 - La comunicazione sociale su Internet**

- 1.1 Comunicazione pubblica e comunicazione sociale:
  - contenuti e finalità pag. 10
- 1.2 Il ruolo sociale di Internet pag. 22
- 1.3 Studio sui siti sociali: grafica, usabilità, contenuti,
  - comunicazione interattiva e giudizio globale pag. 26
- 1.4 Conservazione e fruibilità delle campagne di
  - comunicazione sociale pag. 34
- 1.5 Primo rapporto sulla comunicazione sociale in Italia pag. 40

### **Capitolo 2 - La Comunicazione sociale nella provincia di Cosenza**

- 2.1 Le associazioni presenti sul territorio pag. 46
- 2.2 Studio sui siti web locali pag. 55
- 2.3 Caratteristiche comuni: punti di forza e di debolezza pag. 80
- 2.4 I siti web di riferimento pag. 84

## **Capitolo 3 - Ipotesi di database**

3.1 Le strutture dei database pag. 89

3.2 Pianificazione di un database per la raccolta  
di informazioni sulle associazioni di volontariato  
che operano nella provincia di Cosenza pag. 93

CONCLUSIONI pag. 97

APPENDICE pag. 104

INDICE DI FIGURE E TABELLE pag. 134

BIBLIOGRAFIA pag. 137

SITOGRAFIA pag. 140

## INTRODUZIONE

La comunicazione pubblica assume un ruolo sempre più importante nel rapporto tra istituzioni e cittadini: soprattutto negli ultimi anni, essa sta cercando di rivoluzionare la storia della pubblica amministrazione nel nostro Paese. I tre ambiti della comunicazione pubblica, istituzionale, politica e sociale, coinvolgono in maniera diretta o indiretta sia i soggetti pubblici sia quelli privati e si realizzano solo dove avviene un'autentica interazione tra emittenti e riceventi.

La comunicazione pubblica, dunque, è strettamente collegata all'uso delle nuove tecnologie, ed è tesa a costruire flussi bidirezionali capaci di modificare il modo di “vivere le istituzioni” di ogni singolo cittadino. Questo lavoro di tesi si soffermerà ad analizzare più nello specifico proprio il rapporto tra la comunicazione sociale e le più moderne tecnologie.

Sarebbe riduttivo e ingenuo pensare che i media siano diventati così importanti solo in forza delle innovazioni tecnologiche<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Per un quadro complessivo dello sviluppo dei media in rapporto alla modernità si rimanda a J. B. THOMPSON, *Mezzi di comunicazione e modernità. Una teoria sociale dei media*, Il Mulino, Bologna 1999.

Ben più profondo e critico è il rapporto che esiste tra la modernità, intesa come categoria interpretativa del nostro tempo, e i mezzi della comunicazione sociale che costituiscono l'elemento caratteristico. Il passaggio dalla dimensione sociale del comunicare alla strategia tipica della comunicazione di massa segnala una profonda modificazione antropologica con enormi conseguenze sul piano culturale, civile e politico. Pericolosa conseguenza dei percorsi culturali della modernità può essere una verità che appare relativa e che viene definita, talvolta, in base al consenso<sup>2</sup>. All'Istituto di Pubblicità Progresso, che ha dato avvio allo sviluppo della pubblicità sociale in Italia nel 1971 (un anno che ci appare più lontano di quanto in realtà sia, proprio per la fulminea rapidità con cui si è trasformato il mondo), si sono affiancati nel tempo il settore pubblico e le organizzazioni non profit. Molti sono stati i temi trattati in questi anni, soprattutto a favore delle diversità che esistono tra le "categorie di persone", e si tratta di temi che vanno

---

<sup>2</sup> "Non ogni opinione, per il fatto di essere divulgatissima, costituisce pubblica opinione, per la quale si richiede un numero significativo di adesioni. Possono infatti circolare nello stesso tempo, e nella stessa area sociale, dei pareri contrastanti, anche se ognuno di essi è appoggiato da molti aderenti. Il parere poi della maggioranza non è necessariamente il migliore o il più vicino alla verità. D'altra parte l'opinione pubblica è continuamente fluida e l'uomo non deve fare subito suo il modo di sentire, che ispira la mentalità e il comportamento comune; anzi ci possono essere dei validi motivi per opporvisi", Pontificia Commissione per le comunicazioni sociali, Istruzione pastorale *Communio et progressio*, 1971, prg. 31.

dai problemi legati alla salute alle questioni culturali ed economiche.

La pubblicità sociale va inserita all'interno del più ampio contesto del marketing sociale: è l'approccio di quest'ultimo che risulta fondamentale nella costruzione di campagne per modificare idee e comportamenti. È possibile che, in un mondo attraversato da profonde contraddizioni tra valori (religiosi, politici e civili), parole, immagini e messaggi siano sufficienti per invitarci a riflettere ed eventualmente mettere in discussione i nostri punti di vista? Si tratta davvero di una forma comunicativa che aiuta a ristabilire e ribadire elementi importanti, o che si vorrebbero tali, della società in cui viviamo? O svolge piuttosto funzioni di natura diversa? Il tema della comunicazione sociale di domande ne solleva molte. Proposito di questo lavoro è evidenziare tali domande, esporle razionalmente e tentare di proporre alcune risposte.

Come in ogni lavoro di ricerca, questa analisi solleverà nuovi dubbi, nuovi interrogativi, che si cercherà di affrontare e per i quali si proporranno possibili soluzioni.

Il lavoro di tesi è diviso in tre capitoli. Il primo, riproponendo concetti ampiamente noti, si prefigge di illustrare la comunicazione sociale e gli ambiti di interesse, che possono essere pubblici o

privati. In particolare analizza l'uso di Internet a scopi sociali, sia a livello individuale sia collettivo: dalle forme più semplici, come lo scambio di posta elettronica, a quelle più articolate, come può essere la creazione di un database per la raccolta e la gestione di dati. Dietro all'informazione che circola su Internet ci sono sempre emittenti e riceventi: ogni scambio informativo, dunque, è una forma di interazione sociale. Si passa quindi ad esaminare la presenza sulla rete dei siti delle organizzazioni non profit, partendo da uno studio svolto all'Università di Udine da Francesco Pira<sup>3</sup>, docente di Comunicazione Sociale, che ha analizzato la grafica, l'usabilità, i contenuti e la comunicazione interattiva dei principali siti delle associazioni di volontariato italiane, mettendo in evidenza i punti di forza e le difficoltà che questo settore incontra sulla rete. Nel secondo capitolo ci si occupa nello specifico della comunicazione sociale nella provincia di Cosenza: la raccolta di informazioni sulle associazioni di volontariato che operano sul territorio è indispensabile per capire quante di esse hanno un proprio sito ed un indirizzo di posta elettronica, come se ne servono e chi gestisce questo servizio all'interno delle associazioni stesse.

---

<sup>3</sup> Docente del corso di Comunicazione Sociale; giornalista professionista è inoltre consigliere nazionale dell'Associazione della Comunicazione Pubblica ed Istituzionale e componente del Comitato Scientifico del portale [www.comunicatoripubblici.it](http://www.comunicatoripubblici.it).

Cercare di comprendere fino a che punto nelle associazioni di volontariato, l'utilizzo di Internet incide nello svolgimento delle loro attività interne e nei rapporti con il pubblico. Sull'esempio del monitoraggio dei siti non profit, svolto all'Università di Udine, si cercherà di applicare lo stesso metodo nell'analisi dei siti sociali locali, scelti a campione per ogni ambito.

Nel terzo capitolo si chiariscono il significato e l'utilità dei database per la catalogazione e la gestione dei dati. Dopo averne spiegato in breve i diversi modelli, e le loro funzioni, si vuole arrivare alla creazione di uno strumento, appunto un esempio di database, che serva allo scopo di mettere insieme le informazioni generali sulle associazioni coinvolte, ossia denominazione, ambito di appartenenza, numero di telefono e in particolar modo indirizzo e-mail e sito web, questi ultimi tuttora difficilmente presenti nei comuni indirizzari. Lo strumento privilegiato per la ricerca e la realizzazione della tesi, è stato sicuramente Internet, anche perché, facendo un lavoro che parla di uno dei tanti aspetti della rete, dove andare a trovare le informazioni se non nelle rete stessa?<sup>4</sup>

Lo scopo di questa tesi è quello di riuscire a conoscere in maniera più approfondita la comunicazione sociale nel nostro Paese, ma in

---

<sup>4</sup> I siti utilizzati per le ricerche sono stati raccolti nella sitografia.

particolare, questo tipo di realtà nel territorio cosentino, tramite il censimento delle ONLUS<sup>5</sup> che operano nei diversi ambiti: ambiente, cultura, diritti, educativo, soccorso, socio-assistenza e socio-sanitario, si cercherà di avere un quadro più chiaro della situazione.

Inoltre si è cercato di mettere in evidenza se esista o meno un rapporto di collaborazione tra le associazioni, se vi siano dei progetti comuni da realizzare e, soprattutto, se la rete venga utilizzata come strumento privilegiato di comunicazione.

A queste e ad altre domande proverò a dare delle risposte in questa ricerca, che è uno dei pochi lavori che affronta questo argomento in modo sistematico e che quindi valorizza il ruolo sociale di Internet all'interno del territorio dove vivo e dove l'Università della Calabria opera.

---

<sup>5</sup> Il d.lgs 4 dicembre 1997, n. 460 nell'articolo 10 definisce il termine ONLUS "*Organizzazioni non lucrative di utilità sociale*" e le categorie che ne fanno parte: "*le associazioni, o comitati, le fondazioni, le società cooperative e gli altri enti a carattere privato, con o senza personalità giuridica, i cui statuti prevedano espressamente lo svolgimento di attività di solidarietà sociale in una serie di settori, tra i quali l'assistenza sociale, sanitaria e socio-sanitaria; l'istruzione; la formazione; la valorizzazione del patrimonio artistico; la valorizzazione e la tutela della natura e dell'ambiente; la promozione della cultura e dell'arte*".

# **CAPITOLO 1**

## **LA COMUNICAZIONE SOCIALE SU INTERNET**

### ***1.1 Comunicazione pubblica e comunicazione sociale: contenuti e finalità.***

La *comunicazione pubblica* inizia ad avere una sua evidenza come ambito disciplinare a partire dagli anni '90, quando prende avvio in Italia una riflessione organica sulla necessità di riforma del sistema delle pubbliche amministrazioni. Si dibattono i temi della trasparenza dell'agire pubblico e di un nuovo rapporto con il cittadino, su basi relazionali, collaborative, partecipative e di servizio. Il cambiamento, lento e ancora in atto, punta all'amministrazione condivisa. Si tratta di una formula organizzativa fondata sulla collaborazione e sulla reciproca fiducia tra amministrazione e cittadini, considerati come soggetti attivi che, integrando le risorse di cui sono portatori con quelle dell'amministrazione, assumono una parte di responsabilità nel risolvere problemi di interesse generale. In questo modello il

cittadino viene proiettato al centro dell'azione amministrativa, ne diviene termine di riferimento, con i suoi bisogni ma anche con la sua capacità di proposta e partecipazione. Dunque *“emerge che quella pubblica rappresenta sicuramente la comunicazione necessaria di una democrazia, in cui i cittadini siano messi in condizione di:*

- *utilizzare i servizi e le opportunità offerti dallo Stato oltre che controllare le decisioni di chi detiene il potere;*
- *scegliere consapevolmente i programmi politici ed i candidati nelle competizioni elettorali;*
- *assumere i comportamenti più vantaggiosi per sé e per la società”<sup>6</sup>.*

La comunicazione pubblica unisce i processi di modernizzazione dello Stato e la soddisfazione del sistema di bisogni-diritti dei cittadini. In tale contesto è importante sottolineare che *“la comunicazione pubblica si lega fortemente al concetto di democrazia, dove i poteri devono essere comprensibili e controllabili”<sup>7</sup>.* Dunque, *“la comunicazione pubblica, deve necessariamente prendere in considerazione l’area dell’educazione*

---

<sup>6</sup> M. CALIGIURI, *Comunicazione pubblica, formazione e democrazia*, Rubbettino, Soveria Mannelli 2003, p. 81.

<sup>7</sup> Ibidem

*e della formazione, sia dei giovani che degli adulti, in quanto chi la produce e chi la riceve deve essere messo in condizione di comprenderla e di utilizzarla”<sup>8</sup>.*

Tre sono gli ambiti in cui si realizza la comunicazione pubblica: istituzionale, politico e sociale.

La **comunicazione istituzionale** è finalizzata ad esternare le attività e le funzioni, ad applicare norme, a regolare giuridicamente i rapporti fra i soggetti membri dell’ordinamento (comunicazione normativa o giuridico-formale); ad informare gli utenti sulle modalità di funzionamento degli uffici e sull’applicazione di norme (comunicazione di servizio); a far conoscere l’identità e l’orientamento operativo delle istituzioni pubbliche (comunicazione d’indagine). Questa modalità di comunicazione, la più utilizzata, dà attuazione ai principi di trasparenza, pubblicità, informazione dell’azione amministrativa sanciti dalla legge n.241 del 1990, e aumenta le conoscenze degli utenti, facendo diminuire i rischi di illegittimità e disservizi dovuti alla carenza di informazioni o anche solo alla sfiducia collettiva. Essendo estranea a fini diretti di commercializzazione di prodotti o servizi, la comunicazione istituzionale mira a fornire un’informazione che potremmo definire

---

<sup>8</sup> Idem, p.14..

neutra, priva di contenuti etici e pedagogici, limitata alla trasmissione di informazioni quali l'esistenza, le attività tipiche e il funzionamento di enti e strutture. La sua utilizzazione è consentita sia ai soggetti pubblici sia a quelli privati, lucrativi e non, anche se la normalità di riferimento è rivolta ai soli enti pubblici.

La *comunicazione politica* è uno degli strumenti di cui si avvalgono i soggetti politici e in particolare i partiti per assolvere la loro funzione tipica di raccolta dei consensi, necessaria per promuovere e realizzare un determinato programma politico.

Essa è incentrata su tematiche controverse di interesse generale sulle quali sussistono orientamenti e opinioni contrastanti. Elemento caratterizzante della comunicazione politica sembra essere la prospettiva, inevitabilmente "di parte", con la quale i messaggi sono proposti al pubblico, pur nei limiti della correttezza e della trasparenza che sempre devono ispirare i rapporti politici in un regime democratico<sup>9</sup>. Nulla esclude che questa tipologia di comunicazione possa avere ad oggetto anche temi di rilevanza sociale, suscettibili, tuttavia, di controversia e, in quanto tali, caratterizzanti programmi politici contrapposti, sicché la trattazione

---

<sup>9</sup> L'articolo 49 della Costituzione della Repubblica Italiana dice: "*Tutti i cittadini hanno diritto di associarsi liberamente per concorrere con metodo democratico a determinare la politica nazionale*".

dei medesimi in un modo piuttosto che in un altro porta alla loro identificazione con gruppi, partiti o schieramenti politici diversi, escludendo la possibilità di una trattazione univoca e, per così dire, universalmente condivisa.

La comunicazione politica è identificata con la comunicazione istituzionale, sia a livello di collettività che di classe dirigente, in quanto la politica ha occupato gli spazi lasciati liberi dal potere amministrativo anche nel campo della comunicazione pubblica, generando una sovrapposizione di funzioni<sup>10</sup>.

La **comunicazione sociale** (o promozionale) è diretta a promuovere la risoluzione dei problemi di interesse generale (tutela ambientale, salute, previdenza, istruzione, occupazione, sicurezza sociale, ordine pubblico ecc.). Può distinguersi in comunicazione di pubblica utilità e comunicazione sociale in senso proprio. Anche sui valori fondamentali della convivenza civile non è possibile presupporre che esista accordo o quantomeno uniformità di opzioni: di certo la parola *sociale* richiama, nell'accezione del senso comune, qualcosa che riguarda tutti, evoca la rassicurante presenza di un "noi", l'esistenza e la gestione di beni comuni, forse un richiamo alla solidarietà nei confronti dei segmenti più deboli della

---

<sup>10</sup> Fonte: [www.welfare.gov.it](http://www.welfare.gov.it)

collettività<sup>11</sup>. Potremmo dire che la scommessa della comunicazione sociale consiste, o dovrebbe consistere, nell'aiutare le persone a cui è rivolte a transitare dall'informazione all'esperienza.

Mario Morcellini,<sup>12</sup> presidente della Conferenza Nazionale dei Corsi di Laurea in Scienze della Comunicazione ci offre una definizione di comunicazione sociale: *“Motore del cambiamento. Questo potrebbe essere lo slogan per una comunicazione sociale in grado di produrre modificazioni nell'ordine sociale, là dove il pubblico e il privato si incontrano. Il rapporto tra cittadino/utente e società deve essere tematizzato dalla comunicazione sociale attraverso modalità inter-attive, per ridurre al minimo la distanza emittente/ricevente entro una circolarità dei messaggi, capace di dar voce ai diversi attori. Ridefinizione dei rapporti e dei sistemi sociali, difesa e promozione dei valori pubblici e collettivi, educazione e sensibilizzazione ai rapporti sociali, diritti e doveri della cittadinanza: sono questi gli ambiti di azione sui quali agire attraverso una comunicazione praticata e non subita.*

---

<sup>11</sup> Ibidem.

<sup>12</sup> Ha realizzato studi e ricerche sull'informazione televisiva e stampata, sui consumi culturali e audiovisivi e sul sistema dei media, occupandosi specificamente dell'analisi delle programmazioni televisive e delle risposte del pubblico. Ha poi concentrato l'interesse di ricerca sulla socializzazione dei minori e dei giovani e sul ruolo svolto in questo campo dal sistema dei media e delle nuove tecnologie comunicative, realizzando studi e incontri seminariali sul nesso comunicazione-formazione.

*Un ambito estremamente ampio ed eterogeneo, caratterizzato da una logica chiamata a provocare un effetto onda all'interno dei rapporti sociali e da cui si propagano orientamenti condivisi”<sup>13</sup>.*

Nella produzione normativa troviamo disseminati i principi della comunicazione pubblica, intesa come l'insieme delle attività di comunicazione e informazione rivolte ai cittadini che fanno capo ad un soggetto pubblico e che si avvalgono di strumenti diversi e di strutture dedicate come gli U.R.P.<sup>14</sup>.

Con la legge 150/2000, in particolare, si definiscono confini e finalità delle attività di comunicazione realizzate da un soggetto pubblico. Si sancisce la distinzione tra comunicazione pubblica e comunicazione istituzionale, escludendo in questo modo forme di comunicazione che abbiano come fine preminente la costruzione del consenso comune e la comunicazione politica<sup>15</sup>.

Lo scopo della comunicazione delle istituzioni è la costruzione di un rapporto di fiducia con i cittadini, volta a recuperare un dialogo

---

<sup>13</sup> M. Morcellini “*Definizione di comunicazione sociale*” consultabile sul sito: [www.usl.mo.it/pps/mkdown/com/soc.pdf](http://www.usl.mo.it/pps/mkdown/com/soc.pdf)

<sup>14</sup> E' l'Ufficio Relazioni con il Pubblico il quale mira a creare un sistema di relazioni tra amministrazione e pubblico, per garantire un'informazione trasparente ed esauriente, cercando di soddisfare le esigenze dei cittadini. Agevola l'utilizzazione dei servizi offerti ai cittadini, anche attraverso l'illustrazione delle attività della regione e del suo funzionamento, nonché delle normative e degli atti amministrativi d'interesse generale.

<sup>15</sup> La legge del 7 giugno 2000, n. 150, “*Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni*”, pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale n. 136 del 13 giugno 2000.

costruttivo, finalizzato all'accoglimento dei bisogni e a favorire una maggiore partecipazione alla gestione della cosa pubblica e quindi alla soddisfazione dei fini di interesse generale<sup>16</sup>.

E questo attraverso:

- l'informazione destinata ai mezzi di comunicazione di massa;
- la comunicazione esterna rivolta ai cittadini, alle collettività e ad altri enti;
- la comunicazione interna realizzata nell'ambito di ciascuna amministrazione.

Si tratta quindi di:

- illustrare e favorire la conoscenza delle disposizioni normative;
- illustrare le attività delle istituzioni e il loro funzionamento;
- favorire l'accesso ai servizi pubblici, promovendone la conoscenza;
- promuovere conoscenze allargate e approfondite su temi di rilevante interesse pubblico e sociale;
- favorire processi interni di semplificazione delle procedure e di modernizzazione degli apparati;

---

<sup>16</sup> Fonte: [www.comunicazioni.it](http://www.comunicazioni.it)

- promuovere l'immagine delle amministrazioni.

La legge quadro stabilisce l'importanza strategica della comunicazione pubblica, ne individua gli ambiti di applicazione e fissa regole per rendere omogenea la prestazione in tutte le amministrazioni.

Per quanto riguarda la comunicazione sociale, non esiste, a livello giuridico, una definizione: le sole conosciute sono state date dalle scienze sociologiche. Queste, partendo dall'osservazione di un fenomeno che si è consolidato in Italia solo nell'ultimo decennio dello scorso secolo, affermano che la comunicazione sociale è un mezzo per stimolare la coscienza civile ad operare per il bene comune, promuovendo idee e valori che contribuiscano ad un effettivo progresso della società. Dunque la comunicazione sociale si caratterizza per fornire un'informazione imparziale su tematiche di interesse collettivo, utilizzando tecniche e canali abitualmente usati nel mondo commerciale.

Al giurista, tuttavia, questo dato non basta per fondare un qualche postulato esauriente per una corretta definizione giuridica di che cosa è la comunicazione sociale. Invero, in mancanza di norme di diritto positivo, nelle quali rintracciare elementi definitivi certi, non resta che proporre e seguire un metodo di lavoro basato su parziali

e progressivi approcci allo scopo finale. Innanzitutto occorre delimitare il campo di ricerca, individuando in negativo ciò che sicuramente non è comunicazione sociale, indagando tra la vasta gamma di interessi pubblici generali, al fine di delimitare una categoria di interessi collettivi, che, con tutta probabilità, possano ritenersi costituire l'oggetto necessario della comunicazione sociale.

La pubblicità sociale si basa unicamente sulle campagne informative di massa per modificare atteggiamenti e comportamenti del pubblico, e risulta spesso poco efficace e inadeguata agli scopi che si propone di raggiungere.

La scarsa incisività dipenderebbe da una visione troppo ottimistica della possibilità di favorire l'assunzione di nuovi comportamenti da parte dei destinatari dei messaggi.

La comunicazione sociale si caratterizzerebbe invece per un approccio alla persuasione più generale e più ampio. Esso utilizza, in sostegno alla pubblicità di massa, altri metodi per inviare messaggi persuasivi al pubblico: ad esempio può fare ricorso all'ausilio di esperti che vengano a diretto contatto con i potenziali destinatari dei messaggi, oppure può far ricorso a manifestazione e

a incontri che sollecitino l'attenzione del pubblico sul tema oggetto della campagna pubblicitaria<sup>17</sup>.

Il concetto di “comunicazione sociale” è spesso preferito a quello di pubblicità sociale non solamente per la gamma più ampia di strumenti e di interventi che sembra includere, ma, soprattutto, per la valenza fortemente positiva - cioè di messaggio utile alla comunità - che esso comunemente evoca.

La comunicazione sociale assume che esistano posizioni “relativamente controverse” in merito ai valori fondanti della società civile: tuttavia si potrebbe sostenere che esista un accordo di massima sui valori di base della convivenza. Questo elemento apparentemente neutrale è in realtà fortemente ambivalente.

Se penso che debba o possa esserci un accordo -seppure relativo- tra tutti, quando questo manca posso ritenere che i dissenzienti non siano parte del “tutto” a cui mi riferisco. Possono così determinarsi e stabilizzarsi fratture profonde dietro a modalità che avrebbero lo scopo contrario di ribadire la coesione. *“Ma la comunicazione sociale è anche quella forma comunicativa che si propone di alimentare il bacino dei beni pubblici, cioè di quei beni la cui*

---

<sup>17</sup> E' il caso ad esempio di operatori sanitari per i problemi legati alla salute, alla prevenzione di malattie, alla lotta contro il fumo, all'acquisizione di sane abitudini alimentari ecc.

*produzione e fruizione aumenta la socialità, la comunicazione e la partecipazione sociale, gli scambi intorno a interessi e valori collettivi che in una parola creano ciò che ho già chiamato la sfera pubblica*<sup>18</sup>”. Si potrebbe dire che, in questa seconda accezione, il tentativo è quello di accrescere le risorse di “*capitale sociale*”, cioè il potenziale di interazione cooperativa che l’organizzazione sociale mette a disposizione delle persone<sup>19</sup>.

**La comunicazione sociale, dunque, quanto a contenuti, si distingue tanto dalla comunicazione politica, quanto da quella istituzionale: la distinzione emerge anche sotto l’ulteriore profilo delle finalità.**

La comunicazione sociale assume sia una valenza *super partes* che la distingue da quella politica, sia un valore aggiunto rispetto alla semplice informazione strumentale, all’interazione Stato-cittadini, propria della comunicazione istituzionale. Questo *valore aggiunto* è l’intento, intrinseco in ogni campagna che abbia ad oggetto abitudini, comportamenti umani o modi di vita, di modificare determinati atteggiamenti degli individui e dei gruppi sociali in direzione di benefici per il singolo (si pensi, ad esempio, alle

---

<sup>18</sup> O. DE LEONARDIS, *In un diverso welfare. Sogni e incubi*, Feltrinelli, 1998, p. 75.

