

Le industrie culturali e creative (ICC) comprendono le arti visive e dello spettacolo, la letteratura e la musica, ma anche il design, la moda, il patrimonio culturale e l'editoria. Questo concetto, vasto e variegato, include anche i processi culturali e comunicativi.

Il volume collettaneo qui proposto nasce con lo scopo di tracciare dei punti di connessione all'interno del costellato campo delle ICC.

Tutti gli studi contenuti nel volume concordano nel determinare l'aspetto principale dei lavori nell'ambito del settore culturale: la formalità e l'informalità delle pratiche e delle traiettorie di lavoro si sovrappongono qui più che in qualsiasi ambito lavorativo. Il lavoro "cool" e apparentemente divertente crea all'interno di questi settori logiche spesso esterne a quelle appartenenti al mondo del lavoro nelle industrie tradizionali.

Inoltre, le criticità contrattuali e organizzative delle ICC sono tangibili e la crisi pandemica Covid 19, che ha colpito il settore nel 2020, ha fatto emergere un mondo poco regolamentato, a scapito soprattutto di chi il prodotto culturale e creativo lo rende possibile.

Emerge chiara la necessità di un dibattito scientifico su questo tema, ma anche un intervento pubblico, senza il quale sembra difficile garantire traiettorie lavorative eque in partenza.

Rebecca Paraciani è assegnista di Ricerca presso l'Università di Bologna, dove studia i servizi di welfare, le politiche (e pratiche) di conciliazione vita-lavoro e l'industria musicale. Ha ottenuto un dottorato di ricerca in Sociologia e Ricerca Sociale. È componente del research network "Gender Relations in the Labour Market and the Welfare State" della ESA e fa parte del network internazionale di studiosi e studiose della Street-Level Bureaucracy.

Lorenzo Cattani è dottore di ricerca in Sociologia e Ricerca Sociale. Attualmente è assegnista di ricerca presso il Dipartimento delle Arti dell'Università di Bologna. È membro del research network "Gender Relations in the Labour Market and the Welfare State" della European Sociological Association.

IN COPERTINA: idea creativa e grafica di Eveline Bentivegna.

Euro 23,00

ISBN 979-12-5544-050-5



9 791255 440505

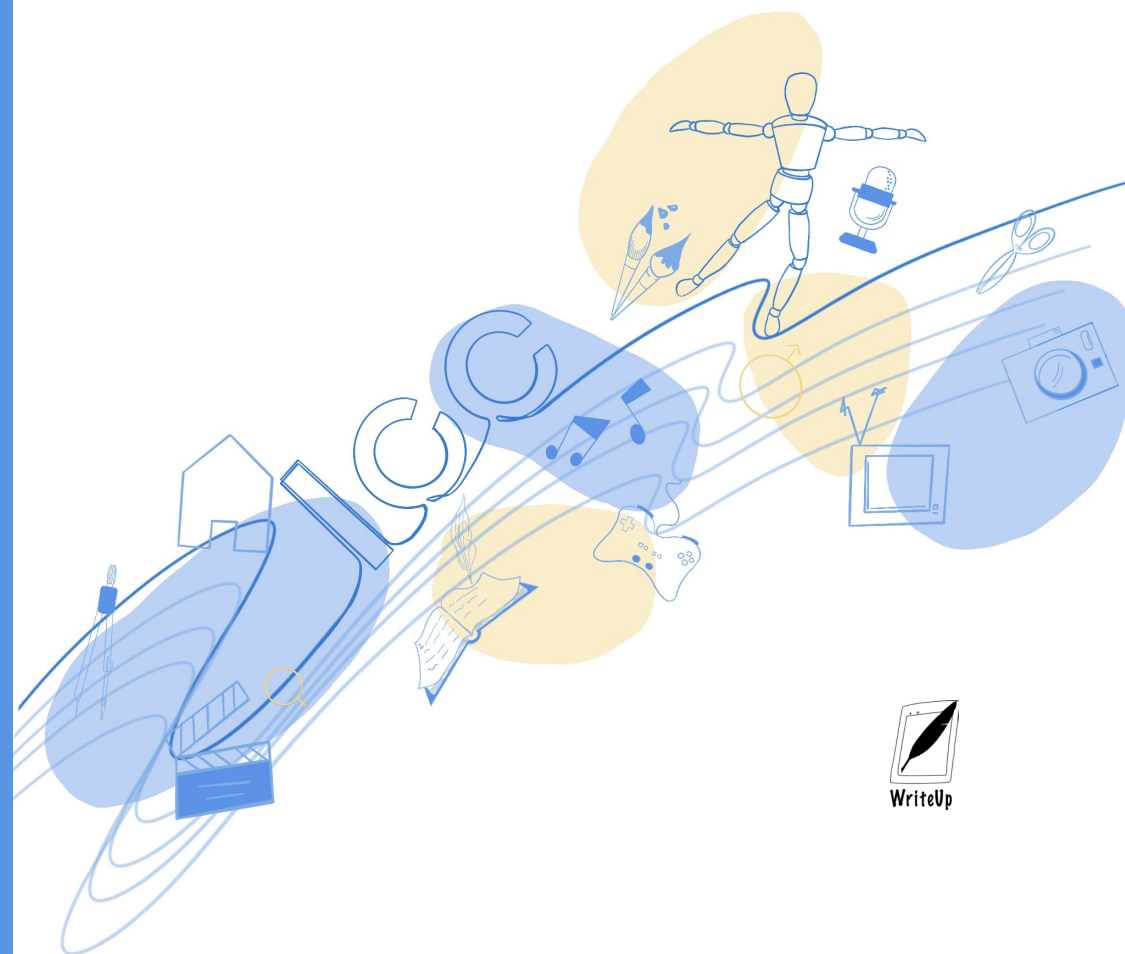


PLAY SERIOUSLY. The Transformative Power of Video Games
edited by Alessandra Micalizzi

FORME DI PRODUZIONE NELLE INDUSTRIE CREATIVE E CULTURALI

Confini e significati

a cura di Rebecca Paraciani, Lorenzo Cattani



MEDIA, COMMUNICATION
& SOCIO-CULTURAL PROCESSES

Coordinator of the Series

Alessandra Micalizzi

PEGASO UNIVERSITY

National Board

Manuela Farinosi

UNIVERSITY OF UDINE

Antonella Mascio

ALMA MATER STUDIORUM — UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

Rosy Nardone

ALMA MATER STUDIORUM — UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

Rebecca Paraciani

ALMA MATER STUDIORUM — UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

Tiziana Piccioni

IUSVE UNIVERSITY OF VENICE

Rita Salvatore

UNIVERSITY OF TERAMO

Mariacristina Sciannamblo

“LA SAPIENZA” UNIVERSITY OF ROME

Rosantonieta Scramaglia

IULM UNIVERSITY

International Board

Jelena Filipović

UNIVERSITY OF BELGRADE

Maria Koprivica Lelicanin

SAE INSTITUTE- BELGRADE

Laura Leon

UNIVERSITY OF PERU

Bojana Radenković Šošić

UNIVERSITY OF KRAGUJEVAC (SERBIA)

Eugenia Siopera

CITY UNIVERSITY OF DUBLIN

Maria Touri

UNIVERSITY OF LEICESTER

MEDIA, COMMUNICATION & SOCIO-CULTURAL PROCESSES

Creative media are contexts, catalysts and cultural technologies, playing a pivotal role in activating and directing contemporary phenomena that take place in our society. Communication processes and Cultural Practices book series meet the perspective of observing the social reality starting from the role of media and of communication's processes. Media, Communication and cultural processes, in fact, aims at being the publishing frame for editorial proposals, academic and with a strong attention to empirical research, that want to investigate contemporary phenomena looking at what happens concretely in our society and that involve individuals: as single person, group or community.

