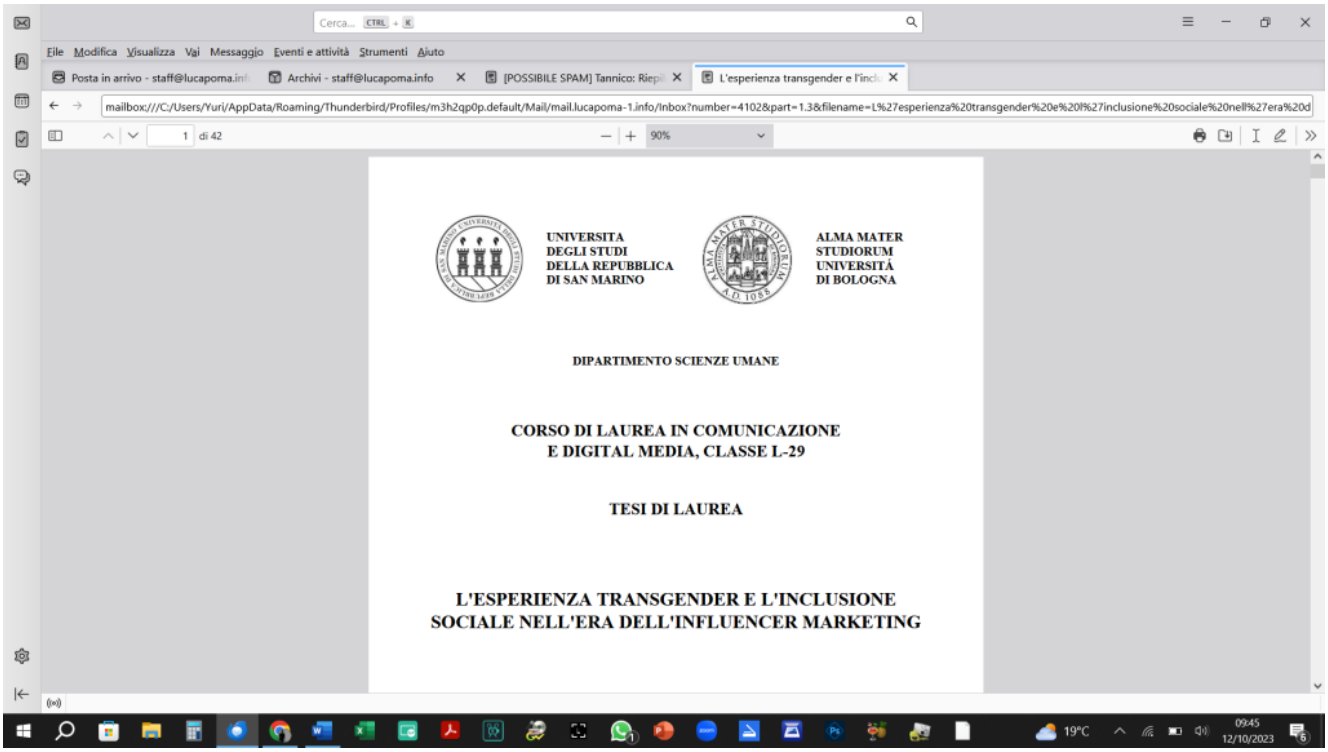
Human&Green Retail Forum: la XIII edizione al Pacta Teatro Milano nel segno della ‘direzione obbligata’ per prendersi cura degli altri e del pianeta

La scommessa e il messaggio della XIII edizione del Forum organizzato nell’ambito della Milano Green Week, è che nel nesso fondamentale tra umanità e ambiente, nella necessità di fare riferimento a queste due dimensioni della sostenibilità per pensare al futuro, c’è la chiave per mettersi in marcia, per dare nuova energia e nuova motivazione alla transizione umano-ecologica del retail e del largo consumo.

Tesi di laurea: L’ESPERIENZA TRANSGENDER E L’INCLUSIONE SOCIALE NELL’ERA DELL’INFLUENCER MARKETING



di Alice Molari, Università degli Studi della Repubblica di San Marino – Alma Mater Studiorum, Università di Bologna

DIPARTIMENTO SCIENZE UMANE
CORSO DI LAUREA IN COMUNICAZIONE E DIGITAL MEDIA, CLASSE L-29

Viviamo in un’epoca digitale, nella quale il mondo è più connesso che mai. Le barriere geografiche si stanno sgretolando, e attraverso i social media milioni di voci risuonano con potenza in tutto il globo. Questa connessione ha innescato una trasformazione profonda, portando alla ribalta temi essenziali come l’inclusione, la rappresentanza delle

minoranze e l’accettazione della diversità.