<sup>19</sup> A. BAGNASCO, *Società fuori squadra. Come cambia l’organizzazione sociale*, Il Mulino, Bologna 2003, p. 24.

campagne di prevenzione e di salvaguardia della salute, o di prevenzione dei rischi della strada, ecc.) e per la società (in termini di riduzione dei costi sociali delle malattie, degli infortuni, ecc.).<sup>20</sup>

La comunicazione sociale, dunque, è una forma di comunicazione pubblica (cioè di pubblico interesse), non lucrativa che, tuttavia, si discosta da quelle specificatamente disciplinate dalla legge.

Quanto ai soggetti, niente esclude che le campagne sociali, per la trasversalità dei loro contenuti, possano essere organizzate, promosse e gestite tanto da enti pubblici, quanto da privati.

## ***1.2 Il ruolo sociale di Internet.***

La diffusione di Internet ha cambiato profondamente le modalità di informazione e di comunicazione nel mondo, ed è imprescindibile, naturalmente, il ruolo della rete nella comunicazione sociale.

Dietro all'informazione che circola su Internet ci sono delle persone: ogni scambio informativo è una forma di interazione sociale e la rete è dunque luogo di innumerevoli interazioni sociali che avvengono in di diverse modalità. Tra queste la **posta elettronica**, dove la velocità di trasferimento dell'informazione, la

---

<sup>20</sup> Idem, p.26

semplicità della preparazione e dell'invio del messaggio, fanno sì che spesso l'intera operazione avvenga, come si dice, "on-line", quindi senza la più tranquilla e a volte laboriosa preparazione che accompagna in genere la stesura di una lettera. La posta elettronica è una sorta di ibrido fra la telefonata e la lettera tradizionale: il messaggio elettronico recupera la dimensione del testo scritto, anche se spesso realizzato in modo immediato, e sollecita una risposta altrettanto veloce.

Anche i **siti World Wide Web**, le familiari pagine colorate che uniscono testo, grafica, brevi animazioni e magari suoni e filmati, rappresentano naturalmente uno strumento di interazione sociale. Basti pensare che spesso attorno a un sito si raccolgono vere e proprie comunità di utenti e che, in molti casi gli stessi strumenti di interazione diretta, quali chat o forum sfruttano ormai come interfaccia una normale pagina Web.

I **newsgroup**<sup>21</sup> sono immense bacheche elettroniche, ciascuna (ne esistono migliaia) dedicata ad uno specifico argomento. Chiunque, da ogni punto della rete, può accedervi per leggere i messaggi

---

<sup>21</sup> Un newsgroup è uno degli spazi virtuali creato su una rete di server interconnessi (Usenet) per discutere di un argomento (topic) ben determinato. In italiano a volte viene utilizzato il termine gruppo di discussione, lo Zingarelli 2000, vocabolario della lingua italiana, dodicesima edizione, Ed. Zanichelli.

lasciati dagli altri e per inserirne a sua volta. Palestre di discussione pubblica e generalmente non moderata, i newsgroup si rivelano spesso, in forme diverse, istruttivi, provocanti, offensivi o stimolanti.

Nel caso delle **chat**,<sup>22</sup> i partecipanti sono invece collegati contemporaneamente a uno o più “ripetitori” che rendono possibile un’interazione in tempo reale: quanto viene digitato sulla tastiera da un utente compare sul video degli altri, che possono a loro volta “parlare” con altrettanta immediatezza. Si tratta di una comunicazione che avviene fra interlocutori reali ma, gli aspetti fisici della normale interazione sociale vengono meno<sup>23</sup>. I partecipanti possono così assumere il ruolo che preferiscono, il nome che preferiscono, difendere posizioni che non accetterebbero nella vita reale. Infine, strumenti più recenti e in particolare i programmi per la **telefonia** e la **videotelefonia via Internet**, prefigurano la possibilità di utilizzare la rete come veicolo per far viaggiare, in tempo reale e a prezzo assai più basso di quello

---

<sup>22</sup> Sistema di posta elettronica che permette a più utenti di scambiarsi messaggi scritti in tempo reale. Per chat s’intende anche il sito nel quale è possibile effettuare tali comunicazioni, lo Zingarelli 2000, cit. Ed. Zanichelli.

<sup>23</sup> Considerazioni interessanti sul rapporto fra reale e virtuale sono svolte da Furio Colombo in un’intervista alla trasmissione *MediaMente* di RAI Educational; il testo è disponibile in rete all’indirizzo: [www.mediamente.rai.it/home/bibliote/intervis/c/colomb02.htm](http://www.mediamente.rai.it/home/bibliote/intervis/c/colomb02.htm).

tradizionale, un tipo di comunicazione ancor più diretta<sup>24</sup>. L'interazione sociale che si realizza attraverso Internet è costituita da ogni informazione immessa in rete, ogni file reso disponibile alla comunità degli utenti: si tratta di interazioni sociali aperte, rivolte cioè non a un gruppo precostituito di utenti ma a un pubblico potenzialmente vastissimo ed eterogeneo, le cui caratteristiche specifiche prendono forma man mano che l'iniziativa si sviluppa. La metafora del “**villaggio globale**”<sup>25</sup>, spesso applicata a Internet, si dimostra sempre più adeguata con il passare degli anni visto che le funzionalità della rete aumentano anche se, ancora oggi, i suoi abitanti costituiscono una ben precisa élite culturale ed economica.

---

<sup>24</sup> Dal 1999, del resto, Omnitel e Tim offrono anche in Italia la possibilità di telefonare in America, a tariffe assai scontate, utilizzando in realtà Internet anziché la normale rete telefonica come veicolo di trasmissione dati: per farlo, basta un normale cellulare. La qualità sonora è minore ma la spesa è molto bassa.

<sup>25</sup> Si potrebbe anzi parlare, a mio avviso, di insiemi interconnessi di più villaggi globali. Il coniatore del termine fu Marshall McLuhan (1911-1980). I nuovi media sono i protagonisti dell'ultima tappa dell'evoluzione umana, e la loro interdipendenza trasforma la nostra società in un “villaggio globale”. Il merito che hanno le nuove tecnologie, secondo McLuhan, è proprio quello di mettere a nudo la capacità dei media di manipolare e controllare l'informazione, di rivelare, secondo uno slogan divenuto celebre ma che rappresenta per certi versi una semplificazione eccessiva del suo pensiero, che “il medium è il messaggio”.

### ***1.3 Studio sui siti sociali: grafica, usabilità, contenuti, comunicazione interattiva e giudizio globale.***

Nell'Università degli Studi di Udine un gruppo di studenti del Corso di Laurea in Relazioni Pubbliche, coordinati dal Prof. Francesco Pira, ha effettuato un sondaggio sui siti non profit su Internet. Il primo monitoraggio è avvenuto nel 2003 con lo studio e la valutazione di 23 siti, ed il secondo nel 2005; sembra proprio che “il non profit sul web ... avanti adagio”<sup>26</sup>.

La prima lacuna che riguarda l'adattamento dei siti ai criteri europei di accessibilità non è stata ancora colmata, nonostante i giudizi negativi degli anni scorsi. Il dato è ancora sconcertante, solo 6 siti su 23 sono accessibili, soprattutto in relazione alle tematiche trattate da questo genere di siti. È da precisare che i siti non profit non devono essere accessibili per legge come quelli della pubblica amministrazione. Altra nota negativa è il fatto che molti siti non sono predisposti alla traduzione in lingua inglese, elemento fondamentale dato che l'ambito di riferimento è pur sempre quello europeo.

---

<sup>26</sup> Titolo del comunicato stampa di Francesco Pira tenutosi a Gorizia il 24 giugno 2005.

Rispetto al monitoraggio del 2003, non si evidenziano, nella maggior parte dei casi, cambiamenti di rilievo né sul piano grafico, né su quello contenutistico<sup>27</sup>.

La ricerca, ha spiegato il Prof. Pira evidenzia che:

*“Dopo numerose ore di navigazione in diversi momenti, è emerso che i miglioramenti più significativi sono stati realizzati da quelle associazioni e organizzazioni che hanno una dimensione più internazionale e una capacità di investimento maggiore. Alle associazioni più piccole o con minori capacità dal punto di vista finanziario suggeriamo di valutare soluzioni diverse rispetto alla realizzazione del proprio sito web. Creare una rete sul web tra più associazioni potrebbe consentire di realizzare un servizio migliore, maggiori sinergie oltre che un’ottimizzazione dei costi”.*

Il professor Pira ha concluso dicendo: *“Invitiamo tutti i responsabili dei siti a focalizzare le proprie attenzioni sull’accessibilità e sull’usabilità, ritenendoli criteri molto importanti per due motivi fondamentali: in primo luogo una visione europea, e in secondo luogo il carattere degli argomenti trattati che*

---

<sup>27</sup> Vi sono invece alcuni siti che hanno registrato dei significativi miglioramenti: Croce Rossa Italiana in particolare ha colmato gran parte delle lacune riscontrate nel 2003, migliorando soprattutto l’interattività e l’usabilità.

*è il sociale e quindi contenuti con una forte controversia su valori che però sono universalmente condivisi”<sup>28</sup>.*

Dei siti scelti, riguardanti la **pubblica assistenza** (CARITAS AMBROSIANA, ANPAS, ANTNET), il **volontariato** (VILLAGGIO VOLINT, FIVOL), i **diritti umani** (AMNESTY INTERNATIONAL, NESSUNO TOCCHICAINO, EMERGENCY), la **tutela dei minori** (AQUILONE BLU, TELEFONO AZZURRO, UNICEF) e quella dell'**ambiente** (FAREVERDE, GREENPEACE, LEGAMBIENTE), l'**economia sociale** (ALTROMERCATO, BANCA ETICA, CROCE ROSSA ITALIANA), la **donazione del sangue** (AVIS, FIDAS, FRATRES), e la **protezione animali** (WWF, ENPA, LEGA ANTIVIVISEZIONE), sono stati analizzati la **grafica**, l'**usabilità**, i **contenuti** e la **comunicazione interattiva**. Infine è stato dato un **giudizio globale** su tutte le funzioni del sito<sup>29</sup>. Ritengo che gli studi effettuati da Pira siano stati molto dettagliati ed il criterio utilizzato possa servire da esempio per sottolineare gli aspetti più importanti nello studio di qualsiasi pagina web.

---

<sup>28</sup> F. Pira, Comunicato stampa, cit. *“Il non profit sul web...avanti adagio”*.

<sup>29</sup> In allegato la sintesi completa del monitoraggio dei siti non profit 2005.

Ho scelto come esempio di studio uno dei siti sulla tutela dei minori, quello dell'UNICEF<sup>30</sup>, per mostrare in concreto il metodo utilizzato in questa ricerca.



**FIGURA 1.3.1**

Home page del sito UNICEF Italia analizzata nella ricerca di Francesco Pira nel 2005. I criteri di giudizio sono stati espressi graficamente in questo modo: @= scarso; @@= insufficiente; @@@=sufficiente; @@@@= buono; @@@@@= ottimo. Lo stesso lavoro è stato effettuato per tutti gli altri siti non profit.

<sup>30</sup> L'Unicef (The United Nations Children's Fund) è un' Organizzazione Internazionale che si occupa dei diritti dei bambini, l'indirizzo del sito italiano è: [www.unicef.it](http://www.unicef.it).

### **Grafica: @@@**

L'aspetto grafico del sito Unicef italiano, è stato parzialmente modificato con una ulteriore semplificazione che rende più immediata la navigazione<sup>31</sup>.

Sono aumentati i banner con testi e foto in movimento, che catturano l'attenzione su aspetti quali la raccolta di fondi per le vittime dello tsunami in Asia e gli acquisti on line.

La home page a sfondo bianco è suddivisa in tre colonne, dove sono riportate le sezioni in cui si articola il sito senza che sia presente un unico menù. Le pagine interne presentano delle differenze da un punto di vista grafico sia nell'utilizzo dei colori, che nell'organizzazione testuale delle pagine: ciò potrebbe creare difficoltà di comprensione nei navigatori meno esperti.

Il logo dell'Unicef si trova in alto a destra su una striscia blu in cui è riportata la frase: »Per ogni bambino Salute, Scuola, Uguaglianza, Protezione«. Si tratta di parole che rappresentano alcune delle campagne promosse dall'Unicef che costituiscono le 5 priorità per il 2005 come specificato nel menù orizzontale in basso, in realtà poco visibile.

---

<sup>31</sup> I cambiamenti del sito in tutti i suoi aspetti vengono messi a confronto con il primo monitoraggio avvenuto nel 2003.

### ***Usabilità: @@1/2***

La fruibilità non è molto cambiata rispetto al 2003: rimangono infatti le difficoltà dovute all'organizzazione grafica del testo, così come risulta ancora assente l'accessibilità per i disabili.

Non è stato creato un motore di ricerca interno al sito, né una mappa del sito stesso e questo, unito alla grande ricchezza contenutistica, potrebbe creare qualche difficoltà nella ricerca di informazioni specifiche. Non è più così evidente, come nel 2003, il collegamento con il sito internazionale dell'Unicef. Alcune pagine sono disponibili in lingua inglese.

### ***Contenuti: @@@1/2***

I contenuti offerti dal sito dell'Unicef in sostanza non sono cambiati, risulta invece modificata la disposizione che tali contenuti hanno nel sito e quindi, conseguentemente la priorità che l'organizzazione conferisce loro all'interno dei numerosi contenuti che l'Unicef si propone di divulgare attraverso il sito internet.

I collegamenti alle 5 priorità dell'infanzia sono posti in fondo, il centro della home page è occupato dalle sezioni Unicef, che spiega cos'è l'associazione e di cosa si occupa; **“Pubblicazioni”**, che permette di consultare alcuni articoli ed abbonarsi alla rivista

mensile, **“Il mondo domani”**;<sup>32</sup> **“Sala stampa”** con l’archivio dei comunicati; **“Speciali”**, che apre pagine molto ricche sulle emergenze a cui l’Unicef vuole dare un maggiore peso; più in basso **“Educazione allo sviluppo”**, un programma didattico messo a disposizione delle scuole e **“Ultime notizie”**. Al centro si trovano sempre le modalità attraverso cui si può offrire il proprio aiuto oltre ad altre notizie in primo piano in scorrimento. Sono diversi i contributi scaricabili.

### ***Comunicazione interattiva: @@@***

Anche se il forum e la newsletter non sono stati realizzati, passi in avanti nell’interattività sono stati compiuti grazie al portale di e-commerce per acquistare on line i prodotti della Collezione primavera 2005 come viene definita e, soprattutto, alla possibilità di ottenere informazioni per aderire alle petizioni o all’iniziativa **“Adotta un progetto”**.

### ***Giudizio globale: @@@***

Il sito non presenta molte differenze rispetto al 2003, anche se i cambiamenti compiuti vanno nella direzione di un miglioramento

---

<sup>32</sup> La rivista *“Il mondodomani”* nasce nel 1974 come mensile per l’educazione allo sviluppo del Comitato Italiano per l’UNICEF. L’obiettivo principale della rivista è quello di offrire uno strumento informativo sulle tematiche inerenti i problemi dei paesi in via di sviluppo in cui l’UNICEF interviene, con particolare riferimento alla condizione dei bambini.

di tutti gli aspetti esaminati. L'usabilità, l'accessibilità e l'interattività sono gli aspetti che potrebbero maggiormente avere giovamento da un'implementazione finalizzata a far sentire il navigatore del sito attivo e "d'aiuto" per gli scopi di Unicef.

Anno	Grafica	Usabilità	Contenuti	Comunicaz. interattiva	Giudizio globale
2003	@ @ 1/2	@ @	@ @ @ 1/2	@ @	@ @ 1/2
2005	@ @ @	@ @ 1/2	@ @ @ 1/2	@ @ @	@ @ @

**TABELLA 1.3.2**

Grafico riassuntivo delle caratteristiche del sito UNICEF Italia nel 2003 e nel 2005: si possono evidenziare leggeri miglioramenti non solo per questo sito ma anche per tutti gli altri analizzati.



**FIGURA 1.3.3**

Copertina della rivista "Il mondo domani", mensile per l'educazione allo sviluppo del Comitato Italiano UNICEF.

#### ***1.4 Conservazione e fruibilità delle campagne di comunicazione sociale in Italia.***

Abbiamo accennato, nel primo paragrafo, alle campagne di comunicazione e alla pubblicità sociale, e ci sembra necessario tornare a parlarne per evidenziare uno degli aspetti tuttora meno risolti della comunicazione sociale nel nostro Paese: quello legato ai problemi della conservazione dei materiali relativi a tali campagne e della documentazione delle azioni ad esse correlate, vale a dire dell'organizzazione della memoria.

La possibilità di consultare e confrontare le diverse esperienze costituirebbe, specialmente per gli “addetti ai lavori”, una grande opportunità di entrare in contatto con tesi, posizioni e modi diversi di affrontare temi e problemi e dunque di acquisire le conoscenze utili allo sviluppo di una vera e propria cultura della comunicazione sociale.

Nel Primo Rapporto sulla comunicazione sociale in Italia<sup>33</sup> è stata condotta un'indagine con l'obiettivo di delineare un quadro più realistico possibile, dello “stato dell'arte” cioè conoscere quali e quanti sono gli enti pubblici, le associazioni e le organizzazioni

---

<sup>33</sup> Infra paragrafo 1.5 R. CUCCO - R. PAGANI - M. PASQUALI (a cura di), *Primo Rapporto sulla comunicazione sociale in Italia*, Rai Eri 2005, p. 257.

che raccolgono e mettono a disposizione del pubblico, materiali relativi a campagne di comunicazione sociale.

Nell'elenco dei soggetti censiti vi sono:

1. **Enti Pubblici:** Governi, Ministeri, Regioni, Province, Comuni.
2. **Enti Pubblici non territoriali:** INAIL (Istituto Nazionale infortuni sul lavoro), ISTAT (Istituto Nazionale di Statistica), Segretariato Sociale Rai, SIAE (Società Italiana Autori ed Editori) ecc.
3. **Enti Privati (Organizzazioni non profit)** come: AIRC (Ass.ne Italiana per la Ricerca sul Cancro, CRI (Croce Rossa Italiana), Fondazione Banco Alimentare, Legambiente, Pubblicità Progresso, Telefono Azzurro, WWF Italia e tanti altri.
4. **Imprese:** Autogrill, BNL (Banca Nazionale del Lavoro), ENI (Ente Nazionale Idrocarburi), FIAT S.p.a, ecc.
5. **Centri di documentazione:** Ass.ne C.D.H. (Centro Documentazione Handicap), ASL 1 Torino, Consultorio Giovani AUSL Forlì, ecc.

6. **Osservatori:** sulla Comunicazione Sanitaria - Università di Pisa, sulla Comunicazione Sociale - Università di Bologna, ecc.
7. **Organizzazioni Internazionali (ONU):** ACNUR (Alto Commissariato Nazioni Unite Rifugiati), FAO (Food and Agriculture Organization of United Nations), UNICEF Italia (The United Nations Children's Fund).
8. **Vaticano:** CEI (Conferenza Episcopale Italiana).

L'analisi dei dati attesta che il 76% dei soggetti contattati (120 su 158) conserva i materiali delle campagne. Il rimanente 24% è costituito da soggetti che non conservano, hanno effettuato una sola campagna oppure non hanno collaborato. Tra coloro che conservano, la maggior parte (55,7%) si dedica esclusivamente ai materiali relativi alle proprie iniziative; il 20,3%, invece, raccoglie e conserva campagne realizzate anche da altri enti. Per quanto riguarda la categoria Organizzazioni non profit, quasi la totalità (47 su 51) raccoglie le proprie campagne e circa anche quelle di altri enti, sebbene in modo non sistematico<sup>34</sup>.

---

<sup>34</sup> Idem, p. 262

Infine è interessante rilevare che fra i 21 centri di documentazione e osservatori contattati sono 7 quelli che non effettuano alcun tipo di conservazione di campagne di comunicazione sociale.

Dai dati riportati è possibile rilevare che la conservazione e l'archiviazione dei materiali sono piuttosto diffuse mentre risulta ancora scarso l'utilizzo di specifiche tecniche di catalogazione.

***Governo e Ministeri*** - L'archiviazione risulta il metodo più utilizzato per la conservazione dei materiali relativi alle campagne di comunicazione sociale realizzate, ma nessuno degli intervistati ha dichiarato di catalogarli per renderli disponibili non solo agli studiosi ma anche ad un pubblico più vasto.

***Regioni e Comuni*** - La maggior parte conserva le proprie campagne, ma non è facile stabilire con quale metodo ciò avvenga. Sono, infatti, ancora numerosi gli enti che non si avvalgono di una struttura di comunicazione centrale ma delegano le relative competenze ai singoli Assessorati. Solo un Comune ed una Regione procedono ad una vera e propria catalogazione<sup>35</sup>.

---

<sup>35</sup> Il Comune di Bari, oltre ad essere molto attivo nel campo dell'ideazione e realizzazione di campagne di comunicazione sociale, le rende disponibili al pubblico attraverso un apposito servizio e anche scaricabili dal proprio sito web. La Regione Piemonte, leader nazionale, per numero e qualità di campagne e attività di comunicazione sociale realizzate, è all'avanguardia anche nel sistema di raccolta della documentazione. I materiali, infatti, sono catalogati e conservati in un archivio dedicato, sul sito web e su cd rom.

*Organizzazioni non profit* - Circa la metà delle ONP archivia i materiali di campagne (proprie e di altri), quasi un terzo li conserva soltanto. Anche per questi soggetti, il metodo della catalogazione è poco diffuso.

*Centri di Documentazione e Osservatori* - I risultati dell'indagine non evidenziano la prevalenza di un sistema di raccolta specifico.

La regola che sembra prevalere è conservare i materiali in un unico luogo, anche se non sempre si tratta di un apposito archivio. A livello aggregato è piuttosto diffuso il ricorso al sito Internet per gestire l'accesso ai materiali di campagna, specialmente fra le Organizzazioni non profit. Frequenti, soprattutto in ambito pubblico, sono i casi in cui la documentazione è dislocata presso uffici diversi. Regione Piemonte, Regione Emilia Romagna, Admo, Eni, hanno trasferito anche su cd rom la maggior parte delle campagne realizzate.

La maggioranza assoluta dei soggetti che conservano i materiali di campagna, li mette a disposizione su richiesta.

Sono pochi quelli che offrono un servizio regolarmente aperto al pubblico. Fra questi, la categoria "Centri di Documentazione e

Osservatori” è la più attiva, in coerenza con le funzioni istituzionali, si sta infatti sempre più dotando di appositi uffici.

Dei 120 soggetti che conservano materiale di campagna, solo 18 non consentono al pubblico la consultazione dei materiali.

Le Organizzazioni non profit sono per lo più disponibili anche a fornire il materiale relativo alle campagne; lo stesso non si può dire dei soggetti pubblici, soprattutto Governo e Ministeri.

In ultimo si rileva una tendenza positiva: la maggior parte delle categorie prese in esame dall’indagine, si sta attrezzando per rendere disponibili le campagne realizzate sui propri siti web.

#### **TABELLA 1.4.1**

**Le campagne conservate dai soggetti censiti possono essere: solo proprie, proprie e di altri, solo di altri.**

<b>SOGGETTI CONTATTATI</b>	<b>NUMERO</b>	<b>CONSERVANO CAMPAGNE</b>	<b>NON CONSERVANO CAMPAGNE</b>
<b>Governo e Ministeri</b>	<b>29</b>	<b>12</b>	<b>13</b>
<b>Regioni</b>	<b>21 (20 + Asl Milano)</b>	<b>17</b>	<b>---</b>
<b>Province Autonome</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>Comuni</b>	<b>19</b>	<b>15</b>	<b>2</b>
<b>Enti Pubblici non Territoriali</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>1</b>
<b>Organizzazioni Non Profit</b>	<b>51</b>	<b>47</b>	<b>3</b>
<b>Imprese</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>---</b>
<b>Osservatori e Centri di Documentazione</b>	<b>20 (14 CdD + 6 Osservatori)</b>	<b>14 (12 CdD + 2 Osservatorii)</b>	<b>7 (3 CdD + 4 Osservatori)</b>
<b>Organizzazioni internazionali</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>---</b>
<b>Vaticano</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>---</b>
<b>TOTALE</b>	<b>158</b>	<b>120</b>	<b>27</b>

**TABELLA 1.4.2**

Dai risultati ottenuti è possibile rilevare che la conservazione dei materiali sono piuttosto diffuse.

<b>Conservano</b>	<b>120</b>	<b>76%</b>
<b>Non conservano</b>	<b>27</b>	<b>17%</b>
<b>Non rispondono</b>	<b>11</b>	<b>7%</b>
<b>TOTALE</b>	<b>158</b>	<b>100%</b>

Tra coloro che conservano le campagne, il 55,7% si dedica esclusivamente ai materiali relativi alle proprie iniziative; il 20,3% invece, raccoglie e conserva campagne realizzate anche da altri enti.<sup>36</sup>

### ***1.5 Primo Rapporto sulla comunicazione sociale in Italia***

Nel 2002 si è costituito a Torino l'OCCS - Osservatorio Campagne di Comunicazione Sociale - il cui obiettivo è quello di approfondire il settore della cultura e della comunicazione sociale, di grande importanza nella società moderna, specialmente per quanto riguarda i più delicati gli interessi collettivi che coinvolgono strettamente, seppure in modi diversi l'Università, la Rai, la Regione Piemonte,

---

<sup>36</sup> Ricerca sulla conservazione delle campagne di comunicazione sociale effettuata dall'O.C.C.S. (Osservatorio di Campagne di Comunicazione Sociale) nel 2004 , disponibile sul sito [www.occs.it](http://www.occs.it)

la Fondazione CRT<sup>37</sup> e il Ministero delle politiche sociali. È certamente un impegno ricco di stimoli dare fondatezza alla comunicazione sociale, per comprenderne i reali vantaggi e svilupparne i criteri di qualità.

