

# CNDSS 2018

## Atti della III Conferenza Nazionale delle Dottorande e dei Dottorandi in Scienze Sociali

a cura di

Giovanni Brancato, Gabriella D'Ambrosio, Erika De Marchis

Edoardo Esposito, Cecilia Ficcadenti, Raffaella Gallo

Francesca Grivet Talocia, Melissa Stolfi, Marta Tedesco, Andrea Vaccaro





Collana Materiali e documenti 49



# CNDSS 2018

Atti della III Conferenza Nazionale  
delle Dottorande e dei Dottorandi in Scienze Sociali  
13-14 Settembre 2018

*a cura di*

*Giovanni Brancato, Gabriella D'Ambrosio, Erika De Marchis,  
Edoardo Esposito, Cecilia Ficcadenti, Raffaella Gallo,  
Francesca Grivet Talocia, Melissa Stolfi, Marta Tedesco, Andrea Vaccaro*



SAPIENZA  
UNIVERSITÀ EDITRICE

2019

Copyright © 2019

**Sapienza Università Editrice**

Piazzale Aldo Moro 5 – 00185 Roma

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

[editrice.sapienza@uniroma1.it](mailto:editrice.sapienza@uniroma1.it)

Iscrizione Registro Operatori Comunicazione n. 11420

ISBN 978-88-9377-127-6

DOI 10.13133/9788893771276

Pubblicato a dicembre 2019



Quest'opera è distribuita  
con licenza Creative Commons 3.0  
diffusa in modalità *open access*.

In copertina: foto di Gerd Altmann da Pixabay

# Indice

Introduzione	1
PARTE I – COMUNICAZIONE E MEDIA	
Comunicazione e media: strumenti di analisi del sociale <i>Giovanni Brancato e Melissa Stolfi</i>	5
1. Quale presente per la pubblicità, la ridefinizione dei palinsesti televisivi con il branded entertainment: quando il prodotto diventa la storia <i>Alessia Bellezza</i>	9
2. Il marketing politico alla prova della rete. Elezioni italiane e <i>digital campaign</i> <i>Ernesto Dario Calò</i>	19
3. Valutare la User experience nella PA: applicazione delle linee guida AgID su siti ministeriali <i>Daniele del Gaudio e Stefania Pizza</i>	33
4. L'intreccio dell'esperienza artistica. Tra percezione e rappresentazione. Una ricostruzione teorica per nuovi modelli comunicativi <i>Valentina Faloni</i>	45
5. Un ponte sul Mediterraneo: la rappresentazione del terrorismo nelle tv europee ed arabe <i>Dario Fanara</i>	55
6. Emotional and cognitive reactions of consumers to a charity campaign <i>Ana Carmela Martínez Levy</i>	65

7. L'agenda politica ibrida: i temi della campagna elettorale del MoVimento 5 Stelle tra TV e Social Network nelle Elezioni 2018 77  
*Simone Saluusti*
8. "Vinci Salvini!": quando la propaganda incontra i social media 91  
*Livia Serlupi Crescenzi e Marco Caneddu*
9. La rappresentazione televisiva delle migrazioni nei programmi di infotainment 105  
*Domenica Natasha Turano*

PARTE II – DEVIANZA, CRIMINALITÀ E CONTROLLO SOCIALE

- Brevi riflessioni su devianza, criminalità e controllo sociale 117  
*Erika De Marchis e Raffaella Gallo*
1. Tra carcere e società: evoluzione e funzione sociale della pena 121  
*Manuela Cardone*
2. Tra Morte e Spettacolo. Il Linciaggio di Henry Smith, 1 Febbraio 1893 131  
*Giovanni B. Corvino*
3. Il bisogno di salute in prigione. Francia e Italia due realtà a confronto. Orientamenti e prospettive, ambiguità e paradossi 141  
*Patrizia Pacini Volpi*
4. Il filo rosso della violenza. Gli abusi contro le donne nei racconti degli uomini maltrattanti 151  
*Alberto Pesce*
5. "Va ora in onda...la 'ndragheta". Come la criminalità organizzata è passata dall'omertà, al mimetismo fino alla comunicazione pubblica 161  
*Sabrina Pignedoli*
6. Islam ed Islamismo: lettura di un paradosso culturale 169  
*Gianluca Tirozzi*