The research areas

Phenomenon, culture and subjectivity are the three main research points on media that guide the selection of the proposals. The starting point of the Communication processes and Cultural Practices book series' perspective is that it is not possible to identify clear and neat borders with in these three social constructs and that the richness of the contributions is represented by the contamination, contact and dialog among them. Moreover, it is the way to guarantee a multidisciplinary glance to contribute the "discover", the proposition of new analysis, enable to contribute to the dialog theories and tools of contiguous disciplines.

I media creativi si presentano come contesti, catalizzatori e tecnologie culturali, svolgendo un ruolo centrale nell'attivazione/direzione dei fenomeni contemporanei che nella società prendono forma. Osservare la realtà sociale a partire dal contributo dei media e della comunicazione è la prospettiva che caratterizza la collana Media, Comunicazione e Processi culturali che intende fare da cornice per le proposte editoriali, di tipo accademico e con una forte attenzione alla ricerca empirica, volte a indagare fenomeni della contemporaneità a partire da ciò che accade nella società e coinvolge direttamente l'individuo: come singolo, come gruppo e come comunità.

Le aree di ricerca

Fenomeno, cultura e soggetto sono i tre punti focali delle ricerche e degli studi sui media che trovano spazio all'interno della collana. Il principio di fondo è che la definizione dei margini di questi costrutti sia impossibile e che nei limen, nel contatto o intreccio, nella relazione tra di essi vi sia la ricchezza prospettica e interpretativa che possa garantire uno sguardo multidisciplinare e favorire la scoperta, la proposizione di analisi nuove, capaci di fare dialogare teorie e strumenti di discipline attigue.

**FORME DI PRODUZIONE
NELLE INDUSTRIE CREATIVE E CULTURALI**

Confini e significati

a cura di Rebecca Paraciani, Lorenzo Cattani



WriteUp



CC 4.0 International

Attribution-Non Commercial-No
Derivatives



Edizione a stampa
Copyright WriteUp Books© 2024
via Michele di Lando, 77 — Roma
ISBN 979-12-5544-050-5
www.writeupbooks.com
redazione@writeupbooks.com
I edizione: giugno 2024

INDICE

- 9 *Una finestra sul lavoro nelle industrie culturali e creative*
[prefazione di G. PESCATORE]
- 15 *Forme di produzione nelle industrie culturali e creative: confini e significati*
[introduzione di R. PARACIANI, L. CATTANI]
- 35 Carriere, condizioni e sensi del lavoro nel videogame development in Italia
[G. CAVALLINI, D. RASPANTI]
- 85 Il processo di professionalizzazione dell'industria musicale in Italia: isomorfismo mimetico e normativo in azione
[R. PARACIANI]
- 111 Persone comuni? Problema di reddito e precarietà nell'editoria italiana Un'indagine letteraria
[R. CINERARI]
- 141 Sisters of Stradivari. Le diseguaglianze di genere nella liuteria artistica
[C. CASULA]
- 185 Genere e generi. Predire lo speaking time dei personaggi femminili nella fiction italiana
[L. CATTANI, V. INNOCENTI]
- 209 Il lavoro neo-artigianale tra platform economy e industrie creative
[G. CASAGRANDE, G. GIORGI, G. PETERLONGO, M. TONETTA, A. GANDINI]

Forme di produzione nelle industrie culturali e creative: confini e significati

Rebecca PARACIANI e Lorenzo CATTANI¹, Università di Bologna

Introduzione: definire le industrie culturali e creative. Le ragioni di una Special Issue

Circoscrivere un oggetto di studio vario e multiforme come quello delle industrie culturali e creative (ICC) sembra essere impresa ardua. Sono innumerevoli le classificazioni che cercano di limitare un contesto di ricerca così ampio, così come variegati sono gli approcci al medesimo oggetto di studio.

Le ICC comprendono infatti le arti visive e dello spettacolo, la letteratura e la musica, ma anche design, moda, beni culturali ed editoria (Sawyer 2014; Razzoli et al. 2020). Stabilire però una tassonomia univoca appare critico, sia per la difficoltà di identificare parametri adatti a tutti i settori di questo mondo, sia per l'eterogeneità di questo settore. Il settore culturale è infatti differente da quello artistico, ma sono differenti anche le realtà che compongono il settore, che si caratterizza per la compresenza di attività di mercato e di non mercato. Allo stesso modo, in questi settori convivono professionalità artistico-culturali in senso stretto, così come professionalità con competenze non necessariamente artistico-culturali, che però sono indispensabili al comparto, con ad esempio competenze manageriali, amministrative, tecniche, di comunicazione (Argano 2021). Le stesse professionalità possono poi essere regolamentate o per nulla regolamentate.

Definire questo campo di indagine non è semplice e ancora, a livello internazionale ci sono differenti livelli di regolamentazio-

1 Il capitolo è frutto del lavoro congiunto degli autori, ad eccezione del paragrafo 1, curato da Rebecca Paraciani, e del paragrafo 2, curato da Lorenzo Cattani.

ne e di dettaglio (Causi 2018).

Una delle classificazioni più utilizzate è quella proposta da uno studio KEA del 2006 che differenzia tra settori artistici core, industrie culturali e industrie e attività creative.

Appartengono al primo gruppo le arti visive e le arti performative, al secondo gruppo cinema e audiovisivo, televisione e radio, libri e stampa, musica. Al terzo gruppo moda, design, grafica, architettura e pubblicità. Questa classificazione ha comunque delle criticità. Basti pensare che tra le arti performative non rientrano gli spettacoli di musica dal vivo, che rientrano invece nel secondo gruppo.

