

## Publicità Progresso

«Questa Fondazione costituisce un eccellente esempio di come l'Italia possa offrire fondate ragioni di apprezzamento a livello internazionale, dando di sé un'immagine positiva: Publicità Progresso può essere considerata ed è stata spesso definita "un caso unico al mondo"».

Dalla prefazione di **Giorgio Napolitano**

**Sipra**

**Rai** Segretariato Sociale

ISBN 978-88-397-1553-1

# Publicità Progresso

La comunicazione sociale in Italia

a cura di Roberto Bernocchi  
e Rossella Sobrero

**Rai Eri**

Prefazione di Giorgio Napolitano

Contributi di:  
Fausto Anselmi, Aldo Bonomi, Alberto Contri, Michele De Lucchi,  
Giuseppe De Rita, Giovanna Gadotti, Giuseppe Minoia, Carlo Petrini,  
Salvatore Vera, Giorgio Vittadini, Stefano Zamagni



si fuma  
avvelena  
anche te.

il mondo  
a avanti  
tu a che  
into sci?

non fare al bosco  
che non vorresti fosse fatto a te

è bisogno  
di sangue.

io mi chiamo  
Cicero

universitari (che dal 2010 ha preso il nome di “On the Move”), “Suoni senza confini” per le band che hanno giovani musicisti migranti nel proprio gruppo, Onp Award per le organizzazioni non profit che hanno realizzato spot sui temi sociali.

Il regolamento dell’edizione del concorso dedicato alle università per l’anno 2011 è presente sul sito [www.pubblicitaprogresso.org](http://www.pubblicitaprogresso.org).

#### 7. *I road show*

Per entrare in contatto con i giovani, Pubblicità Progresso ha scelto di privilegiare, in questa fase della vita della fondazione, il canale universitario.

Il road show “On the Move” ha coinvolto decine di atenei dove sono stati organizzati momenti di incontro e confronto con gli studenti e i docenti.

Nel 2011 “On the Move” è stato presente in dieci università: Roma Tor Vergata, Napoli Suor Orsola Benincasa, Torino, Genova, Trento, Bergamo, Udine, Gorizia, Teramo, Roma La Sapienza. Il road show ha visto la partecipazione attiva di oltre 2000 studenti e ha potuto contare sulla collaborazione di circa 30 docenti per l’organizzazione degli incontri.

#### 8. *Il club Athena*

In occasione dei suoi quarant’anni, la fondazione ha deciso di dare vita a un club di docenti “amici” di Pubblicità Progresso. Athena, questo il nome scelto, è un’iniziativa finalizzata a consolidare i rapporti sul territorio, stimolare un approfondimento della comunicazione sociale, fornire ulteriori competenze sul sociale, aprire un confronto continuativo.

Ai docenti si chiede di diventare veri e propri punti di riferimento di Pubblicità Progresso, una sorta di “ambasciatori” della comunicazione sociale. Questo impegno si concretizza nella diffusione e nel sostegno delle iniziative di Pubblicità Progresso, nella partecipazione ai concorsi, nella promozione presso l’ateneo degli eventi della fondazione. Ai docenti viene offerta la possibilità di partecipare a un incontro seminariale annuale riservato a coloro che aderiscono, usufruire della consulenza di Pubblicità Progresso nell’organizzazione di un evento sul territorio, suggerire nuove iniziative alla fondazione.

Al 30 giugno, i docenti che hanno aderito al club sono:

Alessandro Antonietti – Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano; Sabrina Benenati – Università degli studi di Siena; Tiziana Cavallo – Università degli studi di Verona e Università Iulm Milano; Christian Corsi – Università degli studi di Teramo; Maddalena Della Volpe – Università degli studi Suor Orsola Benincasa di Napoli; Franca Faccioli – Università La Sapienza di Roma; Guendalina Graffigna – Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano; Renata Kodilja – Università degli studi di Udine – Polo universitario di Gorizia; Pina Lalli – Università degli studi di Bologna; Luisa Maria Leonini – Università degli studi di Milano; Mario Magagnino – Università degli studi di Verona; Paola Panarese – Università La Sapienza di Roma; Simonetta Pattuglia – Università degli studi di Roma Tor Vergata; Francesca Romana Puggelli – Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano; Massimo Ragnedda – Università degli studi di Sassari; Vincenzo Russo – Università Iulm di Milano; Amanda Jane Succi – Università degli studi di Catania.

Sul sito di Pubblicità Progresso è presente un breve profilo dei membri di Athena.

#### 9. *La band*

La Fondazione Pubblicità Progresso si propone di intervenire in settori diversi e attraverso canali differenti allo scopo di contribuire allo sviluppo di una cultura della comunicazione sociale di qualità. In quest’ottica è nato il progetto musicale Bjg Roots Music: un’orchestra-spettacolo disponibile per festival, concerti, eventi e jam session. Suonano nell’orchestra alcuni tra i migliori musicisti italiani e stranieri dei tre generi da cui prende il nome la band: bluegrass, jazz e gospel. L’intento musicale è quello di risalire alle radici di questi generi reinterprestandoli, ma rispettandone la tradizione. Lo scopo del progetto è quello di far conoscere le radici del rock&roll, soprattutto ai giovani, e di raccogliere in una forma nuova e piacevole anche un contributo per le attività sociali della fondazione.