PARTE III – IDENTITÀ E MUTAMENTO SOCIALE

- "Sulle sabbie mobili": come le trasformazioni sociali incidono sull'individuo 181  
*Gabriella D'Ambrosio e Marta Tedesco*



1. La costruzione dell'identità europea nella narrazione giornalistica comunitaria e italiana	185
<i>Stefania Adriana Bevilacqua e Sara Nanetti</i>	
2. Nuovi scenari identitari: il veganismo come lifestyle movement	195
<i>Mirco Costacurta</i>	
3. RibaltaMente: nuovi paradigmi educativi in atto. Quando l'antropologia culturale diventa un lavoro pubblico	205
<i>Erica Fossati</i>	
4. Intelligenze artificiali ed etica. Il rapporto sociale tra persona e macchina	215
<i>Edmondo Grassi</i>	
5. The Double-Edged Banalization of Israeli National Identity	225
<i>Alon Helled</i>	
6. Il Diversity Management in Italia. Una ricognizione sulle esperienze di gestione della diversità nella Pubblica Amministrazione	235
<i>Giuseppe Mauro</i>	
7. Parental attachment, self-confidence and deviant behavior at Albanian teenagers	245
<i>Irena Xhaferrri e Edvaldo Begotaraj</i>	
PARTE IV – NUOVI PARADIGMI SOCIOPOLITICI E MIGRAZIONI	
Nuovi paradigmi sociopolitici e migrazioni: un'introduzione	257
<i>Edoardo Esposto e Francesca Grivet Talocia</i>	
1. Identità elettorale nel nuovo scenario politico italiano tra solidità e crisi di appartenenza	261
<i>Vittoria Azzarita e Stefania Chimenti</i>	
2. Partecipazione politica e processi di ibridazione. L'attivismo politico nell'era di Internet	271
<i>Vittoria Azzarita, Gjergji Cingo e Maria Dentale</i>	
3. Obsolete Dichotomies? Sociological Research and Political Bias	281
<i>Lou Therese Brandner</i>	

4. Il fallimento del paradigm shift democratico. La Russia da El'cin a Putin <i>Federico Delfino</i>	291
5. Una nuova forma di civismo politico: il caso di alcuni sindaci pugliesi <i>Rosanna Labalestra</i>	301
6. La teoria del Comune e questioni applicative. Riflessioni su un paradigma politico rinnovato <i>Alessandro Romano</i>	313
7. «Evitare il consumo di capitale», una lente per indagare i processi neoliberali <i>Paolo Scanga</i>	325
8. Lo spazio politico e mediatico dell'accoglienza <i>Serena Angelucci</i>	335
9. Relazioni tra istituzioni e galassia solidale in un contesto frontaliero: il caso di Ventimiglia <i>Federico De Salvo</i>	345
10. Il passaggio all'età adulta dei giovani ivoriani in Italia (il caso umbro) <i>Eugenio Biagio Moltisanti</i>	355
 PARTE V – SVILUPPO ECONOMICO E COESIONE SOCIALE	
Sviluppo economico e coesione sociale: sfide e prospettive <i>Cecilia Ficcadenti e Andrea Vaccaro</i>	367
1. Sense of home via ICT applications: a qualitative exploration of space modification in the domestic realm by Airbnb users <i>Roei Bachar</i>	369
2. L'implementazione della Carta Acquisti Sperimentale a Catania. Quali effetti? <i>Elvira Celardi</i>	381
3. Multidimensionalità e trasversalità. Una proposta di integrazione statistica e teorica per lo studio degli obiettivi di sviluppo sostenibile <i>Alessio Di Leo e Giuliana Parente</i>	391