Dal 2012 si affianca a questa classificazione quella di Eurostat (Essnet-Culture 2012), che definisce l'occupazione culturale come la somma di tutte le persone occupate in settori che risultano dall'incrocio tra professioni culturali, secondo codice ISCO, e settore culturale, secondo codice NACE. Questo consente di distinguere tra popolazione attiva che esercita un'attività culturale nel settore culturale, che esercita un'attività culturale fuori dal settore culturale e che esercita, infine, un'attività non culturale all'interno di un settore culturale. La stessa classificazione stabilisce diverse funzioni di produzione del prodotto culturale o creativo: la creazione, la produzione e la pubblicazione, la distribuzione e il commercio, la conservazione, la formazione, la regolamentazione.

La classificazione UNESCO del 2009 adotta invece una più ampia classificazione: alle attività EUROSTAT aggiunge il patrimonio naturale, le attività manifatturiere di produzione di strumenti musicali e gioielleria, le attività commerciali di vendita di prodotti dell'industria culturale e quelle di edizione di software e servizi per il web.

Per quanto riguarda il nostro Paese, Unioncamere e Fondazione Symbola adottano, nella loro mappatura annuale, il concetto di 'Sistema Produttivo Culturale e Creativo' (Menghini e Rinaldi 2021). Secondo questa definizione, che parte dalla categorizzazione EUROSTAT, le ICC sono suddivise in due macro-categorie. Abbiamo da un lato settori culturali e creativi *core* e dall'altro lato

settori culturali e creativi *driven*. Il primo gruppo comprende settori produttivi strettamente culturali molto diversi tra loro: patrimonio storico artistico, arti visive, stampa e editoria, audiovisivo e musica, videogiochi e software, comunicazione. Nel secondo gruppo invece vengono incluse le professionalità culturali e creative che operano in settori diversi da quelli core.

Anche Italia appare immediatamente chiara la forte eterogeneità del settore: le persone occupate nell'arte e nella cultura possono operare, tanto all'interno dei domini che compongono il settore culturale, quanto al loro esterno. E allo stesso modo, come già considerato, ci sono occupazioni non culturali e sono però indispensabili alle attività delle ICC.

Il mondo delle ICC appare quindi atipico. Non solamente è atipica, rispetto ad altre industrie, la sua eterogeneità e le tipologie di occupazioni che le popolano, ma anche perchè atipiche sono le forme di regolamentazione del lavoro al suo interno: lavoro intermittente, autonomo e irregolare caratterizzano il settore, forme di plurioccupazione e difficoltà di accesso al credito e al reddito, ai quali si affiancano scarsi strumenti di sostegno pubblico, ai quali la poca chiarezza del rende difficile avere accesso (Cicerchia 2021).

Appare portante la componente motivazionale, soprattutto per le attività di natura culturale e artistica (Caves 2000): la retorica della passione sembra guidare le scelte occupazionali anche incerte e l'appagamento e la soddisfazione personale vanno a compensare l'assenza di tutele contrattuali e reddituali. Ancora, sembra emergere la componente della possibilità di fare questo lavoro. L'assenza di tutele reddituali rende infatti difficile per la maggior parte dei lavoratori delle ICC poter contare solamente su una occupazione. Emergono forme di plurioccupazione che si possono concretizzare o all'interno delle ICC, o in ambito non artistico-culturale, spesso considerati 'lavoretti' (Throsby e Zednik 2011).

Questo volume collettaneo nasce quindi allo scopo di raccogliere contributi di studiosi e studiose del prodotto creativo per dare contezza delle diversità presenti nelle ICC del nostro Paese,

così come della eterogeneità di approcci ad un oggetto di indagine così ampio. Se tradizionalmente le ICC sono infatti appannaggio della sociologia dei processi culturali e comunicativi, questo lavoro rende possibile vederne le potenziali evoluzioni teoriche ed empiriche. Le categorie della sociologia generale e della sociologia dei processi economici e del lavoro possono infatti fornire un contributo importante allo studio del settore, anche in termini di organizzazione del lavoro e di interventi di policy possibili.

Il prossimo paragrafo presenta la principale produzione scientifica sinora condotta sul settore delle ICC, mettendo in luce la varietà di prospettiva. Il terzo paragrafo presenta i contributi di questa Special Issue, le cui ragioni verranno spiegate nel quarto ed ultimo paragrafo.

Industrie culturali e industrie creative: lo stato dell'arte

La ricerca sulle ICC è stata condotta da molteplici prospettive. I *media studies* (Eco 1979; Hartley 2011; McLuhan 1964; Schudson 1989) e i *cultural studies* (Grossberg 2010; Hall 2017; Turner 2002, 2011) hanno storicamente prediletto lo studio «dei testi, utilizzando semiotica e linguistica, e prestando attenzione alle specificità dei singoli media» (Antoniazzi *et al.* 2022:39), oppure lo studio delle audience e delle loro preferenze in termini di consumo culturale (Bourdieu 1983; Levine 2001). In questa cornice, il lavoro e le forme di produzione nelle ICC sono stati trattati solo marginalmente (Levine 2001). L'interesse nei confronti dello studio del lavoro nelle ICC è emerso negli ultimi vent'anni con la nascita dei *media production studies* (Freeman 2016; Levine 2001), che si sono posti come punto di incontro fra i *media studies* e i *cultural studies* (Antoniazzi *et al.* 2022), cercando di adottare una prospettiva multidisciplinare più aperta agli strumenti teorici e metodologici provenienti dalle scienze sociali (Mayer 2009).

Come afferma Vicki Mayer, i *production studies* si interessano alle lezioni che possiamo imparare dallo studio delle «connessioni fra il micro e il macro» (Mayer 2009:15). Questo focus com-

porta lo studio dell'intreccio fra l'agency dei lavoratori e delle lavoratrici con le condizioni strutturali (economiche e culturali, materiali e immateriali), che informano l'organizzazione del lavoro. Tale obiettivo viene perseguito facendo ricorso ad una metodologia che si appoggia sostanzialmente allo studio di caso, facendo uso di tecniche quali l'osservazione partecipante e le interviste semi-strutturate (Mayer 2009). L'idea è quindi che tutti i settori delle ICC, che «dall'editoria e dal giornalismo si estendono alla radio, alla tv, alla popular music, ai social e alle piattaforme digitali» (Antoniazzi et al. 2022:40), forniscono elementi unici per poter apprendere nuove lezioni riguardo al rapporto fra lavoro, economia, cultura, e potere all'interno delle industrie culturali (Banks et al. 2016).