La realizzazione del Primo Rapporto sulla Comunicazione Sociale in Italia, è forse la prima occasione pubblica per avviare un dibattito generale sul tema: il testo offre un insieme di analisi e ricerche che si collocano nel panorama di studi esistenti e si propone come strumento di conoscenza e di approfondimento della materia.

Il lavoro è articolato in diverse aree tematiche. È suddiviso in dieci capitoli che contengono saggi dedicati a contenuti, forma e riferimenti giuridici della comunicazione sociale in Italia e ricerche riguardanti dati di mercato relativi alla produzione, diffusione e verifica delle campagne di comunicazione sociale. È completato da contributi mirati di studiosi, esperti e professionisti di settore.

Ha come obiettivi generali:

---

<sup>37</sup> La Fondazione CRT nasce nel 1991 dalla privatizzazione della Cassa di Risparmio di Torino; oggi è un ente privato non profit che interviene nei settori chiave per lo sviluppo del Piemonte e della Valle d'Aosta. Una presenza attenta alle esigenze della società, in dialogo costruttivo con le istituzioni locali per contribuire allo sviluppo economico in un contesto sempre più europeo.

- Fornire un quadro sistematico dei dati esistenti relativi al settore;
- Suggestire elementi e spunti di riflessione sugli sviluppi futuri della comunicazione sociale nel nostro Paese e in ambito europeo;
- Offrire un contributo all'analisi del controverso problema della valutazione dei risultati.

Il Rapporto si rivolge in particolare ai soggetti che, fra i propri compiti istituzionali o *mission* d'impresa, hanno ideare, realizzare, pianificare e valutare campagne di comunicazione sociale, vale a dire Pubblica Amministrazione, Agenzie di pubblicità, Società di comunicazione.

È indirizzato inoltre a tutti coloro che, a diverso titolo, sono coinvolti nello studio, nella produzione e nell'uso della comunicazione sociale, come i mezzi di comunicazione, le imprese, le organizzazioni non profit, il mondo della ricerca e dell'Università.

Questo lavoro non ha la presunzione di offrire un quadro esaustivo di tutti gli aspetti legati al vasto ambito della comunicazione sociale, vuole invece essere l'inizio di un percorso di studio e

riflessione sulla materia. La premessa del documento è stata curata da Marcello Pera<sup>38</sup>, il quale afferma:

*“Gli studi raccolti in questo Primo Rapporto sulla Comunicazione sociale in Italia rappresentano un utile contributo alla riflessione su un tema che sta al confine tra le scienze della comunicazione e le politiche sociali. Un ambito di studi ricco di interesse perché si pone al bivio tra la vita, gli ideali e gli interessi di milioni di uomini e donne e gli interessi collettivi o di pubblica utilità.*

*La comunicazione sociale, nel senso più ampio del termine, può essere uno straordinario strumento di conoscenza e consapevolezza (base di ogni cambiamento reale) a servizio dello Stato e delle organizzazioni senza scopo di lucro che non a caso hanno sviluppato negli ultimi anni una attenzione particolare nei confronti degli strumenti offerti da questo genere di comunicazione.*

*Quando si parla di comunicazione sociale vengono subito alla mente campagne ormai famose come quelle sulla sicurezza stradale, quelle contro la pirateria informatica o audiovisiva, le molte campagne antifumo o quelle che raccomandano controlli medici o in genere di condurre una vita più sana. Si tratta di strumenti che si sono rivelati efficaci per cercare di modificare*

---

<sup>38</sup> Marcello Pera nel 2005 ricopriva l'incarico di Presidente del Senato della Repubblica.

*atteggiamenti ritenuti dannosi per il singolo o per la comunità...  
Ma la comunicazione sociale non è solo questo. Esiste un versante forse meno paternalistico per creare un dialogo con i cittadini.  
I privati, le associazioni, persino le chiese se ne sono accorte e utilizzano questa risorsa in moda da sollecitare azioni positive e convogliare le energie di una comunità verso obiettivi di crescita e di solidarietà. Non dico che vi riescano solo i privati. Molta della vera attività di servizio pubblico della Rai è servita a questo scopo. Non esiterei, ad esempio, a definire comunicazione sociale una trasmissione come “Non è mai troppo tardi” dell’indimenticabile Alberto Manzi...<sup>39</sup> L’idea di fondo è quella di utilizzare i sempre più sofisticati strumenti della comunicazione pubblicitaria professionale non per scopi commerciali ma per diffondere prodotti preziosi ma immateriali: la civiltà, il rispetto, la solidarietà, e magari anche un po’ di buona educazione. È un’idea che ha funzionato e che promette sviluppi futuri importanti se ben utilizzata. Valgono per questo settore gli stessi principi che sovrintendono alla comunicazione in generale: pluralismo delle*

---

<sup>39</sup> Nato a Roma nel 1924, Alberto Manzi divenne famoso come conduttore del programma televisivo *Non è mai troppo tardi*, realizzato dalla RAI fra il 1960 e il 1968 per la lotta all’analfabetismo, dimostrando uno stile didattico e comunicativo di rara efficacia. La sua collaborazione con la RAI proseguì con programmi radiofonici e televisivi sempre orientati su tematiche che riguardavano la scuola e l’educazione. Insignito di premi e riconoscimenti internazionali, Alberto Manzi è una delle personalità più originali della pedagogia italiana contemporanea. Morì a Pitigliano il 4 dicembre 1997.

*fonti, accesso agli strumenti di comunicazione, trasparenza nei messaggi e negli interessi rappresentati... per evitare i danni di un certo relativismo postmoderno, così come quelli dell'oscurantismo antiscientifico. La riflessione pubblica, a più voci, sulle opportunità e sui pericoli che la società moderna offre e produce per i cittadini e per le istituzioni è l'antidoto migliore contro questi pericoli e il miglior viatico per quelle opportunità''<sup>40</sup>.*

---

<sup>40</sup> R. CUCCO - R. PAGANI - M. PASQUALI (a cura di), *Primo Rapporto sulla comunicazione sociale in Italia*, cit. p.9.

## CAPITOLO 2

### LA COMUNICAZIONE SOCIALE NELLA PROVINCIA DI COSENZA

#### ***2.1 Le associazioni presenti sul territorio***

Durante il lavoro di ricerca per la stesura della tesi, mi sono resa conto della mancanza di “un’agenzia web” che raccogliesse informazioni su tutte le associazioni di promozione sociale e volontariato che operano nella provincia di Cosenza.

Generalmente questa funzione è svolta dal **Centro Servizi per il Volontariato** che ha diverse sedi in tutte le regioni italiane.

*“Lo scopo dei Centri è quello di garantire alle Organizzazioni di Volontariato un’informazione completa e puntuale su tematiche di sicuro interesse e promuovere la visibilità e la diffusione delle iniziative delle associazioni verso la comunità. Mantenere una rete costante con gli altri soggetti operanti sul territorio Enti locali, Istituzioni pubbliche e privati, Enti del Terzo Settore, Fondazioni, Scuole, Sindacati, Imprese, Media e cittadinanza in generale”<sup>41</sup>.*

---

<sup>41</sup> Sito nazionale del Centro Servizi per il Volontariato, [www.vssp.it](http://www.vssp.it)

Il Sud dimostra una grande vivacità nell'aggregarsi nelle varie forme di volontariato per rispondere ai bisogni del territorio, ma occorre anche che queste siano supportate attraverso maggiori risorse economiche, attraverso il lavoro in rete e attraverso la collaborazione sul territorio di tutti i soggetti coinvolti<sup>42</sup>.

*“Il volontariato del Sud dovrà divenire sempre più espressione di solidarietà e sussidiarietà orizzontale, soggetto costitutivo delle istituzioni e della responsabilità sociale. Così svolgerà un compito fondamentale di promozione della cultura della legalità e della solidarietà: un messaggio sempre più importante oggi come ieri nel nostro sud che ha le energie per conquistare dignità”<sup>43</sup>.*

La sede di Cosenza, presente da quasi due anni, ha iniziato un lavoro di censimento delle associazioni ed ha inserito nel suo sito un database che dovrebbe offrire informazioni su queste, ma il tutto è in fase di allestimento e comunque non prevede la diffusione di indirizzi, quali siti e posta, in quanto non richiesti nel modello di database delle associazioni iscritte al centro<sup>44</sup>.

---

<sup>42</sup> E' da evidenziare un grande divario tra le entrate medie annue: per le associazioni nel nord e nel centro ammontano rispettivamente a 67.000 e 97.000 euro; nel sud a 44.000 euro.

<sup>43</sup> Affermazione di Marco Granelli, Presidente del Coordinamento Nazionale dei Centri di Servizio per il Volontariato.

<sup>44</sup> Maggiori informazioni si possono trovare sul sito del Centro Servizi per il Volontariato di Cosenza: [www.csvcosenza.it](http://www.csvcosenza.it)

L'elenco delle associazioni che sono riuscita a reperire per la maggior parte disponibile nel sito web della Provincia<sup>45</sup> offre solo: il nome dell'associazione, l'indirizzo e l'ambito di appartenenza (soccorso, socio-assistenza, cultura, ambiente ecc.); non sono presenti i numeri di telefono per non parlare degli indirizzi dei siti web e quelli di posta elettronica<sup>46</sup>.

Questo denota come l'utilizzo di Internet sia ancora poco valorizzato soprattutto nelle pubbliche amministrazioni, le quali dovrebbero per prime adoperarsi per offrire questo tipo di servizio, visto che parlo di associazioni che sono iscritte all'albo regionale per la Provincia di Cosenza. Da qui è iniziato il mio lavoro di ricerca per avere un elenco aggiornato con numeri telefonici e soprattutto con siti web ed indirizzi di posta elettronica.

Ho pensato subito di rivolgermi al Centro Servizi per il Volontariato ma, dopo aver atteso circa un mese, non mi è stata data nessuna indicazione utile a fini della ricerca. A poco è valsa anche la domanda che ho inoltrato presso gli uffici dell'U.R.P.<sup>47</sup>

---

<sup>45</sup> Sito della Provincia di Cosenza: [www.provincia.cs.it](http://www.provincia.cs.it)

<sup>46</sup> L'elenco completo delle associazioni si trova in appendice

<sup>47</sup> E' l'Ufficio Relazioni con il Pubblico il quale mira a creare un sistema di relazioni tra amministrazione e pubblico, per garantire un'informazione trasparente ed esauriente, cercando di soddisfare le esigenze dei cittadini. Agevola l'utilizzazione dei servizi offerti ai cittadini, anche attraverso l'illustrazione delle attività della regione e del suo funzionamento, nonché delle normative e degli atti amministrativi d'interesse generale.

del Comune di Cosenza: mi è stata fornita una lista di associazioni disordinata ed incompleta con solo 3 indirizzi di posta elettronica.

La ricerca è poi continuata in maniera del tutto individuale tramite conoscenze personali e con l'aiuto di strumenti quali elenchi telefonici, pagine gialle e naturalmente di Internet. Dallo studio fatto su 140 associazioni consentine è emerso che molte non ha un proprio sito ma fanno riferimento a quello della Provincia o della Regione; alcune anche al sito del Comune di appartenenza.

In molti casi il sito esiste ma è di difficile reperimento o ci si collega mediante un link presente nel sito ufficiale, quando si tratta naturalmente di associazioni che operano a livello nazionale con sezioni dislocate nelle varie regioni. Il maggior numero di onlus presenti nella provincia appartengono all'ambito **socio-assistenza** come "*La Spiga*" e "*San Pancrazio*"; poi c'è l'ambito **socio-sanitario** al quale appartengono associazioni come "*A.I.S.M.*" (Associazione Italiana Sclerosi Multipla) e "*A.I.M.A.*" (Associazione Italiana Malattia di Alzheimer), che operano a livello nazionale ed hanno una sezione operativa a Cosenza. L'ambito **soccorso** "si classifica" al terzo posto con diverse "*Confraternite di Misericordia*" dislocate in varie zone della

---

provincia (Cassano Ionio, Castrovillari, Longobucco, Mandatoriccio, Oriolo, Cosenza ecc.).

Le **associazioni culturali** riconosciute sono solo otto e tra queste: il centro “*Pier Giogo Trassati*” con sede a Paola e quello “*Vittorio Bachelet*” che si trova a Cosenza. Sette presenze invece per le associazioni che si preoccupano dell’**ambiente** come “*Gli amici della terra di Lorica*” e la “*Riviera dei cedri*” circolo Legambiente di Diamante. Il centro contro la violenza alle donne “Roberta Lanzino” ed il “Comitato difesa consumatori” si muovono nell’ambito dei **diritti**. “Go’el” è il nome dell’unica associazione riconosciuta nell’ambito educativo e si trova a Fuscaldo.

#### **TABELLA 2.1.1**

Il grafico riassuntivo delle associazioni di volontariato della provincia di Cosenza, mette in evidenza come l’utilizzo di Internet sia ancora trascurato e poco diffuso. Nella tabella risultano associazioni senza sito ed e-mail, anche quelle che non sono riuscite a contattare telefonicamente e non hanno un sito immediato riscontrato tramite un motore di ricerca.

<b>Tipologia associazione</b>	<b>Numero di presenze</b>	<b>Telefono</b>	<b>Indirizzo</b>	<b>Sito Web</b>	<b>E-mail</b>
Ambiente	7	7	7	3	2
Cultura	8	5	8	3	4
Diritti	4	4	4	2	2
Educativo	1	1	1	1	1
Soccorso	24	24	24	9	10
Socio assistenza	61	52	61	22	22
Socio sanitario	35	31	35	13	13

Ho continuato lo studio prendendo in esame venti associazioni che hanno il sito web e/o un indirizzo e-mail, sottoponendo tre semplici domande, sempre via cavo, ai presidenti o agli addetti alla segreteria. Le domande sono state le seguenti:

1. Qual è l'utilizzo che fate di Internet all'interno dell'associazione?
2. Chi si occupa di aggiornare il sito e di rispondere alle e-mail?
3. Utilizzate la posta elettronica per comunicare con le altre associazioni e/o altri enti pubblici e privati?

Per ognuna ho evidenziato e riassunto in generale le risposte che mi sono state fornite.

***1. Qual è l'utilizzo che fate di Internet all'interno dell'associazione?***

Nella maggior parte dei casi, 16 associazioni su 20, Internet viene utilizzato principalmente per dare un servizio a chi non possiede un collegamento in casa, poi per comunicare tramite le e-mail con altri enti ed associazioni e soprattutto per pubblicizzare un evento quale ad esempio una raccolta fondi. Pratico e veloce è utilizzato per

comunicare tramite le mailing list comunicati stampa alle radio, televisioni e testate locali. Qualcuno mi ha anche risposto che il collegamento ad Internet era compreso nel canone mensile di abbonamento e che effettivamente non viene utilizzato. Evidentemente per molte associazioni funziona allo stesso modo visto che non hanno un proprio sito ed un proprio indirizzo e-mail.

## ***2. Chi si occupa di aggiornare il sito e di rispondere alle e-mail?***

Solo 3 associazioni su 20 aggiornano il proprio sito in maniera autonoma, le altre si servono di un tecnico che spesso fa parte dello staff dei volontari. La periodicità con la quale si aggiorna il sito cambia a seconda delle associazioni e dell'interattività presente nelle pagine. Se un'associazione pubblica sul sito gli articoli di un periodico, ad esempio di un settimanale, è normale che ogni settimana verrà aggiornato da nuovi contenuti.

Questo discorso in realtà vale solo in teoria perché sono veramente pochi i siti locali aggiornati con una periodicità regolare e costante. Rispondono alle e-mail quasi sempre i segretari o direttamente i presidenti, che ancora però faticano a controllare quotidianamente la casella di posta infatti, spesso, la risposta non è così celere come

dovrebbe, quindi, non si sfruttano le grandi risorse che questi servizi mettono a disposizione.

Solo in due casi, delle associazioni contattate, sono semplici volontari che si preoccupano di spedire e di rispondere alle e-mail, tenendosi naturalmente costantemente aggiornati su tutte le attività della sezione operativa locale, visto che si tratta di due onlus che operano a livello nazionale.

***3. Utilizzate la posta elettronica per comunicare con le altre associazioni e/o altri enti pubblici e privati?***

Le associazioni che operano a livello nazionale ed hanno sezioni presenti nelle varie regioni, tra queste anche associazioni che operano nella nostra provincia, comunicano spesso tramite Internet con le Sedi Nazionali che, dovendo gestire il lavoro di tutte le sezioni, “pretendono” l’utilizzo di questi strumenti per cercare di ottimizzare i tempi. Lo stesso discorso non vale per le associazioni che nascono ed operano esclusivamente nella provincia: solo in casi sporadici, quando la richiesta avviene da parte del ricevente sia esso pubblico o privato, ci si sforza di adempiere a tale richiesta.

Da questa indagine emerge che le associazioni presenti sul territorio cosentino, che hanno un proprio sito web ed un indirizzo di posta elettronica, non utilizzano sistematicamente la rete come mezzo di comunicazione. Lo statuto di molte onlus prevede la presenza nella sede operativa di punti Internet disponibili gratuitamente, in alcuni casi per i soli soci, in altri per le persone portatrici di handicap, in altri ancora per chiunque ne faccia richiesta. Resta ancora il telefono lo strumento più usato da tutte le persone intervistate che lavorano stabilmente nelle associazioni locali le quali, non aprono quotidianamente la casella di posta e non aggiornano il sito se non in occasioni particolari come manifestazioni per raccolte di fondi, anniversari delle sedi, ecc.

Esiste però una differenza, tra le associazioni che operano solo ed esclusivamente a livello locale, e quelle che lo fanno a livello nazionale ed hanno una sezione staccata nella nostra provincia.

La comunicazione via internet è richiesta dalle Sedi Nazionali delle associazioni che, nella maggior parte dei casi, si trovano nella capitale o in altre importanti città italiane come Torino, Milano e Genova: questo denota, tra l'altro, la grande differenza che esiste nell'utilizzo di Internet tra le grandi città ed i piccoli centri.

## **2.2 Studio sui siti web locali**

Sull'esempio della ricerca condotta all'Università di Udine da Francesco Pira, sui principali siti delle associazioni non profit italiane, ho approfondito la mia ricerca sui siti delle associazioni consentine, analizzandoli con il criterio "piraniano"<sup>48</sup>.

I criteri di valutazione sono espressi con i simboli @ (chiocciola) che variano a seconda del giudizio: @=**scarso**; @@=**insufficiente**; @@@=**sufficiente**; @@@@=**buono**; @@@@@=**ottimo**.

Ho scelto un'associazione per ogni ambito collocate in varie zone della provincia. Per l'**ambiente** il sito "*Amici della Terra di Castrovillari*"; come associazione **culturale** il centro "*Vittorio Bachelet*" che ha sede a Cosenza. Il "*Centro contro la violenza alle donne Roberta Lanzino*" è stata la mia scelta per quanto riguarda le associazioni che si occupano di **diritti**.

La scelta è stata obbligatoria nell'ambito **educativo** in quanto l'associazione "*Go'el*" di Fuscaldo risulta l'unica iscritta all'albo regionale che si trova nella lista delle onlus che ho scaricato dal sito

---

<sup>48</sup> Analizza i siti web rispondendo alle voci: *Grafica, Usabilità, Contenuti, Comunicazione interattiva e Giudizio finale*.

della provincia di Cosenza. “*Aspa*” è stata la mia scelta per le associazione che si occupano di **soccorso** e si trova ad Acri.

Nell’ ambito della **socio-assistenza** ho trovato molto interessante il sito della comunità “*Regina Pacis*” che ha la sede legale a Cosenza ma opera in diverse strutture dislocate in varie zone della provincia.

Il sito del gruppo di “*Donatori di sangue Fratres*” di Cassano Ionio è stato analizzato per l’ambito **socio-sanitario**.

## Analisi del sito “Amici della Terra” di Castrovillari (AMBIENTE)



**FIGURA 2.2.1** Home page del sito Amici della Terra Club del Pollino

### Grafica @@@@

L'aspetto grafico del sito è semplice ed immediato. In alto a sinistra è presente il logo nazionale dell'associazione “Amici della Terra”,

mentre in alto a destra c'è il riferimento al sito internazionale “*Friends of the Earth International*”. Il sito presenta due menù: uno orizzontale e l'altro verticale sul lato sinistro. La parte destra della pagina è dedicata agli annunci ed ai contatti. Al centro della pagina c'è la foto dei soci della sezione di Castrovillari.

### **Usabilità @@@**

La navigazione del sito è, anche ad un primo approccio, facilmente intuibile. I due menu, a sinistra e in alto, ci permettono di entrare nelle pagine successive rimanendo sempre visualizzati, così da poter in ogni momento cambiare percorso e ricercare altre informazioni; forse per questo motivo non è stata creata una mappa.

### **Contenuti @@@@**

La prima parte del sito è dedicata ad illustrare l'associazione non solo a livello locale ma anche nazionale ed internazionale; non mancano i link che spiegano lo “*Statuto*” e la proposta di “*Tesseramento*” e quelli che illustrano il “*Territorio*” con proposte di “*Escursioni e campi naturalistici*”.

### **Comunicazione interattiva @@@@**

Nel sito è presente l'interazione su più fronti a partire dal “*Forum*” fino allo spazio dedicato alle “*Denunce*”, dai contatti con altre sezioni della stessa associazione, alle “*News*” che annunciano adozioni o smarrimenti di animali: ritengo che quest'ultimo sia un servizio utile ed indispensabile per chi opera in questo settore.

### **Giudizio globale @@@**

Nel complesso il sito è gradevole e ci permette di avere una buona panoramica sull'associazione Amici della Terra, su quali siano i suoi obiettivi e cosa offra ma, è normale che si può sempre migliorare. Tutto le pagine sono pervase dal colore verde e dalle sue sfumature rendendo omogenee e coerenti tutte le pagine del sito.

Un aspetto da considerare è la mancanza di una versione accessibile per i disabili e di una versione in inglese, auspicabili vista l'attività svolta dall'associazione che non opera solo a livello locale, ma anche nazionale e mondiale.

## Analisi del sito “Vittorio Bachelet” di Cosenza (CULTURA)



**FIGURA 2.2.2** Home page del sito “Centro culturale Vittorio Bachelet”

### **Grafica @@**

Il sito presenta una grafica molto semplice: lo sfondo bianco fa risaltare sia le immagini che i testi, prevalentemente azzurri, con qualche tocco di rosso e di nero. La pagina si divide in due parti con l'aggiunta di un menù sul lato sinistro con dodici opzioni di scelta: tra queste “Le nostre foto”, “Conferenze” e “L'Osservatorio”,

sono quelle che hanno una struttura grafica un po' più articolata rispetto alle altre pagine.

### **Usabilità @@@**

L'usabilità del sito è garantita dalla semplicità della struttura e dall'essenzialità delle pagine, anche se manca una mappa completa del sito, è possibile effettuare con facilità le scelte proposte grazie al menù laterale che è presente in ogni pagina.

### **Contenuti @@@**

Il contenuto più sostanziale del sito è quello del giornale "*Oggi Famiglia*", rivista ufficiale dell'associazione, aggiornato fino a dicembre 2005. Sono spiegate bene "*Le attività*" del centro ma, il link delle "*News*", che occupa anche un posto rilevante all'interno della home, riporta solo ed esclusivamente la legge regionale 2 febbraio 2004, n.1 sulle politiche regionali per la famiglia.

### **Comunicazione interattiva @@@**

È visualizzato in primo piano il collegamento per scrivere un'eventuale mail , così come l'indirizzo ed il numero di telefono.

Sulla barra laterale un link offre informazioni sul “*Servizio Civile*” che sostiene l’associazione Bachelet con la presenza di volontari. È presente anche il “*Forum*” dell’associazione, ma pochi sono gli iscritti.

### **Giudizio globale @@@**

La grafica andrebbe migliorata in quanto la distribuzione dei testi e delle immagini non è armoniosa in nessuna delle pagine. Troppo piccola è la dimensione del carattere dei testi che risultano anche troppo lunghi all’interno del sito. Un osservatorio sulla famiglia dovrebbe tener conto che esistono persone con determinati tipi di disabilità, quali ipovedenti, i quali hanno tutti i diritti di poter usufruire di ogni tipo di servizio.

## Analisi del sito “Roberta Lanzino” di Cosenza (DIRITTI)

### Centro contro la violenza alle Donne “Roberta Lanzino”



Via Caloprese N.56 87100 Cosenza Italy tel. 03998436311-Fax 03998436311

**FIGURA 2.2.3** Home page del sito “Centro contro la violenza alle donne R. Lanzino”

### **Grafica @@@**

La grafica di questo sito è molto semplice: in alto c'è il nome dell'associazione ed in basso l'indirizzo ed i numeri di telefono e fax. Sei sono i link ai quali si può accedere. Cliccando nella parte centrale della pagina, dove si trova un'immagine di non facile comprensione al primo sguardo, si può accedere alla mappa del sito.