4. Tra ambiente e territorio. Un focus sulla *smart city* 403  
*Ilaria Iannuzzi*
5. Sustainability of water policy, social and environmental impact in the agriculture sector 411  
*Alda Miftari*
6. Evidenze da uno studio sulla mobilità intergenerazionale in Italia 421  
*Veronica Pastori*
7. Il linguaggio della partecipazione. Strategie di innovazione nelle politiche urbane di un'Amministrazione pubblica: il caso di Bologna 431  
*Luigi Virgolin*
8. Servitù militari, ambiente e territorio. Associazionismo civico e politiche di sostenibilità socio-ambientale in presenza di attività militari a elevato impatto territoriale 443  
*Daniela Volpi*

## 4. Tra ambiente e territorio. Un focus sulla *smart city*

*Ilaria Iannuzzi*

*Università degli Studi di Roma La Sapienza*

*ilaria.iannuzzi@uniroma1.it*

Abstract: : Il presente contributo analizza criticità e potenzialità della *smart city*, intesa sia categoria concettuale nuova, sia come fenomeno in crescente espansione. Lo spazio urbano *smart* è viene declinato come 'intelligente', ma non esiste, ad oggi, una definizione univoca di cosa si intenda con i termini 'smart' e 'smartness'. Essi, infatti, nelle loro accezioni assumono sfumature differenti a seconda degli aspetti su cui si pone l'accento e degli ambiti di studio che li esaminano. Chi sono gli attori coinvolti all'interno delle dinamiche processuali riguardanti la città intelligente? E attraverso quali modalità essi sono chiamati ad agire? Quali sono, inoltre, gli obiettivi che una *smart city* deve raggiungere e come coniugare tra loro finalità spesso molto distanti le une dalle altre? Si cercherà di rispondere a tali quesiti attraverso la prospettiva propria della sociologia generale, attenta a una lettura complessiva dell'ordine sociale e delle sue possibilità di sviluppo..

Keywords: *smart city*, *smartness*, ambiente, territorio, città.

### 4.1.

È sempre più diffuso, all'interno di ogni campo del sapere, l'utilizzo del termine 'smart'. Ciascun settore attribuisce, in particolare, un significato peculiare a tale termine, rendendo difficile identificare univocamente quali siano le variabili in gioco ogniqualvolta si faccia riferimento all'"intelligenza" invocata.

Come noto, il termine "smart" deriva dalla lingua inglese e viene principalmente tradotto, nella lingua italiana, con gli aggettivi 'brillante', 'abile', 'acuto'. La traduzione maggiormente utilizzata rimanda, però,

all'aggettivo "intelligente" (Amitrano e Bifulco 2016; Papa et al. 2014; Gil-Garcia, Zhang e Puron-Cid 2016; Hayman 1998; Mezzapelle 2016). Sempre più frequente è, come noto, l'utilizzo di tale aggettivo in riferimento alla dimensione della città (Albino, Berardi e Dangelico 2015; Almirall et al. 2016; De Luca 2012; Deakin e Al Waer 2011; Etezzadadeh 2016; Kar et al. 2017; Marciano 2015).

Volgendo lo sguardo agli obiettivi che la città intelligente si propone di realizzare, si stagliano con evidenza le finalità relative alla sostenibilità (ambientale e sociale), sviluppo culturale, all'innovazione, all'inclusione, all'efficienza energetica e alla resilienza. Obiettivi non raggiungibili, secondo tale prospettiva, senza la costante applicazione di tecnologie all'avanguardia. Le ICT rappresentano, dunque, uno degli elementi essenziali affinché la smart city sia tale (Beretta 2015; Dall'Ò 2014).

Si tratta, dunque, di finalità di non facile realizzazione, soprattutto all'interno di complessi urbani già avviati e con una storia consolidata nel tempo, laddove possono emergere molti elementi facilitanti il processo, ma anche molti fattori ostacolanti. Si pensi al ruolo rivestito, in tal senso, da confini e limiti identitari, culturali, economici e tecnologici. A fronte di tale livello di complessità, appare opportuno chiedersi attraverso quali prospettive, strumenti e soggetti sia effettivamente possibile realizzare, congiuntamente e in maniera sistemica e integrata, la totalità degli obiettivi della città intelligente.