Elemento distintivo di questo approccio è l'interesse per ciò che avviene 'dietro le quinte' della realizzazione di un prodotto culturale, con l'intenzione di mostrare le tensioni e le contraddizioni che contraddistinguono il lavoro culturale rispetto al sistema di presupposizioni e di aspettative circa la sua organizzazione (Barra et al. 2016; Hesmondhalgh 2012). Il lavoro nelle ICC è considerato «intrinsecamente progressista» (Banks e Hesmondhalgh 2009:416), dal momento che sembra incorporare quegli elementi di emancipazione, autonomia, creatività, e libertà personale in linea con il 'nuovo spirito del capitalismo', che ha accompagnato la transizione all'economia post-industriale (Boltanski e Chiapello 2006). Le ICC fornirebbero alle persone la possibilità di svolgere un lavoro 'di qualità', non alienante (in quanto vocazione liberamente scelta e non materialmente necessaria), che prevede possibilità di crescita personale, sia in termini monetari che reputazionali, mettendo a disposizione del capitale una forza lavoro più accondiscendente. Anche Florida parla di una 'classe creativa' segnata da lavori 'bohémien' e ostili alla gerarchia e all'esercizio del potere (Conor et al. 2015; Florida 2003). Tuttavia, i *media production studies* hanno mostrato come il lavoro nelle ICC sia segnato da profonde criticità e problematiche, restituendo l'immagine di una pratica ambivalente, dove elementi di *good work* e *bad work* sono costantemente intrecciati (Banks 2009;

Hesmondhalgh 2012; Hesmondhalgh e Baker 2015).

Nella loro ricerca sul *creative labour*, Hesmondhalgh e Baker hanno fornito una sintesi molto efficace dei problemi e delle criticità comuni alle ICC, relativamente alle condizioni lavorative nelle ICC. Innanzitutto, i due autori rilevano come la presunta autonomia e la libertà del lavoro creativo siano in realtà molto più limitate. I lavoratori non hanno infatti controllo su come i prodotti culturali vengono distribuiti, commercializzati, e pubblicizzati. Allo stesso tempo, il lavoro freelance, una delle tipologie lavorative più diffuse nelle ICC, è accompagnato da momenti di isolamento e scarsa solidarietà da parte degli altri lavoratori (Hesmondhalgh e Baker 2010). Questo elemento è accompagnato da una cultura lavorativa fortemente incentrata sulla competizione, dove restare al passo con questa cultura richiede di lavorare per molte ore sul posto di lavoro, motivo per cui «molti lavoratori lasciano le industrie culturali a un'età relativamente giovane, esausti per la necessità di stare al passo con le idee mutevoli su ciò che è alla moda, rilevante e innovativo» (Hesmondhalgh e Baker 2010:221). Conor et al. parlano di come il lavoro freelance sia segnato dal ricatto per cui 'non puoi dire di no ad un lavoro' a cui si associano carriere lavorative 'bulimiche' (Pratt 2002), dove a periodi in cui si lavora molto poco seguono «periodi intensi in cui si deve lavorare tutto il tempo, in alcuni casi avendo a malapena il tempo di fermarsi per dormire» (Conor et al. 2015:9). Tale organizzazione del lavoro comporta un deficit di consapevolezza, da parte dei lavoratori e delle lavoratrici delle ICC, di far parte di una comunità di professionisti, di 'essere una professione'. Hesmondhalgh e Baker (2010), tuttavia, rilevano come ultimamente si stiano intravedendo segnali di miglioramento in questo senso. Nel caso dell'editoria e del giornalismo, i due autori notano una maggiore consapevolezza e senso di appartenenza dei lavoratori del settore, osservata attraverso l'incipiente processo di sindacalizzazione dell'editoria.

Altrettanto rilevante è la problematica sollevata dalla distinzione opaca tra lavoro e tempo libero, dove le necessità materiali che spingono una persona a lavorare nelle ICC si mescolano con

la ‘passione per il lavoro’ e il sentimento di ‘non lavorare veramente’ nel momento in cui si fa un lavoro che si ama (Gill 2002; Siciliano, 2021). Questo fenomeno crea ulteriori tensioni e difficoltà nel modo in cui lavoratori e lavoratrici si relazionano alle proprie professioni nelle ICC² (Bennett 2018).

Questo aspetto del lavoro nelle ICC è ancor più rilevante quando si considera l’incidenza dei bassi salari e, contemporaneamente, delle forti disuguaglianze (Gill 2002). Le possibilità di ottenere guadagni più alti assieme al successo artistico sono infatti ristrette ad una piccola cerchia di persone (Hesmondhalgh e Baker 2010). Il lavoro nelle ICC ha una natura particolarmente ambivalente (Siciliano 2021). È un lavoro svolto sicuramente in autonomia, che prevede lo svolgimento di mansioni creative e stimolanti, ma è contemporaneamente segnato da una forte precarietà lavorativa, che porta lavoratori e lavoratrici ad ‘auto-sfruttarsi’. Sembrerebbe, come sostiene Mark Banks, che i «desideri artistici di autonomia creativa e indipendenza esistono in una difficile tensione con gli imperativi capitalistici di generazione di profitto e accumulazione controllata» (Banks 2007:6).

Questi elementi sono poi attraversati da una serie di ‘disuguaglianze intersezionali’ (Conor et al. 2015), soprattutto relativamente al genere, a cui i *media production studies* hanno dedicato grande attenzione. La segregazione, verticale e orizzontale, è infatti un problema particolarmente pressante per le ICC. Le donne rimangono concentrate nelle occupazioni che offrono meno possibilità di mobilità economica e reputazionale. Nel caso del settore audiovisivo, le donne sono isolate a ruoli manuali e di routine e sono largamente escluse dalle occupazioni più creative e autoriali, come il comparto regia o sceneggiatura (Hesmondhalgh e Baker 2015). Inoltre, anche fra i ruoli comunemente definiti *below-the-line*, che racchiudono le occupazioni tecniche e manuali svolte nelle ICC, esiste una forte segregazione di genere fra ruoli, che vede le donne confinate in occupazioni legate alla cura della persona (Banks 2009; Rocchi et al. 2023). Inoltre, le donne sono

2 Bennet (2018) rileva tre tipologie con cui i lavoratori della musica si relazionano a questo fenomeno: *affirmative*, *critical*, *pragmatic*.

più frequentemente espulse dalle ICC con l'avanzare dell'età. Dai trent'anni in su, infatti, la composizione di genere delle ICC passa da uno scenario relativamente egualitario ad uno via via più maschilizzato (Conor et al. 2015). Ma i *media production studies* hanno rilevato come le ICC abbiano anche un generale problema di inclusività, non limitata alle sole disuguaglianze di genere. Sono infatti un settore tendenzialmente *young, white, male, e middle-class*, dove sono stati fatti pochi passi avanti relativamente all'inclusione di persone con disabilità o con diverso background di provenienza geografica e sociale (Eikhof et al. 2019).

L'utilizzo che i *media production studies* fanno dello studio di caso fa sì che sia necessario tentare di sistematizzare la conoscenza sulle ICC. Dal momento che ogni settore delle ICC fornisce un punto di vista unico per avanzare la conoscenza su questi contesti lavorativi, per il futuro è fondamentale incentivare il dialogo fra ricerche condotte su diversi settori delle ICC. Questo è un problema particolarmente pressante se si considerano le più recenti evoluzioni che hanno visto nascere nuovi lavori ed occupazioni creative, che rendono necessaria una nuova definizione dei confini della 'classe creativa. Allo stesso tempo è fondamentale integrare nello studio delle ICC diversi approcci e metodologie provenienti da diversi rami delle scienze sociali.