### **Usabilità @@**

In questo sito non è presente un motore di ricerca che in ogni caso, anche quando è al servizio di poche pagine, facilita la navigazione. Non esiste un link che riporta alla home page in nessuna pagina, né un simbolo che a fine pagina riporta all'inizio del documento.

### **Contenuti @@@**

Il link "*Il Centro Lanzino*" apre una finestra dove spiega in sei punti di cosa si occupa il centro senza che nessuno di questi venga approfondito magari con l'apertura di un'altra pagina. Lo stesso discorso vale per la sezione "*Gli obiettivi*" che viene sviluppata, si fa per dire, in quattro punti essenziali. La parte più sviluppata rispetto alle altre, anche se sempre in un'unica pagina, è quella della sezione "*Il telefono rosa*" che spiega le funzioni di questo servizio rispondendo alle domande: perché, a chi, come e cosa.

### **Comunicazione interattiva @@**

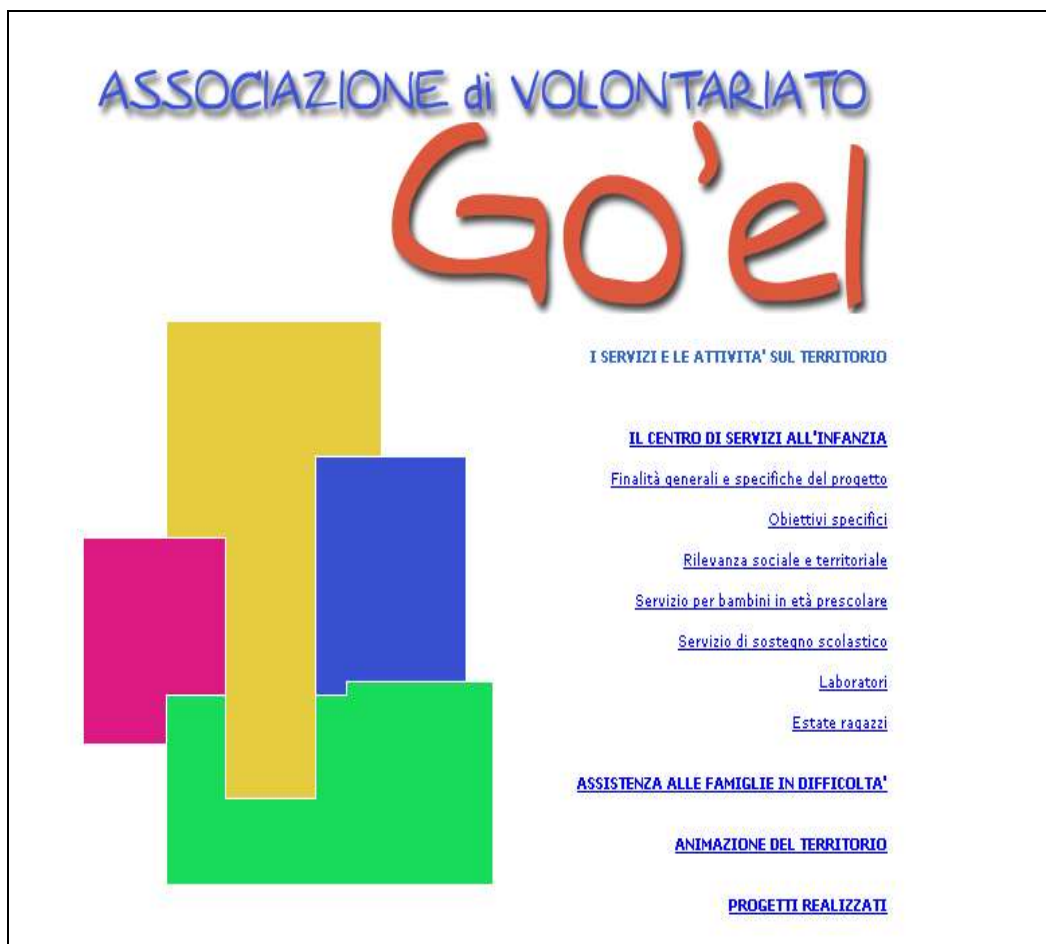
Alla fine di ogni pagina c'è sempre l'indirizzo di posta elettronica, ma non vi è nessun altro tipo di collegamento.

Il link in alto “*Violenza alle donne*” presente sull’home page, si collega alla stessa pagina del “*Centro Lanzino*” presuppongo per un errore di impostazione del sito.

### **Giudizio globale @@@**

L’informazione che passa attraverso queste pagine sembra essere molto fredda nonostante tratti di un tema di grande attualità e soprattutto di grande sensibilità. Sarebbe necessario migliorare soprattutto i contenuti, più esaustivi, che la comunicazione interattiva, magari con un forum che è sempre utile all’interno di un sito soprattutto per mettere in contatto chi è più interessato ad un determinato problema.

## Analisi del sito “Go’el” di Fuscaldo (EDUCATIVO)



**FIGURA 2.2.4** Home page del sito “Associazione di volontariato Go’el”

### **Grafica @@**

Forse un pò troppo essenziale la grafica di questa pagina che, anche se piena di colore, non riporta nessun tipo di informazione utile per mettersi in contatto con i membri dell’associazione.

## **Usabilità @@**

Presuppongo che ogni rettangolo colorato avrebbe dovuto essere un link, ma solo due rimandano ad un'altra pagina: quello giallo alla sezione "*Chi siamo*", e quello blu apre la finestra "*Servizi ed attività*". Non esiste un motore di ricerca, ma d'altronde sarebbe inutile visto che la mappa completa del sito è costituita da poche pagine si possono guardare con qualche klik.

## **Contenuti @@@**

Le categorie di contenuti sono solo quattro: il primo "*Il centro di servizi all'infanzia*", è l'unico ad avere un sottomenù in quanto specifica il contenuto del progetto dell'associazione e le attività educative che si svolgono per le varie fasce d'età. "*Assistenza alle famiglie in difficoltà*", "*Animazione del territorio*" e "*Progetti realizzati*" sono gli altri tre link che aprono semplicemente una pagina di testo.

## **Comunicazione interattiva @**

Non esistono banner promozionali ne collegamenti con altri siti: Anche sfogliando le altre pagine, non si trova nessun tipo di

comunicazione interattiva come, ad esempio, un semplice indirizzo di posta elettronica.

### **Giudizio globale @@**

Nel complesso posso affermare che il sito dell'associazione Go'el andrebbe migliorato da tutti i punti di vista: è importante che il visitatore si renda immediatamente conto di che tipo di associazione di volontariato si tratta e trovi subito il modo per mettersi in contatto con essa.

Un' associazione che si occupa di formazione dovrebbe avere un bel sito dinamico e vivace in modo da invogliare soprattutto i più piccoli, visto che le attività del centro si rivolgono principalmente a loro, ad avvicinarsi a queste attività con uno spirito positivo.

## Analisi del sito “A.S.P.A” di ACRI (SOCCORSO)



FIGURA 2.2.5 Home page del sito A.S.P.A. (Acri Soccorso Pronto Aiuto)

Grafica @@@@

Piacevole è la grafica di questa pagina che mette subito in evidenza di che tipo di associazione si tratta grazie al logo (due mani che si

intrecciano), ed alla spiegazione dell'acronimo A.S.P.A. (Acri soccorso Pronto Aiuto). Sullo sfondo di questi due elementi vi sono due immagini: l'entrata della sede, riconoscibile dall'insegna in alto, ed un'ambulanza vista nel suo interno.

### **Usabilità @@@@**

Per quanto riguarda tale aspetto il sito è facile da usare, i collegamenti del menu centrale però portano ad altre finestre da ingrandire ulteriormente per una corretta visualizzazione, invece il menu a sinistra ci collega a delle pagine aventi la stessa grafica semplice e intuitiva della pagina iniziale.

### **Contenuti @@@**

Nella parte laterale sinistra c'è un menù in verticale che spiega le caratteristiche principali dell'associazione. Al centro, si trovano una serie di articoli messi in ordine, a partire naturalmente dal più recente, dove ci sono tutte le notizie riguardanti le attività dell'associazione. Ogni articolo apre una o più pagine e tutti quanti insieme sono contenuti nel “*Giornalino*” dell'associazione, del

quale esiste anche un link nella barra del menù. Le informazioni, però, dovrebbero essere a mio avviso, più esaustive.

### **Comunicazione interattiva @@@@**

Esiste nel sito un'icona che collega al sito del Comune di Acri ed una che collega all'ANPAS<sup>49</sup>. L'icona "cerca" apre il motore di ricerca; quella del "Servizio civile" offre l'opportunità di scaricare il bando di iscrizione al concorso. I link "Numeri utili", "Link utili" e "Contatti", facilitano la comunicazione interattiva.

### **Giudizio globale @@@@**

Il sito è ben fatto da tutti i punti di vista. La semplicità della grafica si accompagna alla ricchezza di contenuti, e l'usabilità è assicurata dalla strutturazione del sito: l'utente, se non disabile, riesce ad muoversi bene grazie all'ordine che caratterizza l'ambiente. Dunque, anche la comunicazione con l'associazione è facile nel reperimento delle informazioni, nella modalità elettronica di registrazione al sito e nella spedizione di messaggi tramite un form predefinito. Complessivamente il sito dell'associazione rappresenta un luogo in cui informarsi in maniera semplice.

---

<sup>49</sup> Associazione Nazionale Pubbliche Assistenze.

## Analisi del sito “Comunità Regina Pacis” di COSENZA (SOCIO - ASSISTENZA)



FIGURA 2.2.6. Home page del sito “Comunità Regina Pacis”

### Grafica @@@@

Il sito si presenta molto equilibrato dal punto di vista grafico ed è diviso in tre aree: la parte sinistra è occupata da testo, quella centrale è occupata dalle foto delle varie strutture della comunità “Regina Pacis” che si trovano in diverse zone della provincia, ed infine quella destra che è tutta occupata da immagini. Sotto la foto

della Madonna, che si ripete pure in altre pagine anche se cambia di posizione, e la foto di Don Dante Bruno fondatore della comunità, troviamo l'immagine di un gruppo di ragazzi che si danno la mano con le braccia e la testa rivolte verso il cielo. La posizione dei ragazzi cambia nelle foto presenti in altre pagine. In alto a sinistra troviamo l'intestazione dell'associazione che si ripete anche in basso a destra.

### **Usabilità @@@**

L'usabilità del sito è garantita dalla semplicità della struttura anche se le pagine sono ricche di informazioni. Nella parte centrale della pagina in basso si possono leggere ed eventualmente scaricare il *“Programma terapeutico”*, il *“Programma comunità per Ser.t.”* ed il *“Programma terapeutico delle comunità da inviare al carcere”*. Ogni pagina mantiene la barra superiore con tutti i collegamenti che si possono fare all'interno del sito.

### **Contenuti @@@@**

I contenuti presenti in questo sito, chiari ed esaurienti, hanno lo scopo di descrivere l'associazione e dare informazioni utili al visitatore. Le informazioni che si possono avere sono numerose

nelle diverse aree: informazioni specifiche sull'associazione, le sue proposte formative, i valori che propone, i convegni che organizza.

Una delle sezioni a mio avviso più curata, è quella delle “*Strutture*”: spiega in maniera esauriente di cosa la comunità si occupa nelle varie strutture, dove si trovano e che tipo di servizi offrono. Tutto questo arricchito da diverse foto che mostrano le strutture fotografate dall'esterno.

### **Comunicazione interattiva @@@**

Molte delle pagine che consentono questo tipo di comunicazione come “*Info*”, “*Link utili*” e “*Contatti*”, sono ancora in fase di allestimento e mostrano l'animazione del cartello “*lavori in corso*”  
È possibile ricercare dei documenti, che si aprono facilmente, e accedere ad altri siti correlati.

### **Giudizio globale @@@@**

Il sito raggiunge una valutazione più che sufficiente. Informazione e tematiche sono presentate e discusse in modo esauriente.

L'impostazione grafica segue una logica ben precisa e la presenza di molte foto rende la navigazione piacevole ed interessante.

## Analisi del sito “Gruppo Fratres” di CASSANO IONIO (SOCIO - SANITARIO)



FIGURA 2.2.7 Home page del sito “Gruppo Donatori di Sangue Fratres”



FIGURA 2.2.8 Prima pagina del sito “Gruppo Donatori di Sangue Fratres”

### **Grafica @@@**

L'home page di questo sito è molto dinamica a differenza delle altre pagine che si trovano all'interno ma non mostra nessun contenuto. L'immagine che si trova nella parte centrale del foglio con lo slogan "*Donatori totali - Donatori di futuro*" non dà accesso a nessuna altra pagina. Una volta entrati nel sito con il pulsante "*Clic here*", si apre la prima pagina con la foto e una breve presentazione del sito da parte del presidente dell'associazione.

Chiara e ben visibile, in alto a destra, è l'intestazione dell'associazione con indirizzo, numero di telefono e fax. In basso, sul lato destro troviamo l'indirizzo di posta elettronica, e su quello sinistro il nome del web master.

### **Usabilità @@**

È stato inserito un motore di ricerca, posizionato in alto e visibile in ogni pagina del sito, risultano ancora assenti l'accessibilità per i disabili, la possibilità di avere le pagine in altre lingue e la mappa, che sarebbe necessaria in quanto il sito conta più di venti link.

### **Contenuti @@@**

Il sito propone informazioni relative alla legislazione, ai vari gruppi Fratres in Italia, alle ultime notizie. Purtroppo alcune aree come “Indifferenza?” e “Notizie” risultano ancora vuote.

Le sezioni “*Chi può donare*”, “*La donazione*” e “*Donare gli organi*”, spiegano in maniera dettagliata tutto ciò che è necessario sapere in merito all’argomento.

### **Comunicazione interattiva @@@@**

Per quanto concerne la comunicazione interattiva il sito merita un buon giudizio. L’area Intranet associativa è ancora in costruzione mentre la sezione “*Registro volontari*” apre un database dove inserire i propri dati personali, incluso indirizzo e-mail, per poter avere tutte le informazioni necessarie per un’eventuale adesione.

Ci sono numerosi altri file che possono essere scaricati come i documenti, le immagini, le campagne e le gallerie fotografiche della sezione “*Biblioteca Fratres*”. È possibile effettuare ricerche tra i comunicati stampa, si può visionare il modulo di consenso sulle donazioni ed inoltre cercare la sede Fratres più vicina.

### **Giudizio globale @@@**

Il sito nel complesso è sufficiente in quanto dal punto di vista dei contenuti questi sono esaustivi e consentono di conoscere l'associazione e le sue attività anche se molto si potrebbe ancora fare dal punto di vista dell'usabilità e della grafica.

Anche in questo caso non esiste l'accesso per le persone disabili e la possibilità di traduzione in inglese, ma a differenza di tutti gli altri siti analizzati, c'è un sottofondo musicale che corrisponde alla “Suite n.5” di Bach<sup>50</sup>. Può essere molto piacevole animare la ricerca in rete con una musica rilassante che accompagna la visita del sito. Naturalmente per chi non gradisce la musica, si può eliminare con un semplice clic sul tasto del volume.

---

<sup>50</sup> Meglio nota come la sigla del programma televisivo “Quark”.

Ho concluso questo lavoro di analisi dei siti facendo un grafico riassuntivo, così come quello di Pira<sup>51</sup>, che mette insieme i giudizi su ogni aspetto di tutti i siti.

**TABELLA 2.2.9**

**Monitoraggio sui siti delle associazioni non profit della provincia di Cosenza. Sono stati utilizzati gli stessi criteri di giudizio che Francesco Pira ha utilizzato nello studio fatto nell'università di Udine: @= scarso @@= insufficiente @@@= sufficiente @@@@= buono @@@@@= ottimo.**

<i>Ambito</i>	<i>Grafica</i>	<i>Usabilità</i>	<i>Contenuti</i>	<i>Com interattiva</i>	<i>Giudizio globale</i>
<i>Ambiente</i> Amici della Terra	@@@@	@@@	@@@@	@@@@@	@@@@
<i>Culturale</i> Centro Bachelet	@@	@@@	@@@	@@@	@@@
<i>Diritti</i> Roberta Lanzino	@@@	@@	@@@	@@	@@@
<i>Educativo</i> Go'el	@@	@@	@@@	@	@@
<i>Soccorso</i> Aspaci	@@@@@	@@@@	@@@	@@@@	@@@@
<i>Socio-assistenza</i> Regina Pacis	@@@@@	@@@	@@@@	@@@	@@@@
<i>Socio-sanitario</i> Gruppo Fratres	@@@	@@	@@@	@@@@	@@@

<sup>51</sup> Consultabile sul sito: [www.francescopira.it](http://www.francescopira.it)

### ***2.3 Caratteristiche comuni: punti di forza e di debolezza***

La scelta di questi siti non è stata del tutto casuale. Per il solo fatto che esiste un sito di queste associazioni anche se carente in molti casi, è un grosso passo in avanti visto che, la maggior parte delle associazioni, non hanno un sito oppure è di difficile reperimento. Quasi tutte queste pagine web sono carenti di alcune caratteristiche fondamentali a partire da un *motore di ricerca*, sempre utile per ottimizzare i tempi quando cerchiamo qualcosa di specifico.

Anche la *mappa del sito* per sapere subito se nelle pagine che ci accingiamo ad aprire ci può essere qualcosa di interessante ai fini della nostra ricerca. In nessuno dei siti analizzati esiste la possibilità di poter tradurre la pagina in un'altra lingua: ritengo che questo sia un altro elemento importante, anche se la maggior parte di queste associazioni operano sono a livello locale, la globalità della rete pretende alcune caratteristiche fondamentali come la traduzione della pagina almeno in inglese. Quello che però mi risulta essere l'elemento più importante, è il sistema per l'accesso ai disabili che, ancora oggi, nella maggior parte dei siti non esiste. Internet è velocità dell'informazione, ma anche accessibilità.

Una qualità, questa, che non è data solo dal progresso tecnologico delle "macchine", dal computer al telefono cellulare, in grado di svolgere funzioni sempre più complesse.

Accessibilità significa anche applicare al mondo virtuale della rete parametri di non discriminazione. La sigla "WAI" sta per " Web Accessibility Initiative", ed è una modalità di navigazione omologata a livello internazionale, che mette alcune categorie di utenti portatori di handicap in grado di conoscere i contenuti del sito. Un'opportunità importante, vista le difficoltà obiettive che le persone **disabili** possono incontrare nel reperire informazioni tramite gli strumenti di comunicazione tradizionali. In particolare, possono usufruire di questo servizio i disabili con problemi di lettura<sup>52</sup> e, con il supporto dei software specifici disponibili sul mercato, i non vedenti<sup>53</sup>.

L'accessibilità è definita dalla possibilità per qualunque utente di "usare" e "capire" un sito attraverso la sua interfaccia ed il suo contenuto nei contesti più diversi e con i dispositivi più obsoleti.

---

<sup>52</sup> Spesso modificando i parametri di contrasto del testo gli ipovedenti riescono con facilità a leggere i contenuti dei siti.

<sup>53</sup> Un sito che risponde alle caratteristiche WAI è quello della Camera dei Deputati <http://wai.camera.it>

Sono 10 i punti fondamentali da seguire perché un sito web possa essere definito accessibile sia nella forma sia nel contenuto:

- 1. Fornire alternative testuali equivalenti al contenuto visivo.*
- 2. Non fare affidamento esclusivamente sul colore per veicolare informazioni rilevanti.*
- 3. Usare marcatori e fogli di stile in modo specifico.*
- 4. Esplicitare l'uso di linguaggi naturali e segnalare quando si usa una lingua diversa da quella espressamente dichiarata all'inizio del documento.*
- 5. Se si utilizzano tabelle, assicurarsi che il contenuto sia accessibile e comprensibile anche a coloro che le visualizzano tramite ausili o browser testuali.*
- 6. Assicurarsi che il contenuto presentato attraverso l'utilizzo delle più moderne tecnologie sia visualizzabile e fruibile anche da parte di coloro che non dispongono di tali tecnologie.*
- 7. Assicurarsi che il contenuto presentato in forma "dinamica" (scrollers, applets) sia alternativamente accessibile.*
- 8. Progettare le pagine per garantire che il contenuto sia accessibile indipendentemente dal dispositivo utilizzato.*

*9. Fornire informazioni per la contestualizzazione e l'orientamento nella pagina.*

*10. Fornire meccanismi di navigazione chiari<sup>54</sup>.*

Conformemente ai suddetti 10 punti, le aree web accessibili sono completamente navigabili da tastiera, da browser vocali e testuali ed accessibili da browser che rispondono alle norme del W3C<sup>55</sup>. Accessibili indipendentemente dal dispositivo di navigazione utilizzato (pc, palmare, web TV, cellulare) o dalle competenze tecniche, ma anche in base alle diverse abilità (disabilità fisiche e sensoriali temporanee o permanenti, disabilità cognitive). Inoltre la scelta dei colori rispetta un criterio di massima leggibilità reso dal contrasto tra il colore dello sfondo e quello degli elementi in primo piano, in aiuto ai navigatori con difficoltà di percezione cromatica. Questi ed altri aspetti sono stati presi in considerazione dalla “Legge Stanca” del 9 gennaio 2004, n.4 che prevede l'obbligo per la Pubblica Amministrazione di rendere accessibili tutti i propri siti ai

---

<sup>54</sup> Fonte sito [www.html.it](http://www.html.it)

<sup>55</sup> Il World Wide Web Consortium (W3C) è il consorzio che detta tutte le specifiche alla base del World Wide Web, da HTML a XML, dai CSS all'accessibilità. Nell'ambito del W3C dal 1997 è stato attivato un gruppo di lavoro chiamato Web Accessibility Initiative (WAI) che si dedica allo studio delle problematiche dell'accessibilità ed ha redatto le Linee Guida per la realizzazione di siti web accessibili. Pubblicate il 5 maggio 1999 le Linee guida per l'accessibilità ai contenuti del Web versione 1.0 note anche con la sigla WCAG 1.0, garantiscono uno sviluppo coerente agli standard dell'accessibilità. Per verificare il rispetto di queste Linee Guida è necessario porre al vaglio di una CheckList contenente 65 controlli di conformità il proprio lavoro.

disabili, che i nuovi contratti stipulati dalla pubblica  
 amministrazione per la realizzazione di siti In—f FRÂ —67&—  
 GFR ò ÖVæð ÆÉ& Æ&ð 6÷7FVæW&R É&—æ—|—  
 F—f Â —â ÖöFð F ÷FW" f &R Vâ 6Vç6—  
 ÖVçFð 6ö× ÆWFðÂ Æ &÷f—æ6—  
 F÷g&V&&R &V Æ—  
 §| &R Væ 6×××væ××F' 6ö×Væ—6 |—öæR 6ö6—  
**6×××væ×× F' 6ö×Væ6 |—öæR 6ö6—**  
 ÆR GWGF' ' Æ—fVÆÆ“ç 'F—  
 &R F vÆ' 7 ÷B V&&Æ—6—F &' fæð ÆÆ  
 7 V&&Æ—6—N F—&WGF BÂ —  
 â ÖöFð F ÷FW&R '&—f &R &—  
 Ö Â GWGFR ÆR 76ö6— |—öæ' F' föÆöçF &—  
 Fð R 6öâ W76R FVf—æ—  
 &R &öw& ÖÖ' R &övWGF'Â VB—â 6VwV—  
 FðÂ GWGF' vÆ' WfVçF'â Ô Æ—fVÆÆð æ |—  
 öæ ÆR W6—7FR Æ×× d•dôÂÂ föæFöæR —F Æ—  
 æ W" —Â föÆöçF &—  
 F<sup>ð</sup> 6†R † Æð 66÷ ò F' &ö×V÷fW&RÂ —

<sup>56</sup> Per informazioni più dettagliate si può consultare il sito [www.usabile.it/leggestanca.htm](http://www.usabile.it/leggestanca.htm)

<sup>57</sup> Fonte sito [www.forumsolidarieta.it](http://www.forumsolidarieta.it)

æ6÷& vv- &R R 6÷7FVæW&R -Â föÆöçF &- Fò -

â GWGFR ÆR 7VR f÷&ÖR R -

â GWGF'□ '□ 6□ ×□ 'Â V ÆR W7 &W76-

öæR□ FV' &-æ6—□ '□ F' 'FV6— |-

öæRÂ 6öÆ-F &-WN R ÇW& Æ—6Öò 6 æ6—

F'□ F□ ÆÆ□ □ 6÷7F-GW!-öæR FVÆÆ &W V&&Æ-

6 —F Æ-

æ â

---

Æ□ □ d•dôÂ 6' 11.49÷ öæR□ F'□ 6öçG&'V—

&R 7&V &R ÆR 6öæF—|—öæ' W" Æ F-fgW6-

öæR FVÂ föÆöçF &- Fò -

â GWGFR ÆR 7VR f÷&ÖR R -

â GWGF'□ ' 7Vö'□ 6□ ×□ “2□ F'□ 6öæ÷66W&R□ R□ f□ "ternet

siano nulli qualora non rispettino i requisiti di accessibilità nel rispetto degli oltre 3 milioni di disabili italiani e non solo .

#### 2.4 I siti web di riferimento

Uno dei siti che ho seguito come esempio per questo lavoro di tesi,??è stato quello di Forum Solidarietà gestito dal Centro Servizi della provincia di Parma con il sostegno dell'Amministrazione

---

Provinciale locale: un'associazione di associazioni di volontariato, costituita da circa cento realtà di Parma e provincia .