Da questo punto di vista, la chiave di lettura attualmente preponderante, basata su un'interpretazione efficientistica del fenomeno, non sembra in grado di operare in tale direzione. L'applicazione del solo criterio dell'efficienza, da un lato, non considera sufficientemente le condizioni fondamentali che devono esistere a monte dell'efficienza affinché possano essere attuate concretamente pratiche smart; dall'altro, si presenta esso stesso come garanzia delle medesime condizioni. La presenza di un terreno sociale inclusivo, sostenibile e sviluppato culturalmente che possa fungere da base fertile per l'introduzione di forme di smart city è, quindi, data per scontata.

La letteratura esistente in materia si è interrogata e continua a interrogarsi su quali possano essere concretamente le misure attuabili nei contesti urbani per trasformare le città già esistenti in città smart e per rendere originariamente smart quelle di nuova fondazione (Dameri e Giovannacci 2015; Federico 2013; Gabrielli e Granelli 2014). Il dibattito sull'intelligenza della città si unisce, in tal senso, a quello relativo all'intelligenza delle persone che compongono e vivono la città. L'intelligenza

urbana, da questo punto di vista, non è mai scissa dal livello di smartness dei suoi abitanti. Numerosi, quindi, sono gli sforzi volti a comprendere come sia possibile mutare le abitudini, le percezioni e i valori che ispirano quotidianamente la condotta degli abitanti delle città.

I soggetti chiamati in causa sono individuati nel singolo consumatore, da un lato, e nelle istituzioni, dall'altro. Il singolo, in tale prospettiva, rappresenterebbe l'attore chiave della smart city, in qualità di prosumer, ossia di produttore-consumatore (Degli Esposti 2015; Gerhardt 2008; Ritzer e Jurgenson 2010; Ritzer 2015; Toffler 1980; Xie, Bagozzi e Troye 2008). Questa nuova figura non si identifica più con il classico consumatore che agisce passivamente, esclusivamente fruendo di un bene o di un servizio già confezionato in precedenza, ma viene a delineare un soggetto capace di intervenire in maniera attiva in tutte le fasi del processo di produzione. Il prosumer costituirebbe, dunque, la figura chiave del futuro, recuperando la dimensione dell'artigianalità, ma declinata secondo un paradigma altamente tecnologizzato e muovendosi verso un'orizzontalizzazione del rapporto produttore-consumatore in grado di ridurre notevolmente, se non eliminare del tutto, il problema delle asimmetrie informative esistente, in questo caso, in ambito economico.

Il ruolo delle istituzioni si lega, invece, alla sfera politica e alle pratiche di persuasione provenienti dall'ambito della comunicazione, in particolare, di carattere ambientale. Si tratta di una sfera fondamentale in un settore così delicato e importante per l'agire sociale dei soggetti, che spesso, però, si è rivelata fallace poiché non ha generato gli effetti desiderati e ha assunto i connotati non tanto di vera comunicazione quanto, piuttosto, di mera informazione. Spesso, infatti, è stata rivolta a un target indistinto o incentrata sulla generazione di un sentimento di paura e di colpa, adottando una connotazione prescrittiva e a carattere monodirezionale, dall'alto verso il basso, e non bidirezionale; non ha avuto continuità nel tempo e si è focalizzata molto sui sintomi del problema e non sui processi che lo generano, producendo, come risultato finale, un sovraccarico di informazioni non collegate tra loro e la sensazione – che, spesso, si è tragicamente mutata in convinzione –, da parte dell'utente, di non avere gli strumenti adatti per poter affrontare le tematiche proposte dalle campagne di sensibilizzazione e, di conseguenza, la generazione di un sentimento di rassegnazione (Balzaretto e Gargiulo 2009). La conoscenza del problema, in altre parole, raramente si è trasformata in coscienza del problema.

Il paradigma economicistico imperante fa sì che numerose misure pensate per concretizzare la smart city e miranti ad attivare condotte virtuose negli abitanti delle città, siano improntate su incentivi economici e/o fiscali. Si pensi, in tal senso, alle misure di questo tipo pensate per l'efficientamento energetico delle case (Janda 2011). Raramente, cioè, le misure si ispirano all'idea di un soggetto mosso ad agire virtuosamente sulla base di motivazioni differenti dal criterio puramente economico e quand'anche ciò avvenga, tali misure ri-mandando alla semplice filantropia o carità.