I contributi raccolti: confini e significati

Questo volume tenta di perseguire questi obiettivi e offre uno sguardo sfaccettato su diversi ambiti delle ICC, usando approcci teorici e metodologici, provenienti dall'incontro fra la sociologia generale, sociologia del lavoro e i *media studies*, finora poco interessati all'analisi del lavoro nelle ICC.

I primi tre capitoli del volume si concentrano sui percorsi di professionalizzazione in specifici ambiti mediali, con un focus sull'organizzazione delle pratiche lavorative e come l'agency delle lavoratrici e dei lavoratori si interfaccia con le dinamiche strutturali dei rispettivi contesti lavorativi.

Nel primo capitolo, Cavallini e Raspanti, facendo uso delle lenti analitiche della sociologia delle professioni, studiano le condizioni lavorative e il senso del lavoro nel settore dello sviluppo dei videogiochi in Italia. Dal loro lavoro, condotto attraverso interviste semi-strutturate, emerge l'alto grado di eterogeneità riscontrabile in questo settore relativamente a tre dimensioni analitiche: traiettorie di carriera, condizioni di lavoro, e senso del lavoro.

Paraciani, nel secondo capitolo, applica invece gli strumenti analitici del neoinstituzionalismo per studiare i processi di professionalizzazione nel comparto musicale in Italia, un caso di studio rilevante, considerate le ripercussioni che la pandemia e il lockdown hanno avuto sul settore, e per analizzare come si sviluppano i tentativi di creare associazioni e altre forme di rappresentanza. Per questo scopo, sono state condotte 13 interviste a testimoni privilegiati, unitamente all'analisi del discorso di quattro *public speech* svoltisi durante la Milano Music Week del 2023.

Cinerari si sposta invece sullo studio dell'editoria *working class* nel terzo capitolo. Tramite l'analisi dei testi, il capitolo mostra come l'editoria italiana sia un mondo pensato da e per la classe media, discutendo però anche casi in cui si è tentato di ridiscutere il dominio delle classi medie all'interno del settore, come il sindacato Strade e il collettivo Redacta, il progetto Common People, e l'esperienza del 'Festival di Letteratura Working Class' organizzato da Edizioni, Alegre e dal collettivo di fabbrica ex-GKN.

Il quarto e il quinto capitolo si soffermano sulle disuguaglianze di genere in quanto tema particolarmente sensibilmente e rilevante per lo studio delle ICC.

Casula analizza il caso della produzione liutaria in Italia, relativa ad attività di alto artigianato nella creazione, riparazione o restauro di strumenti musicali in legno a corde. Tramite la conduzione di interviste semi-strutturate, il capitolo si sofferma su cinque aspetti del lavoro nella produzione liutaria: le fasi del reclutamento e della formazione, il ruolo degli stereotipi nella costruzione dell'identità professionale, la relazione con l'autoim-

prenditorialità, l'utilizzo dei social media, la conciliazione della professione con la genitorialità. Il capitolo mostra i progressi fatti e le difficoltà che ancora permangono relativamente allo stato dell'occupazione femminile nel settore.

Cattani e Innocenti studiano le determinanti narrative del tempo di parola (*speaking time*) dei personaggi femminili nella fiction italiana prodotta dal 2008 al 2023. Usando la funzione Speech Segmenter sviluppata dall'Institut National de L'Audiovisuel, il capitolo usa tecniche di machine learning per predire lo *speaking time* femminile all'interno di un corpus di 15 serie TV, per un totale di 455 episodi.

Il sesto capitolo, di Casagrande, Giorgi, Peterlongo, Tonetta, e Gandini si sofferma sul caso di studio di quelle realtà lavorative che non sono ancora considerate pienamente parte delle ICC, ma che adottano l'etichetta di industrie 'neo-artigianali' (*neo-craft*). Attraverso l'osservazione di casi di studio, tramite osservazione partecipante e interviste semi-strutturate, il capitolo pone l'attenzione sul peculiare posizionamento delle industrie *neo-craft* fra le industrie creative e le piattaforme digitali, mostrando come alla natura artigianale del lavoro in questi settori si accompagna processi di 'piattaformizzazione'.

La semplice presentazione dei contributi raccolti rende chiare le differenti tematiche che si possono studiare: senso del lavoro, percorsi di professionalizzazione e di sindacalizzazione, differenze di genere, nuove pratiche lavorative. Ancora, appare chiara la varietà di settori: videogame, industria musicale, editoria, televisione, artigianato e neo-artigianato. E i possibili oggetti di studio all'interno delle ICC: lavoratori e lavoratrici, il prodotto delle ICC (pensiamo allo *speaking time* o ai testi), le pratiche di lavoro, i discorsi pubblici, le forme di organizzazione collettiva.

Un tema che solamente in un contributo emerge, ma che non per questo non meriterebbe ulteriori approfondimenti, è quello della tecnologia. Nel capitolo di Casagrande e colleghi l'utilizzo dei social network viene considerato come una delle pratiche del nuovo artigianato. Non appartengono al volume, e questo forse meriterebbe un approfondimento *ad hoc*.

Ci sono due temi ricorrenti in tutti i contributi: da un lato quello della passione e della 'coolness' del lavoro, dall'altro quello della incertezza e della mancanza di tutele contrattuali. Ne consegue che spesso il fatto di rimanere lavoratori attivi all'interno del settore, è un fattore di possibilità: emergono strategie individuali per la gestione del sovraccarico lavorativo, emergono disuguaglianze di genere nella possibilità di riuscire a restare e a crescere all'interno del settore, emergono necessità economiche individuali che portano chi già è attivo nel settore a dover fare affidamento sulla propria famiglia o su risorse provenienti da una seconda occupazione, spesso all'esterno dell'industria creativa.

Riflessioni conclusive e nuove linee di ricerca: le ragioni di una Special Issue

Sociologicamente parlando, la cultura è sempre stata inquadrata come un «particolare modo di vivere, che esprime certi significati e valori non solo nell'arte e nel sapere, ma anche nelle istituzioni e nei comportamenti quotidiani» (Susen 2011:174). Questa definizione non si è però interessata alla prospettiva di coloro che producono cultura. Le ICC e le occupazioni al loro interno, sono molteplici, di differente tipo e contenuto. Pertanto, il lavoro culturale e creativo richiede l'acquisizione di diverse conoscenze e competenze, altamente contingenti al settore e all'occupazione svolta, e prevede lo svolgimento di diversi tipi di attività e pratiche lavorative. Per questo motivo, le forme di produzione all'interno delle industrie culturali e creative rappresentano un promettente argomento di indagine per il mondo delle scienze sociali. . Proprio per via della loro articolata diversità, la Special Issue qui proposta intende tracciare dei punti di connessione all'interno del costellato campo delle ICC.