Forum Solidarietà sostiene le organizzazioni di volontariato favorendo lo sviluppo e la diffusione della cultura della solidarietà.

A tal fine realizza, attività di: **HYPERLINK**

"<http://www.forumsolidarieta.it/servizi/consulenza/index.html>"

consulenza , **HYPERLINK**

"<http://www.forumsolidarieta.it/servizi/formazione/index.html>"

formazione , **HYPERLINK**

"<http://www.forumsolidarieta.it/servizi/informazione/index.html>"

informazione , **HYPERLINK**

"<http://www.forumsolidarieta.it/servizi/documentazione/index.html>

" documentazione , **HYPERLINK**

"<http://www.forumsolidarieta.it/servizi/cercavolontari/index.html>"

ricerca volontari e fondi , **HYPERLINK**

"[http://www.forumsolidarieta.it/servizi/supp\\_prog/index.html](http://www.forumsolidarieta.it/servizi/supp_prog/index.html)"

supporto alla progettazione , supporto all'organizzazione e sviluppo, **HYPERLINK**

"<http://www.forumsolidarieta.it/utilities/logistica/index.html>"

**supporto tecnico-logistico a favore di ogni organizzazione di**

---

<sup>58</sup> Ibidem

volontariato .

Forum Solidarietà mette in evidenza l'importanza della collaborazione tra associazioni: “mettere insieme” sull'esempio di questa esperienza, quelle che operano nella provincia di Cosenza in un unico sito accessibile a tutti, potrebbe cambiare in qualche modo il “sistema sociale”. Naturalmente c'è<sup>59</sup> bisogno di qualcuno che gestisca queste “comunità”, che si occupi quindi della comunicazione interna, rispettando l'identità e l'autonomia delle associazioni. Questo ruolo appartiene a chi si occupa di Politiche Sociali e direttamente o indirettamente dovrebbe realizzare questo progetto, mettendo a disposizione tutte le risorse necessarie.

Per incentivare dunque tutte le associazioni pubbliche e pr`conoscere il mondo del volontariato e i problemi di cui si occupa e sostenere tutti coloro che con il volontariato collaborano<sup>60</sup>. Uno degli obiettivi prioritari della Fondazione Italiana per il Volontariato, è quello di alimentare la **banca dati nazionale sulle organizzazioni di volontariato**, attiva dal 1993, attraverso una periodica rilevazione in tutte le regioni d'Italia.

---

<sup>59</sup> Fondata e sostenuta dalla Fondazione Cassa di Risparmio di Roma, ed eretta ad ente morale il 23 maggio 1991.

<sup>60</sup> Centri di Servizio per il Volontariato, Organizzazioni di volontariato di secondo e terzo livello, Organismi di rappresentanza e consultazione, Università e Centri di studio e di Ricerca nazionali ed internazionali, Enti Locali e Istituzioni Pubbliche.

ÆR GWGF' □ ' □ Æ-fVÆÆ“ç □ □ 'F—  
 &R F vÆ' 7 ÷B V&&Æ-6—F □ &' □ fæð ÆÆ  
 7 V&&Æ-6—N F—&WGF BÂ -  
 â ÖöFò F ÷FW&R '&—f &R &—  
 Ö Â GWGFR ÆR 76ö6- |-öæ' □ F' föÆöçF &—  
 Fò R 6öâ W76R FVf-æ—  
 &R &öw& □ ÖÖ' □ R &övWGF'Â □ VB □-â 6VwV—  
 FòÂ GWGF' □ vÆ' WFVçF'â Ô Æ—fVÆÆð æ |-  
 öæ ÆR W6—7FR □ Æ □ □ d•dôÂÂ □ föæF □ öæR —F Æ—  
 æ W" -Â föÆöçF &—  
 F<sup>ð</sup>" 6†R † Æð 66÷ ò F' &ö×V÷fW&RÂ -  
 æ6÷& vv- &R R 6÷7FVæW&R -Â föÆöçF &— Fò -  
 â GWGFR ÆR 7VR f÷&ÖR R -  
 â GWGF' □ ' □ 6 □ × □ 'Â V ÆR W7 &W76—  
 öæR □ FV' &-æ6— □ ' □ F' 'FV6— |-  
 öæRÂ 6öÆ-F &-WN R ÇW& Æ—6Öð 6 æ6—  
 F' □ F □ ÆÆ □ □ 6÷7FGW|-öæR FVÆÆ &W V&&Æ—  
 6 —F Æ—  
 æ â

---

<sup>57</sup> Fonte sito [www.forumsolidarieta.it](http://www.forumsolidarieta.it)

11.49: [öæR F' 6öçG&'V—](#)  
 &R 7&V &R ÆR 6öæF—|—öæ' W" Æ F—fgW6—  
 öæR FVÂ föÆöçF &— Fò —  
 â GWGFR ÆR 7VR f÷&ÖR R —  
 â GWGF' ' 7Vö' 6 × "² F' 6öæ÷66W&R R f "ternet  
 siano nulli qualora non rispettino i requisiti di accessibilità nel  
 rispetto degli oltre 3 milioni di disabili italiani e non solo .

#### 2.4 I siti web di riferimento

Uno dei siti che ho seguito come esempio per questo lavoro di  
 tesi, è stato quello di Forum Solidarietà gestito dal Centro Servizi  
 della provincia di Parma con il sostegno dell'Amministrazione  
 Provinciale locale: un'associazione di associazioni di volontariato,  
 costituita da circa cento realtà di Parma e provincia .

Forum Solidarietà sostiene le organizzazioni di volontariato  
 favorendo lo sviluppo e la diffusione della cultura della solidarietà.

A tal fine realizza, attività di: [HYPERLINK](#)  
 "http://www.forumsolidarieta.it/servizi/consulenza/index.html"

consulenza , [HYPERLINK](#)  
 "http://www.forumsolidarieta.it/servizi/formazione/index.html"

---

<sup>58</sup> Ibidem

*formazione* , [HYPERLINK](http://www.forumsolidarieta.it/servizi/informazione/index.html)  
"http://www.forumsolidarieta.it/servizi/informazione/index.html"  
*informazione* , [HYPERLINK](http://www.forumsolidarieta.it/servizi/documentazione/index.html)  
"http://www.forumsolidarieta.it/servizi/documentazione/index.html"  
" *documentazione* , [HYPERLINK](http://www.forumsolidarieta.it/servizi/cercavolontari/index.html)  
"http://www.forumsolidarieta.it/servizi/cercavolontari/index.html"  
*ricerca volontari e fondi* , [HYPERLINK](http://www.forumsolidarieta.it/servizi/supp_prog/index.html)  
"http://www.forumsolidarieta.it/servizi/supp\_prog/index.html"  
*supporto alla progettazione , supporto all'organizzazione e sviluppo,* [HYPERLINK](http://www.forumsolidarieta.it/utilities/logistica/index.html)  
"http://www.forumsolidarieta.it/utilities/logistica/index.html"  
**supporto tecnico-logistico a favore di ogni organizzazione di volontariato .**

Forum Solidarietà mette in evidenza l'importanza della collaborazione tra associazioni: "mettere insieme" sull'esempio di questa esperienza, quelle che operano nella provincia di Cosenza in un unico sito accessibile a tutti, potrebbe cambiare in qualche modo il "sistema sociale". Naturalmente c'è<sup>99</sup> bisogno di qualcuno che gestisca queste "comunità", che si occupi quindi della

---

<sup>99</sup> Fondata e sostenuta dalla Fondazione Cassa di Risparmio di Roma, ed eretta ad ente morale il 23 maggio 1991.

comunicazione interna, rispettando l'identità e l'autonomia delle associazioni. Questo ruolo appartiene a chi si occupa di Politiche Sociali e direttamente o indirettamente dovrebbe realizzare questo progetto, mettendo a disposizione tutte le risorse necessarie.

Per incentivare dunque tutte le associazioni pubbliche e pr`conoscere il mondo del volontariato e i problemi di cui si occupa e sostenere tutti coloro che con il volontariato collaborano<sup>60</sup>. Uno degli obiettivi prioritari della Fondazione Italiana per il Volontariato, è quello di alimentare la **banca dati nazionale sulle organizzazioni di volontariato**, attiva dal 1993, attraverso una periodica rilevazione in tutte le regioni d'Italia.

†R□ †□ □ Æò66÷□ ò□ F' &ö×V÷fW&RÂ -æ6÷& vv-  
 &R R 6÷7FVæW&R -Â föÆöçF &- Fò -  
 â GWGFR ÆR 7VR f÷&ÖR R -  
 â GWGF'□ '□ 6□ ×□ 'Â V ÆR W7 &W76-  
 öæR□ FV' &-æ6—□ '□ F' 'FV6— |-  
 öæRÂ 6öÆ-F &-WN R ÇW& Æ—6Öò 6 æ6—  
 F'□ F□ ÆÆ□ □ 6÷7FGW!-öæR FVÆÆ &W V&&Æ-  
 6 —F Æ-

---

<sup>60</sup> Centri di Servizio per il Volontariato, Organizzazioni di volontariato di secondo e terzo livello, Organismi di rappresentanza e consultazione, Università e Centri di studio e di Ricerca nazionali ed internazionali, Enti Locali e Istituzioni Pubbliche.

æ â

---

Æ □ □ d•dôÂ 6' 11.49÷ öæR □ F' □ 6öçG&'V—

&R 7&V &R ÆR 6öæF—|—öæ' W" Æ F—fgW6—

öæR FVÂ föÆöçF &— Fò —

â GWGFR ÆR 7VR f÷&ÖR R —

â GWGF' □ ' 7Vö' □ 6 □ × □ "² □ F' □ 6öæ÷66W&R □ R □ f □ "ternet

siano nulli qualora non rispettino i requisiti di accessibilità nel rispetto degli oltre 3 milioni di disabili italiani e non solo .

#### 2.4 I siti web di riferimento

Uno dei siti che ho seguito come esempio per questo lavoro di tesi,??è stato quello di Forum Solidarietà gestito dal Centro Servizi della provincia di Parma con il sostegno dell'Amministrazione Provinciale locale: un'associazione di associazioni di volontariato, costituita da circa cento realtà di Parma e provincia .

Forum Solidarietà sostiene le organizzazioni di volontariato favorendo lo sviluppo e la diffusione della cultura della solidarietà.

A tal fine realizza, attività di: **HYPERLINK**

"<http://www.forumsolidarieta.it/servizi/consulenza/index.html>"

---

<sup>58</sup> Ibidem

consulenza , [HYPERLINK](http://www.forumsolidarieta.it/servizi/formazione/index.html)  
"http://www.forumsolidarieta.it/servizi/formazione/index.html"  
formazione , [HYPERLINK](http://www.forumsolidarieta.it/servizi/informazione/index.html)  
"http://www.forumsolidarieta.it/servizi/informazione/index.html"  
informazione , [HYPERLINK](http://www.forumsolidarieta.it/servizi/documentazione/index.html)  
"http://www.forumsolidarieta.it/servizi/documentazione/index.html"  
documentazione , [HYPERLINK](http://www.forumsolidarieta.it/servizi/cercavolontari/index.html)  
"http://www.forumsolidarieta.it/servizi/cercavolontari/index.html"  
ricerca volontari e fondi , [HYPERLINK](http://www.forumsolidarieta.it/servizi/supp_prog/index.html)  
"http://www.forumsolidarieta.it/servizi/supp\_prog/index.html"  
supporto alla progettazione , supporto all'organizzazione e  
sviluppo, [HYPERLINK](http://www.forumsolidarieta.it/utilities/logistica/index.html)  
"http://www.forumsolidarieta.it/utilities/logistica/index.html"  
**supporto tecnico-logistico a favore di ogni organizzazione di**  
volontariato .

Forum Solidarietà mette in evidenza l'importanza della collaborazione tra associazioni: "mettere insieme" sull'esempio di questa esperienza, quelle che operano nella provincia di Cosenza in un unico sito accessibile a tutti, potrebbe cambiare in qualche modo il "sistema sociale". Naturalmente c'è<sup>59</sup> bisogno di

---

<sup>59</sup> Fondata e sostenuta dalla Fondazione Cassa di Risparmio di Roma, ed eretta ad ente morale

qualcuno che gestisca queste “comunità”, che si occupi quindi della comunicazione interna, rispettando l’identità e l’autonomia delle associazioni. Questo ruolo appartiene a chi si occupa di Politiche Sociali e direttamente o indirettamente dovrebbe realizzare questo progetto, mettendo a disposizione tutte le risorse necessarie.

Per incentivare dunque tutte le associazioni pubbliche e pr`conoscere il mondo del volontariato e i problemi di cui si occupa e sostenere tutti coloro che con il volontariato collaborano<sup>60</sup>. Uno degli obiettivi prioritari della Fondazione Italiana per il Volontariato, è quello di alimentare la **banca dati nazionale sulle organizzazioni di volontariato**, attiva dal 1993, attraverso una periodica rilevazione in tutte le regioni d'Italia.

ntariato favorendo lo sviluppo e la diffusione della cultura della solidarietà. A tal fine realizza, attività di: **HYPERLINK**  
"http://www.forumsolidarieta.it/servizi/consulenza/index.html"

consulenza , **HYPERLINK**

"http://www.forumsolidarieta.it/servizi/formazione/index.html"

formazione , **HYPERLINK**

---

il 23 maggio 1991.

<sup>60</sup> Centri di Servizio per il Volontariato, Organizzazioni di volontariato di secondo e terzo livello, Organismi di rappresentanza e consultazione, Università e Centri di studio e di Ricerca nazionali ed internazionali, Enti Locali e Istituzioni Pubbliche.

"<http://www.forumsolidarieta.it/servizi/informazione/index.html>"

informazione , HYPERLINK

"<http://www.forumsolidarieta.it/servizi/documentazione/index.html>

" documentazione , HYPERLINK

"<http://www.forumsolidarieta.it/servizi/cercavolontari/index.html>"

ricerca volontari e fondi , HYPERLINK

"[http://www.forumsolidarieta.it/servizi/supp\\_prog/index.html](http://www.forumsolidarieta.it/servizi/supp_prog/index.html)"

supporto alla progettazione , supporto all'organizzazione e  
sviluppo, HYPERLINK

"<http://www.forumsolidarieta.it/utilities/logistica/index.html>"

**supporto tecnico-logistico a favore di ogni organizzazione di  
volontariato .**

Forum Solidarietà mette in evidenza l'importanza della  
collaborazione tra associazioni: "mettere insieme" sull'esempio di  
questa esperienza, quelle che operano nella provincia di Cosenza in  
un unico sito accessibile a tutti, potrebbe cambiare in qualche  
**modo il "sistema sociale". Naturalmente c'è<sup>??</sup> bisogno di**  
qualcuno che gestisca queste "comunità", che si occupi quindi della  
comunicazione interna, rispettando l'identità e l'autonomia delle

---

<sup>59</sup> Fondata e sostenuta dalla Fondazione Cassa di Risparmio di Roma, ed eretta ad ente morale il 23 maggio 1991.

associazioni. Questo ruolo appartiene a chi si occupa di Politiche Sociali e direttamente o indirettamente dovrebbe realizzare questo progetto, mettendo a disposizione tutte le risorse necessarie.

Per incentivare dunque tutte le associazioni pubbliche e pr`conoscere il mondo del volontariato e i problemi di cui si occupa e sostenere tutti coloro che con il volontariato collaborano<sup>60</sup>. Uno degli obiettivi prioritari della Fondazione Italiana per il Volontariato, è quello di alimentare la **banca dati nazionale sulle organizzazioni di volontariato**, attiva dal 1993, attraverso una periodica rilevazione in tutte le regioni d'Italia.

/supp\_prog/index.html" supporto alla progettazione , supporto all'organizzazione e sviluppo, **HYPERLINK** "<http://www.forumsolidarieta.it/utilities/logistica/index.html>"

**supporto tecnico-logistico a favore di ogni organizzazione di volontariato** .

Forum Solidarietà mette in evidenza l'importanza della collaborazione tra associazioni: "mettere insieme" sull'esempio di questa esperienza, quelle che operano nella provincia di Cosenza in un unico sito accessibile a tutti, potrebbe cambiare in qualche

---

<sup>60</sup> Centri di Servizio per il Volontariato, Organizzazioni di volontariato di secondo e terzo livello, Organismi di rappresentanza e consultazione, Università e Centri di studio e di Ricerca nazionali ed internazionali, Enti Locali e Istituzioni Pubbliche.

**modo il “sistema sociale”.** Naturalmente c’è<sup>79</sup> bisogno di qualcuno che gestisca queste “comunità”, che si occupi quindi della comunicazione interna, rispettando l’identità e l’autonomia delle associazioni. Questo ruolo appartiene a chi si occupa di Politiche Sociali e direttamente o indirettamente dovrebbe realizzare questo progetto, mettendo a disposizione tutte le risorse necessarie.

Per incentivare dunque tutte le associazioni pubbliche e pr`conoscere il mondo del volontariato e i problemi di cui si occupa e sostenere tutti coloro che con il volontariato collaborano<sup>60</sup>. Uno degli obiettivi prioritari della Fondazione Italiana per il Volontariato, è quello di alimentare la **banca dati nazionale sulle organizzazioni di volontariato**, attiva dal 1993, attraverso una periodica rilevazione in tutte le regioni d'Italia.

ti, potrebbe cambiare in qualche **modo il “sistema sociale”.** Naturalmente c’è<sup>79</sup> bisogno di qualcuno che gestisca queste “comunità”, che si occupi quindi della comunicazione interna, rispettando l’identità e l’autonomia delle associazioni. Questo ruolo

---

<sup>59</sup> Fondata e sostenuta dalla Fondazione Cassa di Risparmio di Roma, ed eretta ad ente morale il 23 maggio 1991.

<sup>60</sup> Centri di Servizio per il Volontariato, Organizzazioni di volontariato di secondo e terzo livello, Organismi di rappresentanza e consultazione, Università e Centri di studio e di Ricerca nazionali ed internazionali, Enti Locali e Istituzioni Pubbliche.

<sup>59</sup> Fondata e sostenuta dalla Fondazione Cassa di Risparmio di Roma, ed eretta ad ente morale il 23 maggio 1991.

appartiene a chi si occupa di Politiche Sociali e direttamente o indirettamente dovrebbe realizzare questo progetto, mettendo a disposizione tutte le risorse necessarie.

Per incentivare dunque tutte le associazioni pubbliche e pr`conoscere il mondo del volontariato e i problemi di cui si occupa e sostenere tutti coloro che con il volontariato collaborano<sup>60</sup>. Uno degli obiettivi prioritari della Fondazione Italiana per il Volontariato, è quello di alimentare la **banca dati nazionale sulle organizzazioni di volontariato**, attiva dal 1993, attraverso una periodica rilevazione in tutte le regioni d'Italia.

L'attività di monitoraggio del fenomeno è di fondamentale importanza anche per offrire un servizio a quanti operano nel mondo del volontariato e per soddisfare la domanda conoscitiva di una nutrita platea di utenti che attingono informazioni dalla banca dati. Con tale rilevazione è possibile identificare l'universo nazionale del fenomeno della solidarietà, almeno quello noto alle fonti disponibili, comprensivo delle unità non iscritte ai registri del volontariato. Con le prime tre rilevazioni-censimento, la FIVOL ha realizzato **la più completa banca dati nazionale sul volontariato**

---

<sup>60</sup> Centri di Servizio per il Volontariato, Organizzazioni di volontariato di secondo e terzo livello, Organismi di rappresentanza e consultazione, Università e Centri di studio e di Ricerca nazionali ed internazionali, Enti Locali e Istituzioni Pubbliche.

**organizzato:** attualmente è operativo il quarto aggiornamento della propria banca dati sulle organizzazioni di volontariato con una metodologia in parte nuova. L'obiettivo è duplice: da una parte **identificare tutte le OdV<sup>61</sup> note, il cosiddetto "universo"**, in quanto ve ne è traccia su elenchi e indirizzari di varia fonte: registri regionali/provinciali del volontariato, albi comunali, indirizzari dei Centri di Servizio per il Volontariato, elenchi delle unità affiliate o federate alla grandi centrali del volontariato nazionale, elenchi Caritas, siti internet dedicati ed altre ancora.

Il secondo aspetto è quello di **rilevare alcune essenziali informazioni** con una scheda di 9 domande in modo da caratterizzare il fenomeno per alcune variabili descrittive: anno di fondazione, natura giuridica, destinatari dell'attività ed eventuale utenza in carico, composizione interna e presenza di volontari giovani, andamento delle risorse umane ed economiche nel tempo.

Ma l'elemento che caratterizza la FIVOL in maniera particolare è la **Carta dei Valori** che intende fotografare il volontariato nei suoi aspetti essenziali, ed è il risultato di un esercizio di autentica scrittura collettiva; la traccia<sup>62</sup> è stata portata a conoscenza del

---

<sup>61</sup> Organizzazioni di Volontariato

<sup>62</sup> Proposta da FIVOL insieme al Gruppo Abele.

mondo del volontariato ed è stata corretta, integrata, discussa e, alla fine, migliorata grazie all'apporto di numerosissime organizzazioni, di singoli volontari, di studiosi. Un metodo di lavoro che ha fatto emergere il connotato chiave dell'essere e del fare volontariato: camminare insieme su un piano di impegno civico e di cittadinanza solidale<sup>63</sup>. Quello che la FIVOL ha realizzato a livello nazionale, bisognerebbe attuarlo partendo dal piccolo: monitoraggi che partano dai Comuni, dalle Province e dalle Regioni, sono strumenti indispensabili per conoscere il volontariato esistente che opera in ogni area e farlo conoscere a tutti i cittadini.

---

<sup>63</sup> Tutto il contenuto della Carta dei Valori si trova in appendice

# CAPITOLO 3

## IPOTESI DI DATA BASE

### *3.1 Le strutture dei database*

Per indicare un vasto insieme di informazioni gestito da un apposito programma si usano comunemente, come se fossero sinonimi, i termini banca dati e base di dati<sup>64</sup>.

L'origine delle banche o basi di dati si può far risalire a Charles W. Bachman, che tra il 1962 e il 1963 realizzò un programma che collegava vari "records",<sup>65</sup> in una struttura a catena, destinata a diventare un elemento tipico delle banche di dati successive<sup>66</sup>.

Il World Wide Web è forse una delle maggiori fonti di informazione a cui oggi possiamo attingere: avendo a disposizione un collegamento a Internet ed un browser Web, un software ormai comune su qualsiasi computer, abbiamo la possibilità di consultare un patrimonio di centinaia di milioni di pagine riguardanti

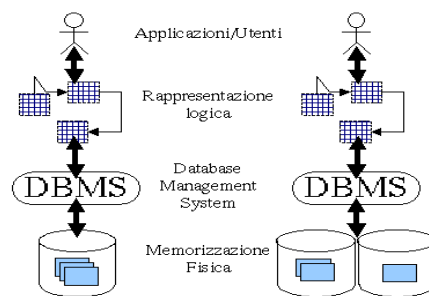
---

<sup>64</sup> I due termini sono talora congiunti da un trattino, talaltra fusi in un'unica parola. Non ritengo che esista una grafia ufficiale inglese di questo neologismo.

<sup>65</sup> Insieme strutturati di informazioni suddivisi in campi, lo Zingarelli 2000, vocabolario della lingua italiana, dodicesima edizione, Ed. Zanichelli.

<sup>66</sup> C.W. BACHMAN - S.B. WILLIAMS, *A General Purpose Programming System for Random Access Memories*, in *Proceeding, Fall Joint Computer Conference*, 1964, pp. 411-22

praticamente ogni argomento di interesse. Spesso queste pagine non sono documenti statici, ma vengono creati dinamicamente quando noi li richiediamo e le informazioni che contengono vengono estratte da un database che non è altro che una collezione di dati che viene gestita e organizzata da un software specifico, il DBMS,<sup>67</sup> che sostanzialmente è uno strato software che si frappone fra l'utente ed i dati veri e propri. Grazie a questo l'utente e le applicazioni non accedono ai dati così come sono memorizzati effettivamente, cioè alla loro rappresentazione fisica, ma ne vedono solamente una rappresentazione logica che viene chiamata “schema del database” ed è la forma più semplice di rappresentazione dei dati a cui un utente può accedere.



**FIGURA 3.1.1**

**Rappresentazione grafica di un database: anche se la memorizzazione fisica dei dati cambia, l'utente riceve lo stesso risultato.**

<sup>67</sup> DataBase Management System, Sistema di Gestione di DataBase

I tipi più comuni di database sono:

**Database gerarchici:** i dati vengono organizzati in insiemi legati fra loro da relazioni di “possesso”, in cui un insieme di dati può possedere altri insiemi di dati, ma un insieme può appartenere solo ad un altro insieme. La struttura risultante è un albero di insiemi di dati.

**Database reticolari:** questo modello è molto simile a quello gerarchico, ed infatti nasce come estensione di quest’ultimo; gli insiemi di dati sono legati da relazioni di possesso, ma ogni insieme di dati può appartenere a uno o più insiemi. La struttura risultante è una rete di insiemi di dati.

