

Indice

Premessa	XI
Societing ovvero la piccola storia di un grande concetto tra marketing e sociologia di <i>Bernard Cova</i>	1
PARTE PRIMA. L'EVOLUZIONE DEL CONCETTO DI SOCIETING	
1 Societing reloaded, oggi di <i>Adam Arvidsson e Alex Giordano</i>	9
1.1 La necessità di un nuovo modello sostenibile	9
1.2 Dal marketing al societing: è solo l'inizio	13
1.3 Un nuovo ruolo per l'impresa	13
1.4 Innovazione sociale e paradigmi in crisi	15
1.5 Imprenditorialità sociale	17
1.6 Un nuovo regime di valore: il ruolo della reputazione	18
1.7 I pubblici e la socializzazione della produzione	20
1.8 Finanza e sentiment generale	22
1.9 Infrastrutture ed economia etica	23
1.10 Organizzazione e comunità produttive estese: verso un'impresa etica	24
2 L'agire politico delle imprese sociali di <i>Carolina Bandinelli</i>	27
2.1 Impresa e innovazione sociale: tra welfare e start-up culture	27
2.2 Discorsi sopra l'innovazione sociale	31
2.3 Impresa e innovazione sociale come movimento culturale e agire politico	38

3	L'influenza del social e il potere dei beni intangibili: la benevolenza di <i>Barret Stanboulian</i> con il contributo di <i>John Grant</i>	45
3.1	Introduzione	45
3.2	Due mondi: mentalità di sistema	46
3.3	Abuso di sistema: il costo sociale del <i>de-leverage</i>	49
3.4	Ridare valore alla Nuova Economia	54

PARTE SECONDA. I SISTEMI PER LO SVILUPPO DEL SOCIETING

4	Pubblici produttivi di <i>Adam Arvidsson</i>	63
4.1	Introduzione	63
4.2	Pubblici, non comunità	65
4.3	Economia della reputazione, non economie del dono	69
4.4	Per una nuova politica della produzione	76
5	Social media per il societing e la social innovation di <i>Alex Giordano</i>	81
5.1	L'ascesa dei net citizen	83
5.2	L'analisi netnografica come riduttore di complessità dei big data	87
5.3	Comunità interconnesse: le online social change community (OSCC)	92
5.4	I social media per finalità di social innovation	99
6	Il societing come pratica collaborativa: tecnologie, spazi e processi di open design di <i>Massimo Menichinelli</i>	105
6.1	Il societing come pratica collaborativa	105
6.2	Facilitare le pratiche collaborative con strumenti digitali	108
6.3	Spazi locali per pratiche collaborative globali	115
6.4	Dalla fabbricazione digitale all'open design	120
6.5	Facilitare processi e sistemi di open design	122
7	Il societing e la co-creazione della città di <i>Salvatore Iaconesi</i> e <i>Oriana Persico</i>	129
7.1	Premessa	129

7.2	Zoom in	130
7.3	Gli spazi emergenti della città	133
7.4	La personalizzazione dello spazio	136
7.5	L'intelligenza ubiqua	137
7.6	La co-creazione della città	140
7.7	Traiettorie di ricerca future	150
7.8	Conclusioni	150
8	La moneta non convenzionale di <i>Anna Cossetta</i>	155
8.1	Introduzione	155
8.2	Economia e relazione: i beni relazionali	159
8.3	Beni relazionali e Web	161
8.4	La fiducia nella moneta	162
8.5	La risposta alla tragedy of commons: le monete non convenzionali	165
8.6	Le monete non convenzionali nella storia	166
8.7	Le monete non convenzionali oggi	169
8.8	Le monete non convenzionali e il Web	170
8.9	Conclusioni	176
9	Societing: la nuova realtà della peer-to-peer production di <i>Michel Bauwens</i>	183
9.1	Introduzione	183
9.2	La nuova realtà della commons-based peer production	183
9.3	Il cambiamento che vogliamo	187
9.4	Come ci arriviamo? Verso una grande alleanza dei beni comuni	193
9.5	Come concepire la teoria del cambiamento in p2p?	194
10	Cloud storytelling e societing organization di <i>Vincenzo Moretti</i>	201
10.1	Narrami, o Musa	201
10.2	La bambina di Weick	202
10.3	Per genio e per caso	203
10.4	La parola ai giurati	203
10.5	Ancora due e poi basta	205
10.6	Secondiglianers	205
10.7	From Enakapata to Uno, doje, tre e quattro	206

10.8	Bella Napoli, Rione Sanità	208
10.9	Le vie del lavoro	210
10.10	Omero return	212
10.11	Societing organization	212
11	Dall'underground al mainstream e ritorno di <i>Bertram M. Niessen</i>	215
11.1	Introduzione	215
11.2	Ma che cos'è l'underground?	216
11.3	L'integrazione nelle economie postfordiste	220
11.4	La crisi degli anni Duemila e la liquefazione dell'underground	224
11.5	D.I.Y., bricolage e condivisione nel mainstream contemporaneo	226
11.6	Conclusioni	228
APPENDICI		
A.1	Promuovere l'innovazione sociale in italia: ItaliaCamp e il concorso «La tua idea per il Paese» di <i>Riccardo Maiolini, Irene Smargiassi, Francesca Buttara</i>	235
1.	Introduzione	235
2.	L'associazione ItaliaCamp	235
3.	Inquadrare ItaliaCamp nel contesto dell'innovazione sociale	239
A.2	Gli uccelli tessitori di <i>Jaromil</i>	253
1.	Per un manifesto dei nativi digitali	253
2.	I giovani del Dharma	253
3.	Libera creatività	254
4.	Nessuna nazione	256
5.	Città in rete	257
6.	Media orizzontali	259
7.	Non siamo un numero	259
8.	Non abbiamo bisogno di educazione	260
9.	Due parole sulla Primavera	261
Gli Autori		263