In tal senso, a essere messo in discussione è il conseguimento della stessa efficienza allorquando non vengano valorizzate tutte le esigenze e tutte le forme di capitale, non soltanto il capitale inteso da un punto di vista strettamente economico. Per esplicitare più chiaramente il concetto, l'ambito economico è ciò che meglio lo esemplifica. In economia, la presenza di un solido capitale fiduciario – elemento costitutivamente differente dal capitale economicamente inteso – si traduce, di fatto, in una maggiore efficienza del sistema economico. Contrariamente, laddove la fiducia sia carente, o del tutto assente, il livello di efficienza diminuisce considerevolmente.

La smartness delle città, dunque, per essere realmente tale, sembra essere chiamata sempre più a fare i conti con tale realtà. Una realtà che mette in luce come la declinazione della smart city in termini meramente efficientistici sia, di fatto, non soltanto estremamente riduttiva, ma anche e soprattutto deviante rispetto all'intelligenza auspicata. Città intelligenti, infatti, non è soltanto città efficiente. È anche città efficiente, ma soltanto nella misura in cui l'obiettivo dell'efficienza sia affiancato agli altri obiettivi che la smart city intende realizzare e soltanto laddove appaia chiaro che non tutti gli obiettivi della smart city sono raggiungibili mediante il criterio efficientistico.

Tale aspetto attribuisce nuova linfa vitale alla riflessione circa l'importanza, per il funzionamento della società, della dimensione relativa all'integrazione sociale e al ruolo del capitale sociale (Coleman 1990; Fukuyama 1999; Iannone 2006; Levi 1996), qui inteso non nell'accezione economicistica del termine, ma in quella relazionale. Esso, cioè, coincide, cioè, con alcune particolari relazioni di reciprocità e fiducia, relazioni sociali che diventano vero e proprio capitale. Tale capitale rappresenta un prezioso bacino di risorse per l'intelligenza della città e della comunità, un capitale che, a differenza di quello strettamente economico, può essere impiegato per il raggiungimento dei vari obiettivi smart: non soltanto

per obiettivi sociali come l'inclusione o lo sviluppo culturale, ma anche per obiettivi economici e politici. Quanto più è elevato il capitale sociale, come noto, tanto meglio funzionano le istituzioni e il sistema economico (Covey 2008).

Sembra, dunque, opportuno, analizzare l'agire della città e dei suoi abitanti tenendo costantemente presente il contesto relazionale di riferimento, considerata la non trascurabile influenza che le relazioni esercitano sulla condotta dei soggetti (Donati 2009). È, quindi, fondamentale altresì comprendere come questo contesto sia cambiato nel corso del tempo. Il contesto relazionale della tarda modernità, infatti, appare come un contesto molto diverso da quello moderno dei secoli scorsi. La dimensione relazionale ha acquistato sempre più un'importanza crescente e le diverse discipline di studio, a partire dalla stessa economia, hanno evidenziato quanto rilevante sia l'apporto di tale dimensione nei vari ambiti della società. Concetti, quindi, come, ad esempio, quello di capitale sociale, di rete e di comunità acquistano, oggi, un senso e un significato differente da quello che avevano in passato.

Il concetto di comunità, in particolare, rileva al giorno d'oggi nella misura in cui essa non è un sinonimo di società, ma una forma completamente diversa dello stare insieme che si basa non più sullo scambio tipico del mercato, ma su relazioni fondate su reciprocità e fiducia. La tarda modernità si muove verso tale forma di organizzazione, consapevole dei limiti propri della società di mercato. In questo contesto, non sembra preferibile intendere la smart community come espressione di un ritorno alla comunità classicamente intesa (Tönnies 1887), ma come connubio della tarda modernità tra società e comunità, come sintesi tra società e comunità. Come sintesi, cioè, tra valore di scambio e valore d'uso, da un lato – cioè l'elemento della razionalità come si esprime tipicamente nello scambio del mercato – e il valore di legame (Godbout 1993), dall'altro, il valore generato dalle relazioni.