**Database relazionali:** i database appartenenti a questa categoria si basano sul modello relazionale la cui struttura principale è la relazione, cioè una tabella bidimensionale composta da righe e colonne. Ciascuna riga, che in terminologia relazionale viene chiamata tupla, rappresenta un’entità che noi vogliamo memorizzare nel database. Le caratteristiche di ciascuna entità sono definite invece dalle colonne delle relazioni, che vengono chiamate attributi. Entità con caratteristiche comuni, cioè descritti dallo

stesso insieme di attributi, faranno parte della stessa relazione<sup>68</sup>.

**Database ad oggetti** (object-oriented): lo schema di un database ad oggetti è rappresentato da un insieme di classi, che definiscono le caratteristiche ed il comportamento degli oggetti che popoleranno il database. La principale differenza con i modelli esaminati finora è la non passività dei dati. Infatti con un database tradizionale<sup>69</sup>, le operazioni che devono essere effettuate sui dati, vengono demandate alle applicazioni che li utilizzano.

La struttura fondamentale del modello relazionale è appunto la “relazione”, cioè una tabella bidimensionale costituita da righe (tuple) e colonne (attributi). Le relazioni rappresentano le entità che si ritiene essere interessanti nel database. Ogni istanza dell'entità troverà posto in una tupla della relazione, mentre gli attributi della relazione rappresenteranno le proprietà dell'entità. Ad esempio, se nel database si dovranno rappresentare delle persone, si potrà definire una relazione chiamata “Persone”, i cui attributi descrivono le caratteristiche delle persone. Ciascuna tupla della relazione “Persone” rappresenterà una particolare persona.

---

<sup>68</sup> A.A.V.V. *Basi di dati, modelli e linguaggi di interrogazione*, McGraw-Hill 2002, p.77.

<sup>69</sup> Intendendo con questo termine qualunque database non ad oggetti.

NOME	COGNOME	DATA DI NASCITA	SESSO	STATO CIVILE
Mario	Rossi	29/03/1965	M	Coniugato
Giuseppe	Russo	15/11/1974	M	Celibe
Alessandra	Salvino	13/06/1970	F	Nubile

**TABELLA 3.1.2**

Rappresentazione grafica di una tabella: “Persone” è la relazione, nome, cognome, data di nascita, sesso e stato civile sono gli attributi che insieme formano una tupla.

### ***3.2 Pianificazione di un database per la raccolta di informazioni sulle associazioni di volontariato che operano nella provincia di Cosenza***

Le attività di raccolta, organizzazione e conservazione dei dati costituiscono i compiti principali dei sistemi informatici.

Nello svolgimento di ogni attività, sia a livello individuale sia in organizzazioni di ogni dimensione, sono essenziali la disponibilità di informazione e la capacità di gestirle in modo efficace; ogni organizzazione è dotata di un sistema informativo, che organizza e gestisce le informazioni necessarie per perseguire gli scopi dell'organizzazione stessa.

La diffusione capillare dell'informatica a quasi tutte le attività umane, fa sì che gran parte dei sistemi informativi siano anche, in buona misura, sistemi informatici<sup>70</sup>.

Tutti noi, infatti, quotidianamente ci serviamo di database spesso senza rendercene conto, anche in maniera indiretta: gli elenchi di utenze telefoniche, le quotazioni delle azioni nei mercati telematici internazionali, i saldi dei conti correnti bancari o le disponibilità associate alle carte di credito, l'elenco degli iscritti ad una facoltà universitaria e gli esiti dei loro esami, sono solo alcuni esempi di dati indispensabili a gestire alcune attività umane”<sup>71</sup>.

I dati costituiscono dunque, una “risorsa” per l'organizzazione che li gestisce, un patrimonio significativo da sfruttare e proteggere.

Nella pianificazione di un database è necessario seguire alcune indicazioni generali:

### **1. Determinare lo scopo del database.**

Nel nostro caso quello di avere l'elenco delle *associazioni di volontariato* che operano a livello locale con collegamenti ai relativi siti web ed indirizzi di posta elettronica.

---

<sup>70</sup> A.A V.V. *Basi di dati, modelli e linguaggi di interrogazione*, cit. p.15.

<sup>71</sup> Idem, p.16

## **2. Definire le informazioni da memorizzare nel database.**

Generalmente le informazioni rientrano in categorie ampie: definire con precisione queste categorie è essenziale per progettare un database efficiente, perché verranno memorizzati diversi tipi e grandi quantità di dati in ogni categoria. In questo caso, le categorie potrebbero corrispondere a: “*Nome Associazione*”, “*Tipologia*”, “*Recapiti*”, naturalmente con i vari attributi (telefono, e-mail ecc.)

## **3. Determinare i modi in cui le categorie saranno collegate.**

È sufficiente scrivere semplici frasi che descrivano i modi in cui le categorie interagiscono: un’*associazione* che appartiene ad una *tipologia*; un’*associazione* in quale *località* si trova. Ognuna di queste coppie suggerisce una relazione tra i dati di una categoria e i dati di un’altra categoria.

## **4. Passare all’organizzazione del database una volta stabilite**

le categorie di informazione che corrispondono alle tabelle.

I sistemi informatici garantiscono che questi dati vengano conservati in modo permanente su dispositivi per la loro memorizzazione, aggiornati per riflettere rapidamente le loro variazioni e resi accessibili alle interrogazioni degli utenti. I dati da inserire nell’ipotetico database dovrebbero essere: la **tipologia**

dell'associazione, cioè in quale ambito opera: ambiente, cultura, diritti, educativo, soccorso, socio-assistenza e socio-sanitario.

La **città** dove si trova la sede legale ed operativa della associazione.

Il nome dell'**associazione**<sup>72</sup>, l'**indirizzo** ed il numero di **telefono**.

La particolarità di questo ipotetico database è di avere l'indirizzo di **posta elettronica** ma, soprattutto, il link che collega direttamente al **sito** dell'associazione.

**Database delle associazioni non profit  
provincia di Cosenza**

Tipologia  ◀ ▶

Città  ◀ ▶

Associazione  ◀ ▶

Indirizzo

Numero

Indirizzo di posta elettronica

Sito [info.aspacri.it](http://info.aspacri.it)

**FIGURA 3.2.1**

**Prototipo di database per raccogliere informazioni su tutte le associazioni di volontariato che operano nella provincia di Cosenza. La particolarità di questo progetto consiste nella presenza dell'indirizzo e-mail e del collegamento al sito delle associazioni.**

<sup>72</sup> Se corrisponde ad una sigla spiegare l'acronimo.

## CONCLUSIONI

Dalla panoramica generale effettuata sulla comunicazione sociale si evince, con tutta certezza, l'impossibilità di poterne formulare una definizione giuridica valida a prescindere dalla natura, pubblica o privata, dei soggetti che la promuovono.

Ciò detto, l'indagine ha poi consentito di avvalorare l'idea che, tra i compiti propri della Pubblica Amministrazione, sicuramente c'è anche quello della promozione e dello svolgimento di attività di comunicazione sociale, intesa quest'ultima come informazione al cittadino su temi di interesse pubblico e generale.

La questione non è certo semplice e non si limita alla quantità di spazi pubblicitari: è infatti evidente che la modifica di un comportamento, di un atteggiamento o di un pregiudizio, non può essere ottenuta dalla sola azione pubblicitaria<sup>73</sup>.

Per quanto riguarda il settore privato, le ONLUS, qualunque sia la loro forma giuridica, operano nel campo del diritto comune, con personale prevalentemente volontario ed hanno, come unico fine statutario, quello di svolgere attività di solidarietà che privilegiano

---

<sup>73</sup> R. CUCCO - R. PAGANI - M. PASQUALI (a cura di), *Primo Rapporto sulla comunicazione sociale in Italia*, cit. p. 77

l'assistenza socio-sanitaria, l'assistenza sociale, l'istruzione, la formazione professionale, e che è diretto a realizzare obiettivi di valorizzazione del patrimonio artistico, di promozione della cultura e dell'arte, di tutela della natura e dell'ambiente.

Tutte attività, queste, che espressamente richiedono il sostegno di concrete ed efficaci campagne di comunicazione sociale, la quale è indubbiamente cresciuta su tutti i fronti: più spazio, più investimenti, più visibilità, più soggetti attivi, più sensibilità<sup>74</sup>.

La comunicazione sociale è una fonte di ricchezza che deve essere conservata: da una ricerca resa nota dall'OCCS (Osservatorio Campagne di Comunicazione Sociale), è emerso che nel nostro Paese la cultura della conservazione dei materiali relativi alle campagne di comunicazione sociale e alle azioni correlate non è ancora abbastanza diffusa e, di conseguenza, non è del tutto compreso il suo valore strategico.

Sono ancora poco frequenti sia l'applicazione di rigorosi criteri metodologici per catalogare e archiviare la documentazione, sia la consapevolezza dell'opportunità di renderla disponibile anche al pubblico<sup>75</sup>.

---

<sup>74</sup> Idem, p.101

<sup>75</sup> L'ONP Gruppo Abele cataloga in modo sistematico i materiali e ha in programma la costruzione di un database per la consultazione on line.

Infatti, durante il lavoro di censimento delle associazioni presenti nella provincia di Cosenza, ho avuto molta difficoltà nel reperimento dei materiali. Questo conferma che le strutture dedicate alle politiche sociali locali non sono ancora all'altezza di rispondere ai bisogni dei cittadini, e che l'utilizzo di Internet è ancora poco valorizzato soprattutto nelle pubbliche amministrazioni, le quali spesso offrono informazioni insufficienti e non aggiornate. L'allestimento di un database per conoscere tutte le associazioni di volontariato presenti sul territorio è, a mio avviso, necessario: esiste un prototipo di database nel sito del Centro Servizi per il Volontariato di Cosenza, ma sono solo quattordici le associazioni iscritte. Sull'esempio di altre realtà presenti nel nostro Paese, come quella di Forum Solidarietà, associazione gestita dal Centro Servizi di Parma e finanziata dalla Provincia, la quale mette insieme tutte le associazioni di volontariato e di promozione sociale, iscritte e non ai registri regionali, in un unico database presente sia sul sito della Provincia di Parma, sia su quello del Centro Servizi locale.

Ho effettuato un'analisi sulle 140 associazioni presenti nel sito della Provincia, come Associazioni iscritte all'albo regionale del

---

volontariato in provincia di Cosenza: l'elenco cita solo il nome dell'associazione, la tipologia e l'indirizzo. Non è stato difficile reperire i numeri telefonici di quasi tutte le associazioni ed iniziare le interviste telefoniche. Da queste è emerso che molte non hanno ancora un sito Internet ed un indirizzo di posta elettronica: spesso il sito esiste ma è di difficile reperimento, oppure ci si collega attraverso un link presente nel sito ufficiale, quando si tratta di associazioni che operano a livello nazionale con sedi staccate nelle varie regioni. Alcune si possono trovare nel sito della Provincia, della Regione o del Comune di appartenenza.

L'indagine prevedeva un'intervista ai responsabili di alcune ONLUS, scelte a campione, che hanno un sito web ed un indirizzo di posta elettronica, per conoscere nello specifico l'utilizzo di questi strumenti all'interno delle associazioni e nei rapporti con l'esterno (ad esempio con altre associazioni ed enti pubblici).

Dalla ricerca è emerso che nella maggior parte dei casi Internet viene usato di rado e che lo strumento privilegiato che viene usato all'interno delle associazioni resta ancora il telefono.

La posta elettronica è riuscita però, sempre in base a questa indagine, a soppiantare l'utilizzo del fax che, soprattutto nelle

associazioni di recente costituzione, non è proprio presente perché, appunto, sostituito dalla e-mail.

Ad occuparsi della gestione della posta e dell'aggiornamento dei siti, sono principalmente i giovani volontari del servizio civile che, spesso, oltre a funzioni fondamentalmente pratiche, svolgono anche funzioni di segretariato sociale, facendo dei corsi specifici che li prepara a svolgere questo tipo di mansione.

E' indispensabile che la figura del segretario sociale sia presente in ogni associazione di volontariato, in quanto, il servizio di segretariato sociale consiste nell'offrire a coloro che vi accedono, informazioni generali ed aggiornate circa le risorse disponibili sul territorio; allo stesso tempo il segretariato offre l'opportunità di raccogliere notizie circa le risorse e i bisogni espressi dalla comunità presente sul territorio<sup>76</sup>.

Internet è utilizzato dalle ONLUS principalmente per dare un servizio a chi non possiede un collegamento in casa, poi per comunicare tramite le e-mail con altri enti ed associazioni e soprattutto per pubblicizzare un evento quale ad esempio una campagna di raccolta fondi: soprattutto le associazioni che operano

---

<sup>76</sup> Fonte: [www.segretariatosociale.rai.it](http://www.segretariatosociale.rai.it)

a livello nazionale organizzano ogni anno delle manifestazioni che vengono pubblicizzate sia a livello nazionale sia locale.

In questi casi, alcune delle associazioni prese in oggetto, si servono di mailig list per diffondere comunicati stampa alle radio, televisioni e testate locali<sup>77</sup>. Ma questo non basta a colmare le grandi lacune che ci sono nella nostra provincia per quanto riguarda l'utilizzo di Internet.

Detto ciò si può concludere dicendo che c'è ancora molto da fare per potenziare i servizi sociali, sia nella Pubblica Amministrazione, sia nelle associazioni di volontariato.

Non è facile proporre delle soluzioni concrete per migliorare queste carenze ma, di certo, un espediente non è quello di prendersela sempre con le istituzioni. Sono convinta che queste abbiano sicuramente, come è giusto che sia, più potere per operare qualsiasi tipo di cambiamento, ma c'è bisogno che in ognuno di noi cresca la cultura della condivisione dell'informazione, che spesso non è accessibile a tutti come erroneamente si crede. Chi decide di mettersi al servizio degli altri, a capo di un'associazione di volontariato o di promozione sociale, ma anche chi all'interno

---

<sup>77</sup> Tra queste l'A.I.S.M., Associazione Italiana Sclerosi Multipla, presente nella città di Cosenza da 18 anni, che ogni anno organizza due manifestazioni : "Fiorincittà" nel mese di marzo ed "Una Mela per la Vita" nel mese di ottobre.

vuole operare da semplice volontario, deve essere consapevole che non può più fare a meno di utilizzare la rete come strumento privilegiato di crescita personale e comunitaria: tutti gli ambiti associativi culturale, educativo, socio-assistenziale ecc., possano migliorare i servizi avvalendosi della rete. E' necessario mettere in comunicazione le associazioni che operano nel territorio in modo da potersi confrontare con tutta la realtà sociale che, di anno in anno, cresce nel nostro Paese. "L'Amministrazione comunale di Cosenza ha progettato di costruire, entro il 2008, la "*Casa del Volontariato*", sede di coordinamento di tutte le associazioni, dove le due parti, amministratori e volontari, possono incontrarsi e discutere dei problemi reali che ci sono in città"<sup>78</sup>. Spero che il progetto si realizzi e che questo luogo di incontro possa servire da stimolo per tutti i cittadini, per la crescita di una città sempre più solidale. Spero che le nuove generazioni, cresciute nell'era dell'informazione globale e di Internet, possano impegnarsi nel portare avanti il grande potere della comunicazione sociale sfruttando finalmente in modo adeguato le possibilità di comunicazione offerte dalle nuove tecnologie.

---

<sup>78</sup> A.Molinari "*Non siamo sognatori*". L'assessore La Valle incontra il volontariato, Il Quotidiano della Calabria -Cosenza e provincia- del 21 ottobre 2006, p.24.

# APPENDICE

1. Sintesi monitoraggio dei siti non profit 2005  
realizzata presso l'Università degli Studi di Udine e  
coordinata da Francesco Pira.

Fonte sito internet [www.francescopira.it](http://www.francescopira.it)

2. Carta dei Valori del Volontariato, principi fondanti,  
atteggiamenti e ruoli.

Fonte sito internet [www.fivol.it](http://www.fivol.it)

3. Elenco delle associazioni iscritte all'albo regionale  
del volontariato in provincia di Cosenza.

Fonte sito internet [www.provincia.cs.it](http://www.provincia.cs.it)



**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE**  
**Facoltà di Lingue e Letterature Straniere**  
**CORSO DI LAUREA IN RELAZIONI PUBBLICHE**  
**Centro Polifunzionale di Gorizia**  
**Via Diaz, 5 – 34170 Gorizia**  
**Tel. 0481 580311 Fax 0481 580322-320**

**Corso di Comunicazione sociale**

**«MONITORAGGIO SITI NO PROFIT 2005»**

**Coordinatore della ricerca : Prof. Francesco Pira**

**hanno collaborato:**

**Dott.ssa Fiorenza Di Livio**  
**Dott.ssa Vania Pistolozzi**

**e gli studenti:**

**Caterina Cottarelli, Gaia Bozzo, Laura Sestu, Alessia De Colle, Maria Franzago,  
Claudia Borsoi, Monica Catignani, Fabiano Deana, Martina Bonaldo.**

## SINTESI MONITORAGGIO SITI NON PROFIT 2005

### PUBBLICA ASSISTENZA

#### CARITAS AMBROSIANA

[www.caritas.it](http://www.caritas.it)

**Giudizio Globale: @@@1/2**

Il sito permette di avere una buona panoramica sulla Caritas Ambrosiana, su quali siano i suoi obiettivi e cosa offra. La grafica andrebbe migliorata: troppo piccola è la dimensione del carattere dei testi, che risultano anche troppo lunghi. Se contenuti e comunicazione interattiva sono stati giudicati buoni, l'usabilità va migliorata, pensando anche al fatto che tra i soggetti target di questa associazione ci sono persone straniere e quindi, ad esempio, si renderebbe necessario tradurre il sito almeno in inglese.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio Globale
2003	@@@@	@@@@	@@@	@@@@	@@@
2005	@@@1/2	@@@	@@@@	@@@	@@@1/2

#### ANPAS

[www.anpas.it](http://www.anpas.it)

**Giudizio globale: @@@**

Rispetto al precedente monitoraggio numerosi sono stati i miglioramenti apportati a questo sito, anche se molto rimane da fare dal punto di vista grafico. Infatti l'impostazione rimane ancora molto caotica, anche se è bene sottolineare che qualche modifica è stata apportata (ad es. il menu, che precedentemente era in basso a destra, ora è nella parte

superiore dell'homepage). Anche l'usabilità del sito va migliorata, soprattutto nell'aspetto della rintracciabilità del percorso effettuato. Buono invece il ventaglio di strumenti a disposizione per la comunicazione interattiva.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio Globale
2003	@@@	@@@	@@@@	@@@	@@@
2005	@@@	@@	@@@@	@@@@	@@@

## ANTNET

[www.antnet.it](http://www.antnet.it)

**Giudizio globale: @@@1/2**

Il sito presenta un'impostazione grafica che si mantiene coerente in tutte le pagine. Rispetto al monitoraggio precedente il menu, che era collocato sulla destra, ora si trova nella parte superiore centrale della pagina, così da attrarre di più l'attenzione del visitatore. Positiva è la presenza del menu in tutte le pagine e il fatto che sia sempre visualizzato il percorso che è stato effettuato per giungere alla pagina visualizzata. Sufficiente è l'usabilità di questo sito, che non possiede nessuna certificazione di accessibilità per gli utenti disabili, né presenta una versione in lingua straniera. Anche la comunicazione interattiva, giudicata sufficiente, va migliorata: potrebbero essere creati un forum e una newsletter. I contenuti sono buoni e forniscono varie informazioni su questa associazione.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio Globale
2003	@@@@	@@@@	@@@@@	@@@	@@@@
2005	@@@1/2	@@@	@@@@	@@@1/2	@@@1/2

## VOLONTARIATO

### VILLAGGIO VOLINT

[www.volint.it](http://www.volint.it)

**Giudizio globale:** @@@

La ricchezza di informazioni dovrebbe essere gestita con l'ausilio di strumenti per aiutare la navigazione (mappa, motore di ricerca), ma complessivamente il sito dell'associazione rappresenta un luogo in cui informarsi in maniera semplice.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio Globale
2003	@@1/2	@@@	@@@@@	@@@@@	@@@@
2005	@@@	@@1/2	@@@@	@@@1/2	@@@

### FIVOL

[www.fivol.it](http://www.fivol.it)

**Giudizio globale:** @@@1/2

Nel complesso il sito Fivol risulta quasi buono, si riscontra la necessità di una maggiore interazione con gli utenti e un forum ben organizzato. Altri aspetti negativi riguardano l'impossibilità di avere informazioni in tempo reale, la scarsità di materiali scaricabili e manca la possibilità di consultare il sito in un'altra lingua oltre l'italiano.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio Globale
2003	@@@@@	@@@@@	@@@@@	@@	@@@1/2
2005	@@@@	@@@@@	@@@@@	@@	@@@1/2

## DIRITTI UMANI

### AMNESTY INTERNATIONAL

[www.amnesty.it](http://www.amnesty.it)

**Giudizio globale: @@@1/2**

Il sito presenta delle parti nuove rispetto al 2003 e il fatto che alcune sezioni non siano ancora cliccabili è segnale di un *work in progress* finalizzato ad un'ulteriore implementazione delle possibilità di utilizzo del sito da parte dei navigatori.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio Globale
2003	@ @ 1/2	@ @ @	@ @ @ @	@ @ @ 1/2	@ @ @ 1/2
2005	@ @ @ @	@ @ @ 1/2	@ @ @ @	@ @ @	@ @ @ 1/2

### NESSUNOTOCCHICAINO

[www.nessunotocchicaino.it](http://www.nessunotocchicaino.it)

**Giudizio globale: @@@1/2**

Il sito raggiunge una valutazione più che sufficiente. Informazioni e tematiche sono presentate e discusse in modo esauriente.

La grafica è d'effetto e chiara. Uniche lacune, come precedentemente detto, sono la mancanza di programmi che consentono la navigazione alle persone diversamente abili e la possibilità di scaricare documenti.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio Globale
2003	@ @ 1/2	@ @ @	@ @ @	@ @ @ @	@ @ @
2005	@ @ @ @	@ @ @ 1/2	@ @ @ 1/2	@ @ @ 1/2	@ @ @ 1/2

## **EMERGENCY**

[www.emergency.it\\_](http://www.emergency.it_)

### **Giudizio globale: @ @ @ @**

Il giudizio è globalmente positivo. Gli elementi di maggior successo risiedono nella comunicazione interattiva che si concretizza in diverse forme, dal servizio di newsletter ai filmati video, dalle donazioni a un servizio di posta elettronica efficiente e rapido.

L'usabilità è garantita dalla semplicità della struttura e dalla linearità delle pagine, l'orientamento è facilitato dalla presenza di strumenti come il motore di ricerca, la mappa del sito e la visione del percorso effettuato mentre la possibilità di ritornare alla homepage non risulta molto intuitiva. L'accessibilità è favorita dalla modalità «solo testo» che rispetta gli standard per la visualizzazione del sito da parte di disabili. Inoltre è possibile navigare il sito anche in lingua inglese.

Il sito caratterizza per i contenuti di tipo descrittivo rimandando per gli approfondimenti e news al giornale online «peace reporter».

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio Globale
2003	@ @ 1/2	@ @ @	@ @ 1/2	@ @	@ @ 1/2
2005	@ @ @ @	@ @ @ @ 1/2	@ @ @ 1/2	@ @ @ @	@ @ @ @

## TUTELA DEI MINORI

### **AQUILONE BLU**

[www.aquiloneblu.org](http://www.aquiloneblu.org)

**Giudizio globale: @@@1/2**

Il sito dell'associazione Aquilone blu rimane uno strumento utile per gli utenti che vogliono ottenere informazioni sul dramma degli abusi ai minori e ciò viene garantito con un occhio di riguardo alla grafica e all'interattività. Rispetto al 2003 però il sito non è stato ampliato come ci si poteva aspettare viste le premesse, mancano ancora motore di ricerca e mappa del sito e l'accessibilità non è garantita, pertanto il giudizio generale risulta leggermente inferiore rispetto a quello dato nel precedente monitoraggio.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio Globale
2003	@@@@	@@@	@@@@@	@@@@	@@@@
2005	@@@@	@@@	@@@@	@@@1/2	@@@1/2

### **TELEFONO AZZURRO**

[www.azzurro.it](http://www.azzurro.it)

**Giudizio globale @@@1/2**

Il sito del Telefono Azzurro ha una buona grafica abbastanza semplice, tutti i link sono attivi, i documenti si scaricano velocemente e i colori scelti non intralciano la lettura. I contenuti sono completi ed aggiornati frequentemente. Anche la comunicazione con l'associazione risulta molto semplice e veloce.