In primo luogo, formalità e informalità delle pratiche e delle traiettorie di lavoro si sovrappongono più nel settore culturale che in altri settori (Ocse 2022; Paraciani 2023). Il lavoro 'cool' e apparentemente divertente (Hesmondalgh e Baker 2015; Been e

Keune 2020) propone all'interno di questi settori logiche spesso esterne a quelle appartenenti al mondo del lavoro in industrie tradizionali. Lo studio dei processi di professionalizzazione delle ICC rivela una serie di tensioni che non sembrano ancora risolte. I primi due capitoli del volume hanno mostrato due importanti tendenze:

La tensione fra la natura non tradizionale delle occupazioni e la 'vaghezza' dei profili professionali che le popolano e l'incipiente tendenza verso la razionalizzazione del comparto ICC, osservata tramite la nascita di canali formali per la formazione di competenze specifiche e specialistiche.

La natura contraddittoria del processo con cui le logiche economiche e di mercato vengono internalizzate da lavoratori e lavoratrici delle ICC. Da un lato, si osserva un'accettazione della precarietà e di una logica 'auto-imprenditoriale' nella pianificazione delle carriere, ma si osservano contestualmente rivendicazioni per ottenere maggiori tutele e stabilità occupazionale, che includono anche spinte all'organizzazione collettiva e alla sindacalizzazione. Allo stesso tempo, la logica 'individualista' nello svolgimento del lavoro è messa in discussione da pratiche come la costituzione di team e di reti relazionali informali.

Queste evidenze ci permettono di vedere da una nuova prospettiva quello che è uno dei temi chiave degli studi culturali e dei *media studies*: il dualismo fra autonomia ed eteronomia che segna i rapporti fra i 'campi della produzione culturale' e le logiche e i vincoli della riproduzione economica (Bourdieu 1993; Susen 2011). Tuttavia, l'analisi su diversi contesti produttivi e settoriali delle ICC non ha mostrato una sovrapposizione di queste tensioni con il divario fra *restricted production* e *large-scale production*, che Bourdieu (1993) analizza quando parla del campo della produzione culturale. La differenza fra produzioni indipendenti e *major*, fra un mondo produttivo orientato al grande pubblico e uno pensato per nicchie di consumatori, è presente in tutti i settori che sono al centro dell'analisi qui proposta, ma le tensioni che abbiamo rilevato sembrano trasversali a questa categorizzazione. Ciò è probabilmente dovuto al fatto che l'ana-

lisi 'bourdieusiana' si è interessata allo studio del 'mercato dei beni simbolici' (Bourdieu 1983, 1993), cioè di quello che l'industria culturale produce, anziché all'analisi delle esperienze di chi produce tali beni.

Non solo, l'evidenza emersa mostra anche come il lavoro nelle ICC non possa essere letto attraverso quell'approccio 'adorniano' che vede nell'assenza di pensiero critico il problema principale dell'industria culturale (Adorno 1991 [1975]; Susen 2011). Il lavoro nelle ICC è infatti ambivalente e ambiguo anche nel modo in cui mette in discussione le logiche di profitto e accumulazione capitalistica, in cui l'accettazione delle logiche di mercato e le spinte all'organizzazione collettiva coesistono e sembrano procedere di pari passo con la professionalizzazione. L'idea che l'industria culturale sia distaccata dal conflitto e dall'antagonismo di classe viene fortemente problematizzata dall'evidenza raccolta. In secondo luogo, appare evidente una dimensione di classe e genere che andrebbe esplorata: chi può permettersi di lavorare nelle ICC o di continuare a farlo? Il lavoro nelle ICC è profondamente segnato da salari bassi e carriere lavorative precarie. Tali criticità contrattuali e organizzative delle ICC sono tangibili e la crisi pandemica Covid 19 che ha colpito il settore nel 2020 ha fatto emergere un mondo poco regolamentato, a scapito soprattutto di chi il prodotto culturale e creativo lo rende possibile (Unesco 2021).

Questa criticità la vediamo sia dallo studio dei testi e dei prodotti mediali, come la posizione di marginalità della letteratura *working class* nel mondo dell'editoria, che nelle esperienze soggettive di lavoratori e lavoratrici, che evidenziano la grande vulnerabilità a cui le ICC espongono le persone che realizzano i prodotti culturali. Le minori risorse materiali, unitamente ad una cultura lavorativa che, legittimata tramite la retorica della 'passione' e del 'volere è potere', incentiva *overwork* e altre forme di 'auto-sfruttamento', sollevano il problema di come sia possibile mantenersi nelle ICC se si svolgono occupazioni tecniche e se non si raggiunge un certo tipo di successo artistico ed economico.

Un altro aspetto che emerge dalla ricerca sul tema e che ritorna nei contributi qui raccolti riguarda la dimensione del genere: esiste una profonda segregazione nel settore, sia occupazionale (Casula 2019; Micalizzi 2022; Paraciani 2023), sia nel prodotto multimediale (Rocchi et al. 2023). Le donne delle ICC hanno meno spazio rispetto agli uomini: si vedono meno e parlano meno.

Particolarmente interessante è la presenza di una gerarchia, imperniata sul binarismo di genere, che si rileva tanto nello studio del 'dietro le quinte' quanto nell'analisi di ciò che viene presentato ai consumatori e alle consumatrici. Da un lato, vi sono determinate mansioni e tipologie di carriere tipizzate come 'maschili', da cui le donne sono ancora escluse. Questa situazione è resa più pressante dal maggiore prestigio che tali mansioni e carriere hanno, elemento che contribuisce a rafforzare il 'tetto di cristallo' all'interno delle ICC. Dall'altro lato, l'analisi del tempo di parola ha mostrato come i generi narrativi considerati più 'seri' (o meno 'frivoli'), come il genere drama, rivelano una marginalizzazione rilevante delle donne. Anche quando le serie televisive in questione hanno un cast di *major characters* interamente composto da donne, il tempo di parola delle donne non è paragonabile a quello che hanno gli uomini in altre serie televisive appartenenti allo stesso genere narrativo. Contemporaneamente, generi come la comedy sono molto più ricettivi ad una presenza in scena femminile più forte.

Appare necessario su questo tema un intervento pubblico, senza il quale sembra difficile garantire traiettorie lavorative eque, ricollegandosi anche alla logica di genere classe collegata ai nostri contributi.

Se questo aspetto emerge dai nostri contributi, non viene approfondito il tema, sempre più emergente, delle piattaforme di consumo dei prodotti multimediali e dei rischi associati all'utilizzo dell'intelligenza artificiale (come, ad esempio, Chat GPT) per la produzione di materiale culturale e creativo (Anantrasirichai e Bull 2022). L'impatto del digitale, infatti, ha modificato il modo in cui l'arte e la cultura vengono consumate, ma anche prodot-

te e, come esplorato nell'ultimo contributo, promosse e divulgate, andando a creare vere e proprie forme di neo-artigianato. Al tempo stesso, occorre indagare anche forme di potenziale *job destruction* connesse appunto al cambiamento tecnologico e alla introduzione di nuove figure professionali a questo connesse.