È attraverso tali lenti che si pone l'accento sul concetto di bene comune, inteso dal punto di vista relazionale e non nell'accezione comune del termine nel senso di bene collettivo. Seguendo la prospettiva di Bruni e Zamagni (Bruni e Zamagni 2009; Zamagni 2012), il bene comune emerge dalla relazione fra i soggetti. È a partire dalla relazione, quindi, che nasce e si sviluppa il bene comune.

Indubbiamente, il discorso relativo alla smart city e, più in generale, a tutto ciò che oggi è chiamato a divenire smart, è molto complesso. Vi sono, infatti, aspetti e obiettivi di una stessa realtà molto distanti tra loro e



spesso in reciproca opposizione da dover coniugare. Facilmente, quindi, si può tendere a preferire, di fatto, uno o alcuni obiettivi che la smartness si propone e non la totalità di essi. E altrettanto facilmente si attribuisce rilievo al solo aspetto tecnologico, declinato in maniera efficientistica. Numerose, inoltre, rimangono le criticità connesse alla progressiva attuazione di esperienze smart. Non trascurabile, da questo punto di vista, è il rischio di passività che un'accettazione acritica di tutto ciò che è tecnologico inteso come automatico sinonimo di progresso comporta (Dall'Ò 2014). Così come non marginale risulta il problema connesso alle difficoltà di ottenimento dell'obiettivo dell'inclusione, soprattutto della popolazione più anziana, se non si tengono in considerazione le conseguenze del *digital divide*. Non da ultima si pone, inoltre, la questione relativa alla garanzia della privacy, spesso messa a dura prova dal crescente utilizzo di app di vario tipo (Dall'Ò 2014).

È, dunque, proprio a partire dalla capacità della città di realizzare in maniera integrata e sistemica tutti gli obiettivi auspicati che è possibile riscontrare il livello di efficacia dell'intelligenza invocata.

## Bibliografia

- ALBINO, V., BERARDI, U., DANGELICO, R.M., Smart Cities: Definitions, Dimensions, Performance, and Initiatives, in "Journal of Urban Technology", 22(1), 2015, pp. 3-21.
- ALMIRALL, E., WAREHAM, J., RATTI, C., CONESA, P., BRIA, F., GAVIRIA, A., EDMONDSON, E., Smart Cities at the Crossroads: New Tensions in City Transformation, in "California Management Review", 59, 2016, pp. 141-152.
- AMITRANO, C.C., BIFULCO, F., Level of smartness in urban contexts: open issues in measurement, in "26th Annual RESER Conference. What's Ahead in "Service Research? New perspectives for business and society", 2016, pp. 590-603.
- BALZARETTI, E., GARGIULO B., *La comunicazione ambientale: sistemi, scenari e prospettive. Buone pratiche per una comunicazione efficace*, Milano, FrancoAngeli, 2006.
- BERETTA, I. (cur.), *L'umanesimo della smart city: inclusione, innovazione, formazione*, Lecce, Pensa multimedia, 2015.
- BOLOGNINI, S., *Dalla smart city alla human smart city e oltre: profili epistemologici e giuspolitici nello sviluppo del paradigma smartness oriented*, Milano, Giuffrè, 2017.
- BRUNI, L., ZAMAGNI, S., *Dizionario di economia civile*, Roma, Città Nuova, 2009.
- COLADO, S., GUTIÉRREZ, A., VIVES, C.J., VALENCIA, E., *Smart city. Hacia la gestión inteligente*, Barcelona, Marcombo, 2014.
- COLEMAN, J.S., *Foundations of Social Theory*, Cambridge, Cambridge University Press, 1990.
- COVEY, S.R.M., *La sfida della fiducia. Velocità ed efficacia nelle relazioni di business e nella vita privata*, Milano, FrancoAngeli, 2008.
- DALL'Ò, G., *Smart city: la rivoluzione intelligente delle città*, Bologna, il Mulino, 2014.
- DAMERI, R.P., GIOVANNACCI, L., *Smart city e digital city: strategie urbane a confronto*, Milano, FrancoAngeli, 2015.
- DEAKIN, M., AL WAER, H., From intelligent to smart cities, in "Intelligent Buildings International", 3(3), 2015, pp. 133-139.
- DEGLI ESPOSTI, P., *Essere prosumer nella società digitale: produzione e consumo tra atomi e bit*, Milano, FrancoAngeli, 2015.
- DONATI, P., *Teoria relazionale della società: i concetti di base*, Milano, FrancoAngeli, 2009.
- ETEZADZADEH, C., *Smart city - Future City?: Smart city 2.0 as a Livable City and Future Market*, Berlin, Springer, 2016.
- FEDERICO, T., Smart city: innovazione e sostenibilità, in "EAI. Energia, Ambiente e Innovazione", 5, 2013, pp. 35-40.