Purtroppo si riscontrano carenze a livello di usabilità ed accessibilità.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio Globale
2003	@@@@1/2	@@@	@@@@	@	@@@
2005	@@@@	@@@	@@@@	@@@	@@@1/2

## **UNICEF**

[www.unicef.it](http://www.unicef.it)

**Giudizio globale: @@@**

Il sito non presenta molte differenze rispetto al 2003 anche se i cambiamenti compiuti vanno nella direzione di un miglioramento di tutti gli aspetti esaminati. L'usabilità, l'accessibilità e l'interattività sono gli aspetti che potrebbero maggiormente avere giovamento da un'implementazione finalizzata a far sentire il navigatore del sito attivo e 'd'aiuto' per gli scopi di Unicef.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio Globale
2003	@@1/2	@@	@@@1/2	@@	@@1/2
2005	@@@	@@1/2	@@@1/2	@@@	@@@

## **TUTELA DELL'AMBIENTE**

### **FAREVERDE**

[www.fareverde.it](http://www.fareverde.it)

**Giudizio globale: @@@1/2**

Il sito di Fare verde presenta alcune differenze rispetto al 2003 che hanno migliorato la fruibilità, mentre sono in progress miglioramenti per

quanto riguarda l'interattività. Pertanto il voto complessivo rimane più che sufficiente.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio Globale
2003	@@@@	@@@	@@@@	@@@	@@@@
2005	@@@1/2	@@@@	@@@@	@@@1/2	@@@1/2

## GREENPEACE

[www.greenpeace.it](http://www.greenpeace.it)

**Giudizio globale: @@@**

Il sito di Greenpeace è ancora essenzialmente un modo per invitare i navigatori alla partecipazione delle attività realizzate da Greenpeace, attraverso donazioni o collaborazioni più attive. L'usabilità non ha avuto particolari modifiche dal 2003 così come non è stata implementata l'interattività. Il sito è molto ricco, spesso gli argomenti vengono trattati in siti dedicati e ciò a volte può creare problemi per l'utente che cerca informazioni specifiche dato che sono anche assenti sia la mappa che il motore del sito. Greenpeace è un'associazione che fonda la sua forza sulla rete di collaboratori nel mondo: il sito potrebbe essere sfruttato in maniera migliore per implementare la possibilità di coinvolgere il maggior numero di attivisti possibile ed in effetti l'organizzazione sta già cercando di sviluppare il sito in questa direzione. Manca infine l'accessibilità per gli utenti disabili.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio Globale
2003	@@@	@@@	@@@@	@@@1/2	@@@1/2
2005	@@@1/2	@@@	@@@@	@@@1/2	@@@1/2

## LEGAMBIENTE

[www.legambiente.com](http://www.legambiente.com)

**Giudizio globale: @@@1/2**

Il sito non è stato praticamente modificato rispetto al 2003 perciò il giudizio risulta leggermente inferiore a quello dato due anni fa, si nota l'assenza di alcuni piccoli stratagemmi che potrebbero notevolmente migliorare la navigazione. La presenza di una parte del sito accessibile è comunque da sottolineare perché rimane ad oggi uno dei pochi casi tra i siti monitorati.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio Globale
2003	@@@1/2	@@@	@@@@	@@@@	@@@1/2
2005	@@@	@@1/2	@@@@	@@@@	@@@1/2

## ECONOMIA SOCIALE E C.R.I.

## ALTROMERCATO

[altromercato.it](http://altromercato.it)

**Giudizio globale: @@@@**

L'usabilità costituisce senza dubbio il punto di forza dell'intero sito e potrebbe trattarsi dell'inizio di una serie di modifiche anche per gli altri aspetti del sito, che aumenterebbero il già elevato valore complessivo delle pagine di Altromercato

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio Globale
2003	@@@1/2	@@@	@@@	@@@	@@@
2005	@@@@	@@@@@	@@@@1/2	@@@	@@@@@

## CROCE ROSSA ITALIANA

[www.cri.it](http://www.cri.it)

### **Giudizio globale: @@@@**

Considerato nell'insieme il sito risulta efficace e sufficientemente completo.

Graficamente si presenta armonico nelle forme e nei colori, si nota un filo conduttore anche dal punto di vista grafico.

Riguardo alla Usabilità le parti carenti sono state integrate e migliorate.

I contenuti sono fluidi ed esaurienti, facili da reperire. I comunicati stampa hanno una forma armonica tra loro e sono abbastanza esplicativi dell'argomento trattato.

Il sito ha una scarsa interattività con l'utente privilegiando gli operatori per i quali è attiva una intranet.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio Globale
2003	@@@	@@@	@@@1/2	@	@@1/2
2005	@@@@@	@@@@@	@@@@@	@@@	@@@@@

## BANCA ETICA

[www.bancaetica.com](http://www.bancaetica.com)

### **Giudizio globale: @@@@**

Il giudizio sul sito è certamente positivo: alle scelte strategicamente vincenti riscontrate nel precedente monitoraggio si sommano le innovazioni rivolte al miglioramento dell'usabilità, dell'aspetto grafico, all'attenzione ai contenuti e al potenziamento dell'interattività.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio Globale
2003	@@@@1/2	@@@@1/2	@@@@@	@@@@@	@@@@@
2005	@@@@@	@@@@@1/2	@@@@@	@@@@@	@@@@@

## DONAZIONE DEL SANGUE

### AVIS

[www.avis.it](http://www.avis.it)

**Giudizio globale: @@@1/2**

Il sito globalmente raggiunge la sufficienza. Il sito mantiene i propri punti di forza, grazie anche a quelle che potrebbero sembrare debolezze (come la semplicità della veste grafica), e presenta dei cambiamenti positivi che riconfermano il buon giudizio sulle pagine internet di Avis

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio Globale
2003	@@1/2	@@@@	@@@@	@@@	@@@
2005	@@@	@@@1/2	@@@@	@@@	@@@1/2

### FIDAS

[www.fidas.it](http://www.fidas.it)

**Giudizio globale: @@1/2**

Il cambiamento nella veste grafica fa presupporre una serie di novità; il sito si presenta più accattivante per gli utenti che non hanno difficoltà a reperire le informazioni anche risultano sintetiche. Non si può ancora comunicare in maniera bidirezionale con Fidas. L'accessibilità, soprattutto per i disabili, è negata dall'assenza dei criteri internazionali stabiliti dal W3C. Perciò il giudizio complessivo non raggiunge la sufficienza..

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio Globale
2003	@@1/2	@@@	@@@@1/2	@	@@1/2
2005	@@@	@@@1/2	@@@	@@	@@1/2

## FRATRES

[www.frates.org](http://www.frates.org)

**Giudizio globale: @@**

Complessivamente il sito è discretamente gradevole ma necessita di una maggiore completezza di informazioni. La navigazione è semplice ma la grafica dovrebbe essere migliorata.

Forte lacuna del sito è la mancanza di interattività e dialogo, nonché l'assenza di programmi per l'accesso a persone disabili.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio Globale
2003	@@@	@@1/2	@@	@	@@
2005	@@	@@1/2	@@	@	@@

## PROTEZIONE ANIMALI

### WWF

[www.wwf.it](http://www.wwf.it)

**Giudizio globale: @@@@**

Il sito del WWF ha sicuramente un ottimo livello di estetica ma non vengono rispettati i criteri di usabilità e di accessibilità. La grafica anche se può risultare gradevole ad un primo impatto non facilita molto la

navigazione, la home page soprattutto risulta essere molto colorate con animazioni e immagini ma queste ultime sono prive del testo alternativo, le animazioni non possono essere bloccate. I contenuti sono completi e chiari. Le pagine in alcuni casi dovrebbero essere più brevi. La comunicazione interattiva è buona, le risposte alle e-mail sono rapide.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio Globale
2003	@@@1/2	@@@@	@@@@	@@@1/2	@@@@
2005	@@@1/2	@@@@	@@@@	@@@@	@@@@

## ENPA

[www.enpa.it](http://www.enpa.it)

**Giudizio globale: @@@1/2**

I miglioramenti introdotti consentono di dare un giudizio leggermente migliore rispetto al 2003 al sito dell'Enpa sia per quanto riguarda l'usabilità che l'interattività. Permangono ancora alcuni aspetti negativi: l'accessibilità non è ancora stata introdotta e la grafica necessiterebbe di alcuni interventi migliorativi. Il punto di forza del sito costituito dalla facilità nel reperimento delle informazioni permane.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio Globale
2003	@@@	@@	@@@@	@@@	@@@
2005	@@@	@@@	@@@@	@@@1/2	@@@1/2

## LEGA ANTI VIVISEZIONE

[www.infolav.org](http://www.infolav.org)

**Giudizio Globale: @@@**

Il sito della Lega Anti Vivisezione nel complesso è fornito di una struttura ben organizzata, così da permettere all'utente anche meno

esperto di muoversi con facilità senza l'utilizzo di una mappa. Viene prestata più attenzione ai contenuti, piuttosto che alla grafica anche se quest'ultima nella sua semplicità, risulta essere d'effetto per le immagini utilizzate raffiguranti i maltrattamenti animali. Si può pensare che l'ambito trattato dalla lega richieda l'utilizzo di colori tenui e di una grafica non all'avanguardia, questo perché vuole richiamare l'attenzione sulle tematiche animaliste.

Per ciò che riguarda l'interattività il giudizio non è pienamente favorevole poiché rimangono alcune lacune, tra queste la mancata possibilità di consultare il sito in lingue differenti dall'italiano.

Lo spostamento da un menù all'altro è veloce, così come la reperibilità di materiale all'interno del sito pur non essendo presente un motore di ricerca interno e una mappa del sito. Infatti si può constatare la costante presenza del menù principale il quale rimanda ai contenuti principali e permette un'agevole mobilità all'interno del sito. Ecco che allora, la presenza di collegamenti specifici che rimandino direttamente alla Home Page risultano essere poco significativi.

Per quanto riguarda l'usabilità da parte dei disabili, si registra una lacuna in quanto non è stata ancora inserita questa possibilità.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio Globale
2003	@@@@	@@@@	@@@	@@@@	@@@
2005	@@@	@@1/2	@@@@	@@1/2	@@@

## Tabella riassuntiva monitoraggio siti non profit 2005

### LEGENDA

**@= scarso**  
**@@= insufficiente**  
**@@@= sufficiente**  
**@@@@= buono**  
**@@@@@= ottimo**

Griglia di valutazione	GRAFICA	USABILITA'	CONTENUTI	COM. INTERATTIVA	GIUDIZIO GLOBALE
CARITAS AMBROSIANA	@@@1/2	@@@	@@@@	@@@	@@@1/2
ANPAS	@@@	@@	@@@@	@@@@	@@@
ANT	@@@1/2	@@@	@@@@	@@@1/2	@@@1/2
VIS	@@@	@@1/2	@@@@	@@@1/2	@@@
FIVOL	@@@@	@@@@	@@@@	@@	@@@1/2
AMNESTY INTERNATIONAL	@@@@	@@@1/2	@@@@	@@@	@@@1/2
NESSUNOCCHICAINO	@@@@	@@@1/2	@@@1/2	@@@1/2	@@@1/2
EMERGENCY	@@@@	@@@@1/2	@@@1/2	@@@@	@@@@
AQUILONE BLU	@@@@	@@@	@@@@	@@@1/2	@@@1/2
TELEFONO AZZURRO	@@@@	@@@	@@@@	@@@	@@@1/2
UNICEF	@@@	@@1/2	@@@1/2	@@@	@@@
FAREVERDE	@@@1/2	@@@@	@@@@	@@@1/2	@@@1/2
GREENPEACE	@@@1/2	@@@	@@@@	@@@1/2	@@@1/2
LEGAMBIENTE	@@@	@@1/2	@@@@	@@@@	@@@1/2
ALTROMERCATO	@@@@	@@@@@	@@@1/2	@@@	@@@@
CROCEROSSA ITALIANA	@@@@@	@@@@	@@@@	@@@	@@@@
BANCAETICA	@@@@	@@@@1/2	@@@@	@@@@	@@@@
AVIS	@@@	@@@1/2	@@@@	@@@	@@@1/2
FIDAS	@@@	@@1/2	@@	@@	@@1/2
FRATRES	@@	@@1/2	@@	@	@@
WWF	@@@@1/2	@@@@	@@@@	@@@@	@@@@
ENPA	@@@	@@@	@@@@	@@@1/2	@@@1/2
LEGA ANTIVIVISEZIONE	@@@	@@1/2	@@@@	@@1/2	@@@

# CARTA DEI VALORI DEL VOLONTARIATO

## PRINCIPI FONDANTI

1. **Volontario è la persona** che, adempiuti i doveri di ogni cittadino, mette a disposizione il proprio tempo e le proprie capacità per gli altri, per la comunità di appartenenza o per l'umanità intera. Egli opera in modo libero e gratuito promuovendo risposte creative ed efficaci ai bisogni dei destinatari della propria azione o contribuendo alla realizzazione dei beni comuni.
2. **I volontari esplicano la loro azione** in forma individuale, in aggregazioni informali, in organizzazioni strutturate; pur attingendo, quanto a motivazioni, a radici culturali e/o religiose diverse, essi hanno in comune la passione per la causa degli esseri umani e per la costruzione di un mondo migliore.
3. **Il volontariato è azione gratuita.** La gratuità è l'elemento distintivo dell'agire volontario e lo rende originale rispetto ad altre componenti del terzo settore e ad altre forme di impegno civile. Ciò comporta assenza di guadagno economico, libertà da ogni forma di potere e rinuncia ai vantaggi diretti e indiretti. In questo modo diviene testimonianza credibile di libertà rispetto alle logiche dell'individualismo, dell'utilitarismo economico e rifiuta i modelli di società centrati esclusivamente sull'"avere" e sul consumismo. I volontari traggono dalla propria esperienza di dono motivi di arricchimento sul piano interiore e sul piano delle abilità relazionali.
4. Il volontariato è, in tutte le sue forme e manifestazioni, espressione **del valore della relazione e della condivisione** con l'altro. Al centro del suo agire ci sono le persone considerate nella loro dignità umana, nella loro integrità e nel contesto delle relazioni familiari, sociali e culturali in cui vivono. Pertanto considera ogni persona titolare di diritti di cittadinanza, promuove la conoscenza degli stessi e ne tutela l'esercizio concreto e consapevole, favorendo la partecipazione di tutti allo sviluppo civile della società.

5. Il volontariato è **scuola di solidarietà** in quanto concorre alla formazione dell'uomo solidale e di cittadini responsabili. Propone a tutti di farsi carico, ciascuno per le proprie competenze, tanto dei problemi locali quanto di quelli globali e, attraverso la partecipazione, di portare un contributo al cambiamento sociale. In tal modo il volontariato produce legami, beni relazionali, rapporti fiduciosi e cooperazione tra soggetti e organizzazioni concorrendo ad accrescere e valorizzare il capitale sociale del contesto in cui opera.
  
6. Il volontariato è **esperienza di solidarietà e pratica di sussidiarietà**: opera per la crescita della comunità locale, nazionale e internazionale, per il sostegno dei suoi membri più deboli o in stato di disagio e per il superamento delle situazioni di degrado. Solidale è ogni azione che consente la fruizione dei diritti, la qualità della vita per tutti, il superamento di comportamenti discriminatori e di svantaggi di tipo economico e sociale, la valorizzazione delle culture, dell'ambiente e del territorio. Nel volontariato **la solidarietà si fonda sulla giustizia**.
  
7. Il volontariato è **responsabile partecipazione e pratica di cittadinanza solidale** in quanto si impegna per rimuovere le cause delle disuguaglianze economiche, culturali, sociali, religiose e politiche e concorre all'allargamento, tutela e fruizione dei beni comuni. Non si ferma all'opera di denuncia ma avanza proposte e progetti coinvolgendo quanto più possibile la popolazione nella costruzione di una società più vivibile.
  
8. Il volontariato ha una **funzione culturale** ponendosi come coscienza critica e punto di diffusione dei valori della pace, della non violenza, della libertà, della legalità, della tolleranza e facendosi promotore, innanzitutto con la propria testimonianza, di stili di vita caratterizzati dal senso della responsabilità, dell'accoglienza, della solidarietà e della giustizia sociale. Si impegna perché tali valori diventino patrimonio comune di tutti e delle istituzioni.
  
9. Il volontariato svolge un **ruolo politico**: partecipa attivamente ai processi della vita sociale favorendo la crescita del sistema democratico; soprattutto con le sue organizzazioni sollecita la conoscenza ed il rispetto dei diritti, rileva i bisogni e i fattori di

emarginazione e degrado, propone idee e progetti, individua e sperimenta soluzioni e servizi, concorre a programmare e a valutare le politiche sociali **in pari dignità con le istituzioni pubbliche** cui spetta la responsabilità primaria della risposta ai diritti delle persone.

## ATTEGGIAMENTI E RUOLI

### a) I volontari

10. I volontari sono chiamati a vivere la propria esperienza **in modo coerente con i valori e i principi che fondano l'agire volontario**. La dimensione dell'essere è per il volontario ancora più importante di quella del fare.
11. I volontari nell'esercitare il diritto-dovere di cittadinanza costituiscono **un patrimonio da promuovere e da valorizzare**, sia da parte delle istituzioni che delle organizzazioni che li impegnano. Pertanto esse devono rispettarne lo spirito, le modalità operative, l'autonomia organizzativa e la creatività.
12. I volontari sono tenuti a **conoscere fini, obiettivi, struttura e programmi** dell'organismo in cui operano e partecipano, secondo le loro possibilità, alla vita e alla gestione di questo nel pieno rispetto delle regole stabilite e delle responsabilità.
13. I volontari **svolgono i loro compiti** con competenza, responsabilità, valorizzazione del lavoro di équipe e accettazione della verifica costante del proprio operato. Essi garantiscono, nei limiti della propria disponibilità, continuità di impegno e portano a compimento le azioni intraprese.
14. I volontari **si impegnano a formarsi** con costanza e serietà, consapevoli delle responsabilità che si assumono soprattutto nei confronti dei destinatari diretti dei loro interventi. Essi ricevono dall'organizzazione in cui operano il sostegno e la formazione necessari

per la loro crescita e per l'attuazione dei compiti di cui sono responsabili.

15. I volontari **riconoscono, rispettano e difendono la dignità delle persone** che incontrano e si impegnano a mantenere una totale riservatezza rispetto alle informazioni ed alle situazioni di cui vengono a conoscenza. Nella relazione di aiuto essi attuano un accompagnamento riservato e discreto, non impositivo, reciprocamente arricchente, disponibile ad affiancare l'altro senza volerlo condizionare o sostituirvisi. I volontari valorizzano la capacità di ciascuno di essere attivo e responsabile protagonista della propria storia.
  
16. I volontari impegnati nei servizi pubblici e in organizzazioni di terzo settore, costituiscono una **presenza preziosa** se testimoniano un "camminare insieme" con altre competenze e profili professionali in un rapporto di complementarità e di mutua collaborazione. Essi costituiscono una **risorsa valoriale** nella misura in cui rafforzano le motivazioni ideali, le capacità relazionali e il legame al territorio dell'organizzazione in cui operano.
  
17. I volontari ricevono dall'organismo di appartenenza o dall'Ente in cui prestano servizio **copertura assicurativa** per i danni che subiscono e per quelli economici e morali che potrebbero causare a terzi nello svolgimento della loro attività di volontariato. Per il principio della gratuità i volontari possono richiedere e ottenere esclusivamente il **rimborso delle spese realmente sostenute** per l'attività di volontariato svolta.

## **b) Le organizzazioni di volontariato**

18. Le organizzazioni di volontariato **si ispirano ai principi della partecipazione democratica** promuovendo e valorizzando il contributo ideale e operativo di ogni aderente. È compito dell'organizzazione riconoscere e alimentare la motivazione dei volontari attraverso un lavoro di inserimento, affiancamento e una costante attività di sostegno e supervisione.

19. Le organizzazioni di volontariato **perseguono l'innovazione socio-culturale** a partire dalle condizioni e dai problemi esistenti. Pertanto propongono idee e progetti, rischiando e sperimentando interventi per conto della comunità in cui operano. Evitano in ogni caso di produrre percorsi separati o segreganti e operano per il miglioramento dei servizi per tutti.
20. Le organizzazioni di volontariato **collaborano con le realtà e le istituzioni locali, nazionali e internazionali**, mettendo in comune le risorse, valorizzando le competenze e condividendo gli obiettivi. Promuovono connessioni e alleanze con altri organismi e partecipano a coordinamenti e consulte per elaborare strategie, linee di intervento e proposte socio-culturali. Evitano altresì di farsi carico della gestione stabile di servizi che altri soggetti possono realizzare meglio.
21. Le organizzazioni di volontariato svolgono un preciso ruolo politico e di impegno civico anche **partecipando alla programmazione e alla valutazione delle politiche sociali** e del territorio. Nel rapporto con le istituzioni pubbliche le organizzazioni di volontariato rifiutano un ruolo di supplenza e non rinunciano alla propria autonomia in cambio di sostegno economico e politico. Non si prestano ad una delega passiva che chieda di nascondere o di allontanare marginalità e devianze che esigono risposte anche politiche e non solo interventi assistenziali e di primo aiuto.
22. Le organizzazioni di volontariato devono principalmente il loro sviluppo e la qualità del loro intervento alla capacità di **coinvolgere e formare nuove presenze, comprese quelle di alto profilo professionale**. La formazione accompagna l'intero percorso dei volontari e ne sostiene costantemente l'azione, aiutandoli a maturare le proprie motivazioni, fornendo strumenti per la conoscenza delle cause dell'ingiustizia sociale e dei problemi del territorio, attrezzandoli di competenze specifiche per il lavoro e la valutazione dei risultati.
23. Le organizzazioni di volontariato sono tenute a **fare propria una cultura della comunicazione** intesa come strumento di relazione, di promozione culturale e di cambiamento, attraverso cui sensibilizzano l'opinione pubblica e favoriscono la costruzione di rapporti e sinergie a tutti i livelli. Coltivano e diffondono la comunicazione con ogni strumento privilegiando - dove è possibile - la rete informatica per

migliorare l'accesso alle informazioni, ai diritti dei cittadini, alle risorse disponibili. Le organizzazioni di volontariato interagiscono con il mondo dei mass media e dei suoi operatori perché informino in modo corretto ed esaustivo sui temi sociali e culturali di cui si occupano.

24. Le organizzazioni di volontariato **ritengono essenziale la legalità e la trasparenza** in tutta la loro attività e particolarmente nella raccolta e nell'uso corretto dei fondi e nella formazione dei bilanci. Sono disponibili a sottoporsi a verifica e controllo, anche in relazione all'organizzazione interna. Per esse trasparenza significa apertura all'esterno e disponibilità alla verifica della coerenza tra l'agire quotidiano e i principi enunciati.