Le opportunità che le ICC offrono in termini di studio e ricerca sono quindi molte, eterogenee e, soprattutto, ancora da esplorare.

Riferimenti bibliografici

- T.W. Adorno, *The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture*, (a cura di) J.M. Bernstein, London, Routledge, 1991 [1975].
- H. Aldrich, *Organizations and environments*, Stanford, Stanford University Press, 2008.
- L. Antoniazzi, L., Barra, T. Bonini, C.M. Scarcelli, *I media studies e la sfida dei cultural studies. Direzioni e prospettive*, «Studi culturali», 19 (2022), pp. 37-53.
- A. Ardizzone, L. Barbarito, *Economia della Musica in Italia*, Milano, Edizioni Unicopli, 2012.
- L. Argano, *Il mercato del lavoro culturale: problematiche e politiche*, in A. Taormina (a cura di), *Lavoro culturale e occupazione*, Milano, FrancoAngeli, 202.
- D. Ashton, *Creative Work Careers: Pathways and Portfolios for the Creative Economy*, «Journal of Education and Work», 28, 4 (2015), pp. 388-406.
- M. Banks, *The Politics of Cultural Work*, Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2007.
- M.J. Banks, *Gender below-the-line: Defining feminist production studies*, in *Production studies: Cultural studies of media industries*, a cura di V. Mayer, M.J. Banks, J.T. Caldwell, New York, Routledge, 2009, pp. 87-98.
- M. Banks, D. Hesmondhalgh, *Looking for work in creative industries policy*, «International Journal of Cultural Policy», 15, 4 (2009), pp. 415-430.
- M.J. Banks, B. Conor, V. Mayer, *Preface*, in *Production Studies, the Sequel. Cultural Studies of Global Media Industries*, a cura di M.J. Banks, B. Conor, V. Mayer, London, Routledge, 2009, pp. IX-XV.

- L. Barra, T. Bonini, S. Splendore, *Backstage. Studi sulla produzione dei media in Italia*, Milano: Unicopli, 2016.
- A. Bellini, L. Dorigatti, *Dentro e oltre l'azione collettiva. Il lavoro creativo tra individualismo e comunitarismo*, «Quaderni di rassegna sindacale. Lavori», 20, 2 (2019), pp. 89-108.
- A. Bellini, L. Maestripieri, L. *Professions within, between and beyond. Varieties of professionalism in a globalising world*, «Cambio. Rivista sulle Trasformazioni Sociali», 8, 16 (2018), pp. 5-14.
- T. Bennett, *"Essential—Passion for Music": Affirming, Critiquing, and Practising Passionate Work in Creative Industries*, in *The Palgrave Handbook of Creativity at Work*, a cura di L. Martin, N. Wilson, Cham, Springer International Publishing, 2018, pp. 431-459.
- L. Boltanski, E. Chiapello, *The New Spirit of Capitalism*, London: Verso, 2006.
- G. Bolin, G. *Value and the media: Cultural production and consumption in digital markets*, London, Routledge, 2016.
- G. Bonazzi, *Come studiare le organizzazioni*, Bologna, Il Mulino, 2002.
- P. Bourdieu, *La distinzione. Critica sociale del gusto*, Bologna: Il Mulino, 1983.
- P. Bourdieu, *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*, Cambridge: Polity Press, 1993.
- E. Cabasino, *I mestieri del patrimonio: professioni e mercato del lavoro nei beni culturali in Italia*, Milano, FrancoAngeli, 2005.
- M. B. Carbone, R. Fassone, (a cura di), *Il videogioco in Italia: storie, rappresentazioni, contesti*, Milano, Mimesis, 2020.
- C. Casula, *Diventare musicista. Indagine sociologica sui Conservatori di musica in Italia*, Mantova, Universitas Studiorum, 2018.
- G. Cavallini, D. D'Andrea, *Senso, significato e rilevanza del lavoro. Una prospettiva weberiana*, «Cambio. Rivista sulle Trasformazioni Sociali», accepted manuscript (2024), pp. 1-26.
- A. Cicerchia, C. Oteri, C., *Mappatura delle professioni e delle competenze nel mercato del lavoro culturale e loro traiettorie formative*, «Economia della Cultura», 33, 2 (2023), pp. 181-200.
- CLES, *Mappatura delle professioni culturali emergenti e loro percorsi formativi (2021)*, Fondazione Campagna di San Paolo. Report disponibile: https://www.compagniadisanpaolo.it/wp-content/uploads/Es-CSP_mappatura-prof-cult-Rapporto-finale.pdf
- B. Conor, R. Gill, S. Taylor, *Gender and Creative Labour*, «The Sociological Review», 63, 1 (2015), pp. 1-22.
- D. Crane, *The production of culture. Media and the Urban Arts* (Vol. 1),

- London, Sage, 1992.
- Creative & Cultural Skills, *Sector Skills Assessment for the Creative Industries of the UK*, Essex, Skillset, 2011.
- I. Daghini, C. Gandolfi, V. Gattai, *Musica e digitalizzazione: un'analisi empirica delle etichette indipendenti italiane*. «L'industria», 40, 3 (2019), pp. 561-590.
- P. J. DiMaggio, A. L. Mullen, *Enacting community in progressive America: Civic rituals in national music week*, «Poetics», 27, 3 (2000), pp. 135-162.
- P. J. DiMaggio, W. W. Powell, W. W. *The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields*, «American sociological review», 48, 2 (1983), pp. 147-160.
- L. Dorigatti, W. M. Been, L. Burrone, M. Keune, T. P. Larsen, M. Mailand, *Playing alone? Interest representation in the videogame industry in Denmark, Italy and the Netherlands*, «Economic and Industrial Democracy», 44, 4 (2023), pp. 1266-1288.
- U. Eco, *Lector in fabula: la cooperazione interpretativa nei testi narrativi*, Milano, Bompiani, 1979.
- D. R. Eikhof, J. Newsinger, D. Luchinskaya, D. Aidley, *And ... action? Gender, knowledge and inequalities in the UK screen industries*, «Gender, Work & Organization», 26, 6, 2019, pp. 840-859.
- D. Fassin, *D. Un ethos compassionevole. La sofferenza come linguaggio, l'ascolto come politica*. «Antropologia», 8 (2006), pp. 93-111.
- R. Florida, *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, New York, Basic Books, 2003.
- M. Freeman, *Industrial Approaches to Media: A Methodological Gateway to Industry Studies*, London. Palgrave Macmillan, 2016.
- E. Freidson, *Professionalism, the third logic: On the practice of knowledge*, Chicago, University of Chicago press, 2001.
- C. Geertz, *Works and lives: The anthropologist as author*, Stanford, Stanford University Press, 1988.
- R. Gill, *Cool, Creative and Egalitarian? Exploring Gender in Project-Based New Media Work in Euro*, «Information, Communication & Society», 5, 1, (2002), pp. 70-89.
- L. Grossberg, *Cultural Studies in the Future Tense*, Durham and London, Duke University Press, 2010.
- S. Hall, *Selected Political Writings: The Great Moving Right Show and Other Essays*, Durham, Duke University Press Books, 2017.
- Hartley, J. 2011. *Communication, Cultural and Media Studies: The Key Con-*