In un periodo in cui la diversità, l’equità e l’inclusione sono al centro del dibattito sociale, esplorare queste tematiche diventa non solo importante ma anche imprescindibile. È un’opportunità per ampliare le nostre prospettive, per comprendere meglio noi stessi e per dare voce ai gruppi spesso sottorappresentati o discriminati nei media. È un invito a contribuire a costruire una società più equa e armoniosa, dove ogni individuo possa esprimere la propria autenticità senza restrizioni.

In questo contesto emergono nomi che risuonano con una grande eco tra milioni di seguaci: Francesco Cicconetti, Muriel, Lady Gaga, Nina Rima, Alicia Garza e molti altri. Il loro impatto va ben oltre il numero di like e condivisioni: questi influencer incarnano l’autenticità e si impegnano quotidianamente per veicolare uguaglianza, sono modelli positivi e fonti di ispirazione per coloro che intraprendono il cammino di accettazione e transizione.

Tuttavia, l’inclusione sociale non è solo una questione di “visibilità online”: per costruire una società veramente giusta e rispettosa di ogni identità di genere, è essenziale che azioni legali, sociali ed educative lavorino insieme per promuovere la diversità e l’inclusione. Siamo tutti chiamati a lavorare insieme per costruire un futuro in cui la diversità sia celebrata e in cui ogni individuo possa esprimere la propria autenticità senza restrizioni. È una sfida, ma anche una straordinaria opportunità di cambiamento. In questo percorso, esploreremo come le piattaforme digitali possano contribuire a plasmare un mondo più inclusivo e rispettoso delle differenze e come l’inclusione sia divenuta una forza trainante nell’era digitale.

Il testo integrale della tesi è scaricabile in formato .pdf a questo link

Digital crisis: come gestire i conflitti e i dibattiti online

Spunti e tecniche per ridurre i contrasti e far passare i messaggi che più ci stanno a cuore, e creare valore, anche nelle discussioni online.

Intervento del Prof. Alberto

Pirni: “La reputazione come riconoscimento individuale e di gruppo: storia e prospettive”

Al convegno *“La buona reputazione come acceleratore di business nelle relazioni bilaterali Italia – Albania”*, organizzato il 16 marzo 2023 a Tirana presso Università Cattolica *Nostra Signora del Buon Consiglio* (ne abbiamo

parlato qui, mentre locandina e programma completo, con tutti i relatori dell'evento sono disponibili a questo link), è intervenuto tra i relatori accademici il Dott. Alberto Pirni, Professore di Filosofia Morale alla Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa. Il suo interessantissimo intervento ha spaziato nei secoli e tra le diverse discipline, ripercorrendo e definendo il concetto di ***reputazione*** a partire dall'Antica Grecia ai giorni nostri, in un affascinante viaggio tra valori e significati senza tempo.

Ecco il video integrale del suo speech.

Tesi di laurea: SHARENTING: L'IMPORTANZA DI UNA MEDIA

CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE ED EXPERIENCE DESIGN

Anno accademico 2022/23

Introduzione

I social media si sono rapidamente diffusi nella quotidianità a una velocità tale da non essere compresi approfonditamente, ma questo non impedisce agli utenti di farne un uso intensivo, come per qualsiasi nuovo mezzo di comunicazione.
Chi è stato in grado di comprenderli, ha iniziato a utilizzarli per profitto, dando l'impressione che fosse un modo per reclamare la propria libertà, mentre invece i social nascondono molte limitazioni che non sono palesi a prima vista, creando così un guadagno costante per chi, invece, comprende i social e il loro utilizzo per profitto.
Manca la volontà e anche una via univoca di trattare con i social, finendo per avere le proprie vite controllate da questi. Come influirà questo però sulle generazioni future? Queste sono generazione che comprendono in modo migliore, anche se non completamente, la potenza dei social media, e che saranno però per sempre penalizzati dalle scelte fatte da chi i social non li comprendeva fino in fondo.
Qualsiasi cosa postata sui social ha potenzialmente un pubblico molto ampio, non è paragonabile alla condivisione "peer to peer", e questo è un gap che va tassativamente colmato per una comunicazione pensata.
Anche i social devono infatti essere utilizzati in maniera corretta, alla stessa maniera in cui si è imparato a usare altri oggetti di uso comune: molte delle controversie scaturite nel mondo dei social provengono proprio da una sottovalutazione dei mezzi.
Per questi motivi, non si può prescindere da un'attenta media education, per far sì che chiunque si interfacci sui social media sia ben formato e informato dei pericoli e delle potenzialità del mezzo di comunicazione.

(…)

Il testo integrale della tesi (50 pagine. in pdf) è disponibile a questo link