**ELENCO ASSOCIAZIONI ISCRITTE ALL'ALBO REGIONALE DEL  
VOLONTARIATO IN PROVINCIA DI COSENZA**

CROCE AZZURRA SANGIACOMESE	VIA LUNGOSTRADA LOC. SAN GIACOMO	SOCCORSO	ACRI
A.S.P.A. ACRI SOCCORSO PRONTO AIUTO	VIA CAMPO SPORTIVO	SOCCORSO	ACRI
L'ARCA	VIA GIACOBINI 119	SOCIOASSISTENZA	AL TOMONTE
ASSOCIAZIONE SOLIDARIETA' ONLUS	VIA MAZZINI 64	SOCIOASSISTENZA	AMANTEA
CROCE BLU AMANTEA ONLUS	P.ZA CAPPUCINI 21	SOCCORSO	AMANTEA
IL SORRISO	VIA ARNO 11	CULTURA	AMANTEA
MAGIC PLAYS	VIA SILA 14	SOCIOASSISTENZA	AMANTEA
IL TASSELLO	VIA BOLOGNA 18	SOCIOASSISTENZA	AMANTEA
ARVA DOMUS	LOC. BARRACHELLA	SOCIOASSISTENZA	APRIGLIANO
ASSOCIAZIONE SOCIOASSISTENZIALE SANITARIA AGORA'	VIA G. FIORILLO 50	SOCIOASSISTENZA	BELVEDERE MARITTIMO
PROGETTO OASI	VIA VETTICELLO 149	SOCIOASSISTENZA	BELVEDERE MARITTIMO
ASS.CROCE ROSA BISIGNANO -ONLUS-	VIA COLLINA CASTELLO	SOCCORSO	BISIGNANO
CIRCOLO ANSPI CRISTO RE	VIA STABILIMENTO 54	SOCIOASSISTENZA	CARIATI M.
FILADELFIA	C.SO UMBERTO I, 15	SOCIOASSISTENZA	CASOLE BRUZIO
AURORA	VIA MADONNA DELLA CATENA	SOCCORSO	CASSANO IONIO
CONFRATERNITA DI MISERICORDIA DI CASSANO ALLO IONIO	VICO I TERME 5	SOCCORSO	CASSANO IONIO
GRUPPO DONATORI DI SANGUE FRATRES DI CASSANO IONIO	VICO I TERME, 5	SOCIOSANITARIO	CASSANO IONIO
IL SAMARITANO (CASSANO JONIO)	FRAZ. LAUROPOLI, VIA CAPOLANZA	SOCIOASSISTENZA	CASSANO IONIO FR.LAUROPOLI
AVULSS- ASS. PER IL VOLONTARIATO NELLE UNITÀ LOCALI DEI SERVIZI SOCIO-SANITARI	VIA S. SEVERINO 1	SOCIOSANITARIO	CASTROLIBERO

CROCE VERDE	VIA PAPA GIOVANNI XXIII	SOCCORSO	CASTROLIBERO
INSIEME PER L'AUTISMO	VIA MONTE POLLINO 13	SOCIOASSISTENZA	CASTROLIBERO
ASSOCIAZIONE FAMIGLIE DISABILI	VIA SIBARI 1	SOCIOASSISTENZA	CASTROVILLARI
ASSOCIAZIONE SUOR SEMPLICE BERARDI	VIA ROMA 2	SOCIOASSISTENZA	CASTROVILLARI
FRATERNITA' DI MISERICORDIA DI CASTROVILLARI	P.ZA MATTEOTTI 11	SOCCORSO	CASTROVILLARI
PENELOPE TODAY	VIA DOLCEDORME 15	CULTURA	CASTROVILLARI
ANLAIDS ASS. NAZ. LOTTA ALL'AIDS SEZ. CALABRIA	VIA SIBARI 40	SOCIOSANITARIO	CASTROVILLARI
ASSOCIAZIONE DI VOLONTARIATO OASI	VIA POLLINO 31	SOCIOASSISTENZA	CASTROVILLARI
A.V.O. ASS. VOLONTARI OSPEDALIERI DI CASTROVILLARI	VIA PADRE PIO	SOCIOSANITARIO	CASTROVILLARI
AVIS REGIONALE CALABRIA	VIALE MAGNA GRECIA 246	SOCIOSANITARIO	CATANZARO
CIRCOLO SOCIO- RICREATIVO VOLONTARI A.D.A. SEZ. TERRITORIALE	C.SO UMBERTO I N.67	SOCIOASSISTENZA	CERCHIARA DI CALABRIA
FILADELPHIA	VIA RIFORMA 1	SOCIOASSISTENZA	CERISANO
EIDOS	VIA P. ANTA101	SOCIOASSISTENZA	CLETO
U.N.I.T.A.L.S.I. SOTTOSEZIONE DI CORIGLIANO CALABRO (DIOCESI DI ROSSANO-CARIATI)	VIA GAROPOLI	SOCIOASSISTENZA	CORIGLIANO CALABRO
AZZURRA	V. ARIELLA, 31	SOCIOSANITARIO	CORIGLIANO CALABRO
OPERA NOMADI	VIA MOLINELLA	SOCIOASSISTENZA	COSENZA
LA TENDA	CORSO TELESIO 38	SOCIOASSISTENZA	COSENZA
CROCE BLU COSENZA - ONLUS	VIA DELLA REPUBBLICA 221	SOCCORSO	COSENZA
CONFRATERNITA DI MISERICORDIA DI COSENZA	V. PASQUALE ROSSI 142/A	SOCCORSO	COSENZA
GRUPPOTTANTA	VIALE DELLA REPUBBLICA 140/H	CULTURA	COSENZA
COMUNITA' REGINA PACIS	VIALE DELLA REPUBBLICA 136	SOCIOASSISTENZA	COSENZA
GRUPPO VOLONTARIATO VINCENZIANO, A.I.C. ITALIA DI COSENZA	VIA PADOLISI 1	SOCIOASSISTENZA	COSENZA
LA SPIGA	CTR. PULICE 1	SOCIOASSISTENZA	COSENZA

CONSALVO ARAGONA	VIA POPILIA 248/E	CULTURA	COSENZA
LADI LIBERA ASS. DISOCCUPATI INOCCUPATI	VIA ALIMENA 108	DIRITTI	COSENZA
LEGA ITALIANA LOTTA CONTRO I TUMORI SEZ.PR.COSENZA	V. MONTE GRAPPA 35/B	SOCIOSANITARIO	COSENZA
NAZARETH	VIA MOTTA 8	SOCIOASSISTENZA	COSENZA
OASI FRANCESCANA	C/O PP. CAPPUCCINI VIA RIFORMA 4	SOCIOASSISTENZA	COSENZA
P.A. CROCE BIANCA	VIA BEATO ANGELO D'ACRI,29	SOCCORSO	COSENZA
PRIMAVERA SCUOLA OLTRE	VIA SPIRITO SANTO SCUOLA MEDIA F. BANDIERA	SOCIOASSISTENZA	COSENZA
COMITATO DIFESA CONSUMATORI	VIA GERGERI 48	DIRITTI	COSENZA
A.V.A.D.	P.ZA ZUMBINI 46	SOCIOSANITARIO	COSENZA
NUOVA CROCE AZZURRA	V.LE DELLA REPUBBLICA 103	SOCCORSO	COSENZA
ASSOCIAZIONE GIANMARCO DE MARIA	VA ROCCO CHINNICI 30	SOCIOASSISTENZA	COSENZA
A.I.L. ASS. ITALIANA LOTTA LEUCEMIE	VIA MEDAGLIE D'ORO 37	SOCIOSANITARIO	COSENZA
UNIVOC UNIONE NAZ.IT.VOLONT.PRO CIECHI SEZ.COSENZA	CORSO MAZZINI 227	SOCIOASSISTENZA	COSENZA
A.V.O.	VIA F. ACRI 3	SOCIOSANITARIO	COSENZA
AIMA-COSENZA (ASS. ITALIANA MALATTIA DI ALZHEIMER)	V.LE DELLA REPUBBLICA 157	SOCIOSANITARIO	COSENZA
AISM ASS. ITAL. SCLEROSI MULTIPLA SEZ. COSENZA	C.DA SERRA SPIGA S.N.C.	SOCIOSANITARIO	COSENZA
ANTHOS	VIA P. ROSSI 42	SOCIOSANITARIO	COSENZA
ASIT (ASS. SUD ITALIA TRAPIANTATI)	XXIII STRADA CITTA 2000	SOCIOSANITARIO	COSENZA
AIPD ASS. ITALIANA PERSONE DOWN	VIA SICILIA 30	SOCIOSANITARIO	COSENZA
ASSOCIAZIONE CONTRO LA RETINITE PIGMENTOSA ONLUS - ACRONIMO RP COSENZA	P.ZA FEDERICI - CAPO BIANCO 11	SOCIOSANITARIO	COSENZA
CENTRO SOCIO-CULTURALE VITTORIO BACHELET	VIA G. SALVEMINI 17	CULTURA	COSENZA
AVIS PROVINCIALE DI COSENZA	VIA ARABIA 23	SOCIOSANITARIO	COSENZA
CENTRO CONTRO VIOL. ALLE DONNE ROBERTA	VIA CALOPRESE 56	DIRITTI	COSENZA

LANZINO			
CENTRO DI ASCOLTO PER LA FAM.E L'INFANZIA PEGASO	VIA ADUA 22	SOCIOASSISTENZA	COSENZA
CENTRO OPTACON CALABRIA	VIA ROMA 3	SOCIOSANITARIO	COSENZA
DOVE VOLANO I DELFINI - ORGANIZZAZIONE NON LUCRATIVA DI UTILITA' SOCIALE(ONLUS)	P.ZA ZUMBINI 39	SOCIOSANITARIO	COSENZA
NUCLEO VOLONTARI "FIAMME D'ARGENTO" -ANCS SEZ DI COSENZA	C/O CASERMA CARABINIERI P. GRIPPO P.ZA XX SETTEMBRE	SOCIOASSISTENZA	COSENZA
NUOVA CALABRIA	V.LE DELLA REPUBBLICA 171	CULTURA	COSENZA
ASS. S. PANCRAZIO	C/O ARCA DI NOE VIA SARTORIO CLAUSI 9	SOCIOASSISTENZA	COSENZA
VOLONTARI DEL DELFINO	VIA MORTATI 1	SOCIOASSISTENZA	COSENZA
SERVIZIO GIURIDICO LEGALE TUTELA DIRITTI DEI POVERI	VIA SICILIA 101 PAL. MIRABELLI C/O AVV. DE LUCA	DIRITTI	COSENZA
S. GIOVANNI BOSCO	VIA L. MARIO GRECO 8	SOCIOASSISTENZA	COSENZA
CENTRO SOC.ASS.PENSIONATI ED ANZ.IMMACOLATA CONCEZ.	LUNGOMARE S. LUCIA	SOCIOASSISTENZA	DIAMANTE
RIVIERA DEI CEDRI CIRCOLO LEGAMBIENTE	LARGO S.BIAGIO 2	AMBIENTE	DIAMANTE
AMICI DELLA TERRA ITALIA	P.ZA ALDO MORO 25	AMBIENTE	FAGNANO CASTELLO
FA.DI.A. FAMIGLIE DISABILI ASSOCIATE	VIA CIRANGOLO 56	SOCIOASSISTENZA	FAGNANO CASTELLO
GO' EL	VIA TIMPONE 1 FRAZ. SCARCELLI	EDUCATIVO	FUSCALDO
GRUPPO VOLONTARIATO ASS.NAZ.CARABINIERI GRIMALDI	VIA XXIV MAGGIO 15	SOCIOASSISTENZA	GRIMALDI
ALBA	VIA S. GIUSEPPE 17	SOCIOASSISTENZA	LONGOBUCCO
CIRCOLO LEGAMBIENTE VOLONTARIATO "SILA: FUTURO ECO SOSTENIBILE"	VIA MANNA 27	AMBIENTE	LONGOBUCCO
CONFRATERNITA DI MISERICORDIA DI DESTRO DI LONGOBUCCO	VIA NAZIONALE LOC. DESTRO	SOCCORSO	LONGOBUCCO
A.V.O.	VIA S.LEONARDO (OSPEDALE)	SOCIOSANITARIO	LUNGRO

CENTRO DI SOLIDARIETA' NUCLEO VOLONTARI POLLINO	CONTRADA CARMINE	SOCIOASSISTENZA	LUNGRO
CENTRO DI AIUTO ALLA VITA	VIA SILA	SOCIOASSISTENZA	LUZZI
C.F.C.S. (CENTRO FEMMINILE CULTURALE E SOCIALE)	TRAV. VITTORIO EMANUELE 2	CULTURA	MANDATORICCIO
CONFRATERNITA DI MISERICORDIA DI MANDATORICCIO	VIA NAZIONALE	SOCCORSO	MANDATORICCIO
CIRCOLO LEGAMBIENTE SOLIDARIETA' DI MONGRASSANO VALLE ESARO-CRATI	VIA PIZZI 19	AMBIENTE	MONGRASSANO
ASSOCIAZIONE PER IL BAMBINO IN OSPEDALE (A.B.I.O.) SEDE DI COSENZA	VIA VILLAGGIO	SOCIOSANITARIO	MONTALTO UFFUGO
OIKOS	VIA CARMINE 14	SOCIOASSISTENZA	MONTALTO UFFUGO
IMPEGNO	P.ZA S. GIORGIO MARTIRE	SOCIOSANITARIO	ORIOLO
FRATERNITA DI MISERICORDIA DI ORIOLO	VIA ROMA 69	SOCCORSO	ORIOLO
S.I.O.H. DELEGAZIONE REGIONALE CALABRIA	STRADA I N.5	SOCIOSANITARIO	PAOLA
A.D.V.S.(ASS.DONATORI VOLONTARI SANGUE)	VIALE MANNARINO 47	SOCIOSANITARIO	PAOLA
AVIO ASS. VOLONTARI IN ONCOLOGIA M.ROB.DE GIOVANNI	VIA NAZIONALE C/O REP. ONCOLOGIA OSPEDALE CIV	SOCIOSANITARIO	PAOLA
BAMBINI EMOPATICI DONAT. DI SANGUE S.FRANCESCO	VIA S. AGATA 1	SOCIOSANITARIO	PAOLA
CENTRO SOCIO CULTURALE PIER GIORGIO FRASSATI	VIA SOTTOMERCATO I STRADA,1	CULTURA	PAOLA
IL FARO	VIA DEL CANNONE 22	SOCIOASSISTENZA	PAOLA
AMICI DELLA TERRA/CLUB DI LORICA SILA-(CS)	C.DA MELLARO LOC. LORICA	AMBIENTE	PEDACE (LORICA)
AMICI DELLA TERRA CLUB DI PIETRAFITTA	VIA ZUMBINI 21	AMBIENTE	PETRAFITTA
S. PAOLO APOSTOLO	VIA LACCATA	SOCIOASSISTENZA	PRAIA A MARE
A.M.I.C.O. VOLONTARIO(ASS. MISS.IT.CRIST.OPER.VOL.)	VIA PIRELLI 90	SOCIOASSISTENZA	RENDE
BANCO ALIMENTARE DELLA CALABRIA ONLUS	C.DA CODA DI VOLPE	SOCIOASSISTENZA	RENDE

F.I.A.D.D.A. SEZ. RENDE	VLE GIARDINI PRESSO CENTRO "L.BELTRANO"	SOCIOSANITARIO	RENDE
FONDAZIONE ROBERTA LANZINO ONLUS	CENTRO SOCIALE R. LANZINO	SOCIOASSISTENZA	RENDE
MISERICORDIA DI ROCCA IMPERIALE	LOC. CUTURA	SOCCORSO	ROCCA IMPERIALE M.
A.P.U.D. ASS.POT.UMANO DOMAN	P.LE KENNEDY, 5	SOCIOSANITARIO	ROGES DI RENDE
SOLIDARIETA'	PARCO N. GREEN	SOCIOASSISTENZA	ROGGIANO GRAVINA
LA VIA	VIA DUOMO 67	SOCIOASSISTENZA	ROGLIANO
A.V.V.S. ASS. VOL. VALLE SAVUTO	C.SO UMBERTO VICO V°, N° 5	SOCCORSO	ROGLIANO S. STEFANO
C.V.R. CROCE VERDE -ROSE -ORGANZZAZIONE NON LUCRATIVA DI UTILITA' SOCIALE (ONLUS)	VIA FOSSATO 51	SOCCORSO	ROSE
LA NUOVA LUCE	VIA S. CABOTO 5	SOCIOASSISTENZA	ROSSANO
A.V.O.ASS. VOLONTARI OSPEDALIERI SEZ. ROSSANO	VIA MARGHERITA 256	SOCIOSANITARIO	ROSSANO
ORGANIZZAZIONE INSIEME	VIA LARGO FIRENZE 3	SOCIOSANITARIO	ROSSANO SCALO
CONSULTORIO "LA FAMIGLIA"	VIA VERBANO, 12 C.P.60	SOCIOSANITARIO	ROSSANO SCALO
CI SONO ANCH'IO	VIA FIRENZE 22	SOCIOSANITARIO	ROSSANO SCALO
GRUPPO DONATORI DI SANGUE FRATRES	VIA CHIOSTRO S. FRANCESCO	SOCIOSANITARIO	S. AGATA D'ESARO
IN CAMMINO	CARMINE SALVATORE PISANI	SOCIOASSISTENZA	S. AGATA D'ESARO
FRATERNITA DI MISERICORDIA S. AGATA D'ESARO S. FRANCESCO	V.LE ELENA	SOCCORSO	S. AGATA D'ESARO
A.V.S.A. ASSOCIAZIONE VOLONTARI S. ADRIANO	VIA DANTE ALIGHIERI 153	SOCIOASSISTENZA	S. DEMETRIO CORONE
CIRCOLO LEGAMBIENTE VOLONTARIATO "SILA"	VIA MONTAGNA GRANDE 11	AMBIENTE	S. GIOVANI IN FIORE
ASSOCIAZ.CROCE VERDE SILANA VOLONTARI P.A.	VIA GRAMSCI 339	SOCCORSO	S. GIOVANNI IN FIORE
ASSOCIAZIONE DISABILI E FAMILIARI A.DI.FA.	VIA BOVIO (D. ALIGHIERI)	SOCIOASSISTENZA	S. GIOVANNI IN FIORE
A.G.D. (AIUTO GIOVANI DIABETICI)	V. MATTEOTTI 131	SOCIOSANITARIO	S. GIOVANNI IN FIORE
ASPID - ASSOC. DI SOLIDARIETA' PER I DISAGI SOCIALI	VIA MACHIAVELLI	SOCIOASSISTENZA	S. GIOVANNI IN FIORE
F.A.D. FAMIGLIE ASSOCIATE	VIA P. MANCINI 32	SOCIOASSISTENZA	S. LORENZO DEL

DISABILI			VALLO
GEMMA PREVEN.MALATTIE GENETICHE E METABOLICHE	VIA FILIPPO GIULIANI	SOCIOSANITARIO	S. LUCIDO
CONFRATERNITA DI MISERICORDIA DI S. MARCO ARGENTANO	P.ZA SELVAGGI 18	SOCCORSO	S. MARCO ARGENTANO
ASSOCIAZIONE S. ATANASIO IL GRANDE	C/O PARROCCHIA S. ATANASIO IL GRANDE	SOCIOASSISTENZA	S. SOFIA D'EPIRO
MANI TESE	VIA ORTO SACRAMENTO 11	SOCIOASSISTENZA	S. SOSTI
IL PELLICANO	LARGO S. LEONE 1	SOCIOASSISTENZA	SARACENA
ASS. SOCIOCULTURALE RICREATIVA E DI SOLIDARIETA' "LAOS"	C.DA PANTANO 13	SOCIOASSISTENZA	SCALEA
VOGLIA DI VIVERE	VIA T, CAMPANELLA 82/86	SOCIOSANITARIO	SCALEA
A.V.A.S. -PRESILA- S. FRANCESCO DI PAOLA	VIA CONA	SOCCORSO	SPEZZANO SILA
CIRCOLO ANSPI "ORATORIO S. ANTONIO"	VIA S. ANTONIO	SOCIOASSISTENZA	TERRANOVA DA SIBARI
ASSOCIAZIONE DI VOLONTARIATO ARIANNA	LOC. ROSANETO	SOCCORSO	TORTORA
ASSOCIAZIONE ETA' SERENA	VIA CESARE BATTISTI 42	SOCIOASSISTENZA	TREBISACCE
CARITA' IN MISSIONE	PARR. CUORE IMMACOLATO DI MARIA	SOCIOASSISTENZA	TREBISACCE
CONFRATERNITA DI MISERICORDIA DI TREBISACCE	P.ZA CARLO LEVI 5	SOCCORSO	TREBISACCE
CONSULTORIO FAMILIARE L'AGAPE	P.ZA MAZZINI 18	SOCIOASSISTENZA	TREBISACCE

## **INDICE DI FIGURE E TABELLE**

### **FIGURA 1.3.1**

Home page del sito UNICEF Italia [www.unicef.it](http://www.unicef.it) pag.29

### **FIGURA 1.3.2**

Grafico riassuntivo delle caratteristiche del sito  
UNICEF Italia pag.33

### **FIGURA 1.3.3**

Copertina della rivista “Il mondo domani”, mensile  
per l’educazione allo sviluppo del Comitato  
Italiano UNICEF. pag.33

### **TABELLA 1.4.1**

Censimento sulla conservazione delle campagne  
di comunicazione sociale effettuata dall’Osservatorio  
Campagne di Comunicazione Sociale. pag.39

### **TABELLA 1.4.2**

Risultati ottenuti dalla campagna sulla conservazione  
dei siti sociali in Italia realizzata nel 2004. pag.40

### **TABELLA 2.1.1**

Grafico riassuntivo dei dati sulle associazioni di  
Volontariato della provincia di Cosenza. pag.50

### **FIGURA 2.2.1**

Home page del sito Amici della Terra Club del Pollino  
sezione di Castrovillari. pag.57

### **FIGURA 2.2.2**

Home page del sito “Centro culturale Vittorio Bachelet”  
che si trova a Cosenza. pag.60

### **FIGURA 2.2.3**

Home page del sito “Centro contro la violenza alle  
donne Roberta Lanzino” di Cosenza. pag.63

### **FIGURA 2.2.4**

Home page del sito “Associazione di volontariato Go’el”  
che opera a Fuscaldo. pag.66

### **FIGURA 2.2.5**

Home page del sito A.S.P.A. (Acri Soccorso Pronto Aiuto)  
Con sede ad Acri. pag.69

### **FIGURA 2.2.6**

Home page del sito “Comunità Regina Pacis“ che ha sede  
legale a Cosenza. pag.72

**FIGURA 2.2.7 - 2.2.8**

Home page e prima pagina del sito “Gruppo Donatori di Sangue Fratres” Sezione di Cassano Ionio. pag.75

**TABELLA 2.2.9**

Monitoraggio sui siti delle associazioni non profit Della provincia di Cosenza. pag.79

**FIGURA 3.1.1**

Rappresentazione logica di un database pag.90

**TABELLA 3.1.2**

Rappresentazione grafica di una tabella “Persona”, con i vari attributi. pag.93

**FIGURA 3.2.1**

Prototipo di database delle associazioni di volontariato con indirizzo e-mail e collegamento ai siti. pag.96

## BIBLIOGRAFIA

A.A.V.V. *Basi di dati. Architetture e linee di evoluzione*, McGraw-Hill, Milano 2003.

A.A.V.V. *Basi di dati. Modelli e linguaggi di interrogazione*, McGraw-Hill, Milano 2002.

A.A.V.V. *La progettazione concettuale dei dati*, Franco Angeli, Milano 1991.

BAGNASCO A., *Società fuori squadra. Come cambia l'organizzazione sociale*, Il Mulino, Bologna 2003.

BOSCO N., *Dilemmi del welfare. Politiche assistenziali e comunicazione pubblica*, Guerini, Milano 2002.

CALEGARI P., (a cura), *La comunicazione sociale*, Borla, Roma 2001.

CALIGIURI M., *Comunicazione pubblica, formazione e democrazia*, Rubbettino, Soveria Mannelli 2003.

CALIGIURI M. *Lineamenti di comunicazione pubblica*, Rubbettino, Soveria Mannelli 1997.

CALVO M., CIOTTI F., RONCAGLIA G., ZELA M.A., *Internet 2000*, Laterza, Roma-Bari 2000.

CENSIS, *Il raccolto della solidarietà*, Franco Angeli, Milano 1994.

CESERANI G.P., *Storia della pubblicità in Italia*, Laterza, Bari 1988.

CUCCO E., PAGANI R., PASQUALI M., (a cura), *Primo Rapporto sulla comunicazione in Italia*, Rai Eri, Torino 2005.

- DI NARDO N., ZOCCHI A.M., *Internet, storia, tecnica, sociologia*, UTET Libreria, Torino 1999.
- DE LEONARDIS O., *In un diverso welfare. Sogni e incubi*, Feltrinelli, Milano 1998.
- FERRARESI M., *Pubblicità e comunicazione*, Carocci, Roma 2002.
- GADOTTI G., *La comunicazione sociale. Soggetti, strumenti e linguaggi*. Arcipelago, Milano 2003.
- GADOTTI G., *La pubblicità sociale. Lineamenti, esperienze e nuovi sviluppi*. Franco Angeli, Milano 1993, 7ª edizione.
- GARRONE G.B., *Profili giuridici del sistema dell'informazione e della comunicazione*, Giappichelli, Torino 2004, ultima edizione.
- GENSINI S. (a cura), *Manuale della comunicazione*, Carocci, Roma 1999.
- GRECO G. (a cura), *Mediamorfosi. Conversazioni su comunicazione e società*, Rubettino, Soveria Mannelli 2000.
- HUITEMA C., *E Dio creò Internet*, Muzzio, Padova 1996.
- MALDONADO T., *Critica della ragione informatica*, Feltrinelli, Milano 1997.
- MANTOVANI, G., *L'interazione uomo-computer*, Il Mulino, Bologna 1995.
- MORCELLINI M., *Passaggio al futuro. La socializzazione nell'età dei mass-media*. Franco Angeli, Milano 1997.
- NEGROPONTE N., *Essere digitali*, Sperling&Kupfer, Milano 1995.
- PETRUCCO C., *Introduzione all'informatica e alla navigazione in Internet*, CEDAM, Bologna 1999.

PETRUCCO C., *Internet, guida per i comuni mortali*,  
Il Cardo, Venezia 1995.

THOMPSON J.B. *Mezzi di comunicazione e modernità. Una teoria  
sociale dei media*, Il Mulino, Bologna 1999.

ZANACCHI A., *La sfida dei mass media*, Ed.Paoline, Torino 1990.

ZANACCHI A., *La pubblicità*, Lupetti, Milano 1999.

## SITOGRAFIA

<http://www.aipa.it>

<http://www.adg.it/sgiovann/index.html>

<http://www.affarisociali.it>

<http://www.agcom.it>

<http://www.aism.cosenza.it>

<http://www.aspacri.it>

<http://www.assirm.it>

<http://www.associazionegoel.org>

<http://www.associazionelaspiga.org>

<http://www.associazioneregina pacis.org>

<http://www.avis.cs.it>

<http://www.avolungro.3000.it>

<http://www.avulss.org./regione/calabria>

<http://www.bandieragialla.it>

<http://www.caligiuri.it>

<http://www.censis.it>

<http://www.centrolanzino.medianetis.it>

<http://www.centrovolontariato.it>

<http://www.comune.cosenza.it>

<http://www.comunicatoripubblici.it>

<http://www.comunicazioni.it>

<http://www.educational.rai.it>

<http://www.filadelphia.it>

<http://www.fivol.it>

<http://www.flashgiovani.it>

<http://www.forumsolidarieta.it>

<http://www.francescopira.it>

<http://www.google.it>

<http://www.html.it>

<http://www.laterza.it>

<http://www.legambientesila.org>

<http://www.ltt.it>

<http://www.mediaeducation.it>

<http://www.mediamente.rai.it>

<http://www.mrwebmaster.it>

[http://www.non profit.viainternet.org](http://www.nonprofit.viainternet.org)

<http://www.occs.it>

<http://www.offertasociale.it>

<http://www.optacon.calabria.it>

<http://www.osservatoriosullacomunicazione.com>

<http://www.provincia.cs.it>

<http://www.pubbliaccesso.gov.it>

<http://www.pubbliprogresso.it>

<http://www.pubbliweb.com>

<http://www.regione.calabria.it>

<http://www.retesociale.it>

<http://www.segretariatosociale.rai.it>

<http://www.serviziosociale.com>

<http://www.socialworksearch.com>

<http://www.sociologia.uniroma1.it>

<http://www.sovvenire.it>

<http://www.unicef.it>

<http://www.unimondo.org.it>

<http://www.usabile.it>

<http://www.usl.mo.it>

<http://www.vita.it>

<http://www.vssp.it>

<http://wai.camera.it>

<http://www.web.tiscali.it/cassanofratres/>

<http://www.welfare.gov.it>