- cepts*. 4th ed. London: Routledge.
- D. Hesmondhalgh, *The Cultural Industries*, London: Sage Publications Ltd, 2012.
- D. Hesmondhalgh, S. Baker, *Creative Labour: Media Work in Three Cultural Industries*, London, Routledge, 2010.
- D. Hesmondhalgh, S. Baker, *Sex, gender and work segregation in the cultural industries*, «The Sociological Review», 63, 1, (2015), pp. 23–36.
- IFPI, *Global Music Report 2024*, (2024). Report disponibile: <https://globalmusicreport.ifpi.org>
- Istat, *Indagine conoscitiva in materia di lavoro e previdenza nel settore dello spettacolo*, (2019). Report disponibile: <https://www.istat.it/it/files//2019/04/Istat-Audizione-lavoro-spettacolo.pdf>
- D. Klegon, *The sociology of professions: An emerging perspective*, «Sociology of work and occupations», 5, 3 (1978), pp. 259-283.
- E. Levine, *Toward a paradigm for media production research: Behind the scenes at general hospital*, «Critical Studies in Media Communication», 18, 1, (2001), pp. 66–82.
- L. Maestripieri, R. Cucca, *Small is beautiful? Emerging organizational strategies among Italian professionals*, «Canadian Review of Sociology / Revue canadienne de sociologie», 55, 3 (2018), pp. 362-384.
- V. Mayer, *Bringing the Social Back In: Studies of Production Cultures and Social Theory*, in *Production Studies, the Sequel. Cultural Studies of Global Media Industries*, a cura di M.J. Banks, B. Conor, V. Mayer, London, Routledge, 2009, pp. 15-24.
- M. McLuhan, *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York, McGraw Hill, 1964.
- A. Micalizzi, *Women in creative industries. Il gender gap nell'industria musicale italiana*, Bologna, Franco Angeli, 2021.
- A. Micalizzi, *L'industria musicale italiana e il gender gap: uno studio qualitativo sulla differenza di genere*, «Sociologia della comunicazione», 63, 1, (2022), pp. 133-151.
- A. Micalizzi, R. Paraciani, R. *Words Backstage. Italian Music Industry and Gender Discrimination*, «Comunicazioni sociali», 2 (2023), pp. 246-260.
- A. Mori, I. Pais, D. Arcidiacono, C. Manzo, *La plurioccupazione in Italia tra ricorsività e trasformazione*, «Stato e mercato», 42, 3 (2022), pp. 479-514.
- R. Paraciani, *No Country for Women. Women Working in the Italian Music Industry*, «Italian Sociological Review», 13, 2 (2023), pp. 243-262.
- R. A. Peterson, N. Anand, *The production of culture perspective*, «Annual

- Review of Sociology*», 30, (2004), pp. 311-334.
- A. C. Pratt, *Hot Jobs in Cool Places. The Material Cultures of New Media Product Spaces: The Case of South of the Market*, San Francisco, «Information, Communication & Society», 5, 1, (2002), pp. 27-50.
- G. Richeri, *Il concetto di industrie creative*, «Economia della cultura», 19, 1 (2009), pp. 5-10.
- M. Rocchi, L. Cattani, G. Pescatore, *Gender Equality in European Netflix TV Series Production*, «Mediascapes journal», 21, 1, (2023), pp. 188-204.
- M. Ruef, W. R. Scott, W. R., *A multidimensional model of organizational legitimacy: Hospital survival in changing institutional environments*, «Administrative science quarterly», 43, 4 (1998), pp. 877-904.
- M. Schudson, *How Culture Works: Perspectives from Media Studies on the Efficacy of Symbols*, «Theory and Society», 18, 2, (1989), pp.153-180.
- M. L. Siciliano, *Creative Control: The Ambivalence of Work in the Culture Industries*. In: *Creative Control*, New York, Columbia University Press, 2021.
- G. Simmel, *The conflict in modern culture*, New York, Teachers College Press, 1968.
- C. Spada, P. A. Valentino, *Il settore culturale e il COVID-19. Emergenze e futuro*. «Economia della cultura», 30, 1 (2020), pp. 3-14.
- S. Susen, *Bourdieu and Adorno on the Transformation of Culture in Modern Society: Towards a Critical Theory of Cultural Production*, in *The Legacy of Pierre Bourdieu: Critical Essays*, a cura di B. Turner, S. Susen, Anthem Press, 2011, pp. 173-202.
- G. Turner, *British Cultural Studies, Third Edition*, London, New York: Routledge, 2002.
- G. Turner, *What's Become of Cultural Studies?*, London, Sage Pubns Ltd, 2011.
- F. Vandenberg, M. Berghman, J. Schaap, *The 'lonely raver': music lives-treams during COVID-19 as a hotline to collective consciousness?*. «European societies», 23, 1 (2021), pp. 141-152.
- M. Weber, *The Rational and Social Foundations of Music*, (1958), Carbondale, Southern Illinois University Press.
- H. L. Wilensky, *The professionalization of everyone?*, «American journal of sociology», 70, 2 (1964), pp. 137-158.
- C. W. Yang, S. C. Fang, W. M. Huang, *Isomorphic pressures, institutional strategies, and knowledge creation in the health care sector*, «Health care management review», 32, 3 (2007), pp. 263-270.

MEDIA, COMMUNICATION
& SOCIO-CULTURAL PROCESSES

Poche. La questione di genere nell'industria culturale italiana
a cura di Alessandra Micalizzi
ISBN 9791255440130, prima edizione: giugno 2023, pagg. 296.

Play seriously. The Transformative Power of Video Games
Preface by Fabio Viola
edited by Alessandra Micalizzi
ISBN 9791255440345, first edition: dicembre 2023, pagg. 204.

Forme di produzione nelle industrie creative e culturali. Confini e significati
a cura di Rebecca Paraciani, Lorenzo Cattani
ISBN 9791255440505, prima edizione: giugno 2024, pagg. 252.

Tutte le pubblicazioni sono sul nostro sito
www.writeupbooks.com



Finito di stampare da
Services4Media Srl
viale Caduti di Nassirya, 39
70124 Bari