

Unità didattica 1 – *Peculiarità e processi di cambiamento delle industrie culturali e creative*

**Peculiarità e cambiamenti
(nell'epoca professionale aziendale)**

«Epoche», transizioni

Vari studiosi (economisti della cultura e sociologici dell'economia, Hesmondhalg, Murdock, ecc.) distinguono **diverse epoche della produzione culturale e creativa** → per enfatizzare cambiamenti recenti

- *Epoca del mecenatismo e artigianale* (dal medioevo al XIX secolo)
- *Epoca professionale di mercato* (dagli inizi del XIX secolo)
- *Epoca professionale aziendalistica* (dagli inizi del XX secolo, con un «balzo enorme» dagli anni '50)

«Epoca professionale aziendalistica»

Quest'ultima rappresenta un passaggio molto importante (Hesmondhalgh et al.). Definita anche «epoca professionale complessa» o «epoca della produzione culturale»)





Industrializzazione (importanti investimenti di capitale, divisione del lavoro, produzione meccanizzata) + **mercificazione** (beni e servizi come merci → ossia crescente importanza delle questioni commerciali, ecc.)



Ma anche affermarsi di **grandi corporation della produzione culturale** ← che svolgono all'interno la maggior parte delle fasi/funzioni necessarie a produrre il bene o servizio

RCA
CORPORATION

EMI

 **CBS**

In alcuni casi notevoli «intrecci» di proprietà, grandi corporation presenti in più sotto-settori (es. cinema e musica, musica e radio/televisione)

Da una ricerca (di fine decennio)

	Vivendi Universal	Bertelsmann	Sony	Disney	AOL Time Warner
Numero di settori	80	29	32	15	29

Nella stessa epoca, si diffondono poi particolare assetti proprietari. Nella maggior parte dei casi proprietà/controllo a un numero di **detentori di pacchetti azionari**



E ancora, differenziazione delle figure professionali, soggetti che svolgono funzioni diverse per la realizzazione del bene o servizio («maggiore differenziazione interna»)

Proprietari e dirigenti



Manager creativi

(es. direttori di produzione, addetto selezioni di nuovi artisti, caporedattori)

Addetti al marketing

Personale creativo primario

(es. musicisti, sceneggiatori, registi, giornalisti, autori, ecc.)

Personale tecnico (specializzato)

(es. fonici, operatori di macchina, compositori tipografici, page designer, ecc.)

Personale semi-qualificato, dequalificato

Proprietari e dirigenti



Manager creativi

(es. direttori di produzione, addetto selezioni di nuovi artisti, caporedattori)

Addetti al marketing

Personale creativo primario

(es. musicisti, sceneggiatori, registi, giornalisti, autori, ecc.)

Personale tecnico (specializzato)

(es. fonici, operatori di macchina, compositori tipografici, page designer, ecc.)

Personale semi-qualificato, dequalificato

Secondo alcuni studiosi anche una gerarchia

Cambiamenti recenti

Ruolo sempre più importante delle grandi imprese del settore IT → sempre più attive nel concludere acquisizioni, accordi, ecc. per «controllare» parti delle ICC



Frammentazione delle «filiera»

Varie forme di **outsourcing**: pratiche attraverso le quali le organizzazioni **assegnano stabilmente a soggetti esterni** la gestione operativa di una o più funzioni produttive

Tali processi presentano alcune variazioni (in estensione, intensità, ecc.) **a seconda della filiera** (produzione audiovisivi, videogiochi, ecc.)

E a seconda dei paesi ← influenzate anche dalle politiche approvate (es. differenze Stati Uniti e paesi europei per televisioni, ecc.)

«Outsourcing online».
Attraverso l'uso di
piattaforme digitali;
«internet-based
outsourcing»,
«online outsourcing»,
«crowdsourcing»
(anche verso laboratori
autonomi)



Oligopoli + frammentazione

Posizioni di oligopolio (esempio industria videogame per PC/console) convivono con frammentazione delle fasi di produzione e del lavoro → forme di «integrazione orizzontali»