- FUKUYAMA, F., *La Grande Distruzione. La natura umana e la ricostruzione di un nuovo ordine sociale*, Milano, Baldini&Castoldi, 1999.
- GABRIELLI, G., GRANELLI, A. (cur.), *Territori, città, imprese: smart o accoglienti?*, Milano, FrancoAngeli, 2014.
- GERHARDT, W., *Prosumers: A New Growth Opportunity*, San Jose, Cisco, 2008.
- GIL-GARCIA, J.R., ZHANG, J., PURON-CID, G., Conceptualizing smartness in government: an integrative and multi-dimensional view, in "Government In-formation Quarterly", 33(3), 2015, pp. 524-534.
- GODBOUT, J., *Lo spirito del dono*, Torino, Bollati Boringhieri, 1993.
- HAYMAN, R., *The smart culture: society, intelligence, and Law*, New York, New York University Press, 1998.
- IANNONE, R., *Il capitale sociale. Origine, significato e funzioni*, FrancoAngeli, Milano, 2006.
- IANNONE, R., Smartness. The face of the integration in the new "performing" society, in "Storiadelmondo. Periodico telematico di Storia e Scienze Umane", 86, 2002, pp. 1-13.
- JANDA, K.B., Buildings don't use energy: people do, in "Architectural Science Review", 54, 2011, pp. 15-22.
- KAR, A.K., GUPTA, M.P., ILAVARASAN, P.V., DWIVEDI, Y.K., *Advances in Smart Cities: Smarter People, Governance, and Solutions*, Boca Raton, CRC Press, 2017.
- LEVI, M., Social and Unsocial Capital: A Review Essay of Robert Putnam's Making Democracy Work, in "Politics & Society", 24(1), 1996, pp. 45-55.
- MARCIANO, C., *Lo spazio sociale della convergenza*, Roma, Nuova Cultura, 2015.
- MEZZAPELLE, D. Smartness come «stile di vita». Approcci alla discussione, in "Bollettino della Società Geografica Italiana", 8(9), 2016, pp. 489-501.
- OLMEDO MORENO, E.M., DELGADO LÓPEZ, A., From Smart Cities to Smart Human Cities: Digital Inclusion in App's, in "Revista Fuentes", 17, 2015, pp. 41-65.
- PAPA, R., GARGIULO, C., FRANCO, S., RUSSO, L., Urban smartness vs urban competitiveness. A comparison of Italian cities rankings, in "TeMA. Journal of Land Use, Mobility and Environment", 7, 2016, pp. 771-782.
- RITZER, G., Prosumer Capitalism, in "The Sociological Quarterly", 56, 2015, pp. 413-455.
- RITZER, G., JURGENSON, N., Production, consumption, presumption: the nature of capitalism in the age of the digital prosumer, in "Journal of Consumer Culture", 10(1), 2010, pp. 13-36.
- RIZZO, F., Design and Social Innovation for the Development of Human Smart Cities, in "Nordes 2015: Design Ecologies", 6, 2015, pp. 1-8.
- TOFFLER, A., *The third wave*, New York, William Morrow & Company, 1987.
- TÖNNIES, F., *Gemeinschaft und Gesellschaft*, Leipzig, O.R. Reislad, 1887.
- XIE, C., BAGOZZI, R.P., TROYE, S.V., Trying to prosume: toward a theory of consumers as co-creators of value, in "Journal of the Academy of Marketing Science", 36, 2008, pp. 109-122.