

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

**Creatività, commercio,
organizzazione del lavoro**

Autonomia, libertà sui contenuti, sulle caratteristiche bene/servizio, nelle decisioni operative, sulle modalità di realizzazione

Autonomia ↔ Creatività



Autonomia ↔ Bassa **burocratizzazione**, bassa regolamentazione (e standardizzazione) dei compiti, basso **controllo (della creatività)**

Un dibattito ancora aperto (v. Hesmondhalgh).
«la **gestione delle industrie culturali** consiste principalmente nella **negoziatura delle tensioni** tra gli imperativi commerciali da un lato e gli obiettivi creativi o di informazione dall'altro»

Meccanismo di coordinamento
Esplicito

Burocrazia commerciale

Tradizionali/carismatiche

Meccanismo di controllo
Formale e gerarchico

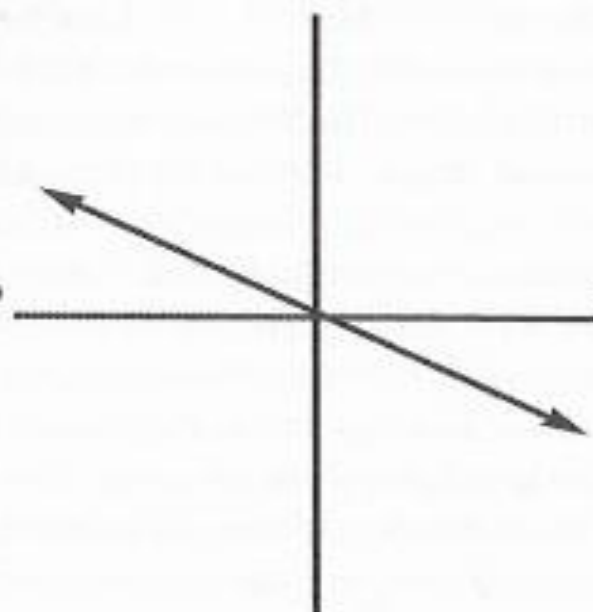
Meccanismo di controllo
Informale e collegiale

Burocrazia culturale

Organizzazione a rete

Implicito e tacito
Meccanismo di coordinamento

↔ Direzione del cambiamento



La tipologia e la riflessione sul cambiamento di Davis e Scase

- **Burocrazie commerciali**, controllo e coordinamento sono espliciti e formalizzati, fondati sulla gerarchia e su monitoraggio e valutazione delle performance. Enfasi sui profitti
- **Burocrazie culturali**, soprattutto in ambito pubblico (es. televisioni), controllo, gerarchia (come per la precedente) ma coordinamento tra dipartimenti autonomi; forti contrasti da pressioni commerciali

-
- **Organizzazioni tradizionali/carismatiche**, coordinamento attraverso la condivisione di valori, controllo meno formale/formalizzato; più frequente in piccole organizzazioni
 - **Organizzazioni a rete**, debole controllo e coordinamento formale; realtà molto piccole

Altre posizioni: autonomia
sempre dimensione
fondamentale nelle industrie
culturali e creative



Ma altri, ancora → variazioni e situazioni diverse,
cambiamenti legati alla crescente importanza del
commercio, del marketing, della ricerca
dell'audience

Tanti esempi... tante discussioni...



Ma ormai consenso su possibile **«tensione»** tra autonomia (estetica-professionale) e mercato, regole, «imperativi», logiche industriali
Necessità di **contestualizzare**



Autonomia

Contesto organizzativo

Caratteristiche filiera/settore

Caratteristiche contesto istituzionale

Inoltre, «lato oscuro» dell'autonomia... che può portare intensificazione del lavoro, isolamento (v. condizioni di lavoro)

Anche in questo caso importanza del contesto organizzativo (carichi, ritmi, risorse disponibili) e istituzionale

Dunque superamento delle **retoriche (e dei miti)**
sul *creative turn*, sulla *creative class*



Ascesa di una «**nuova classe creativa**» (Richard Florida)

«**Professionisti creativi**» (occupazioni manageriali, nel campo finanziario, degli affari, nei settori legale, commerciale, dell'assistenza sanitaria, ecc.)

«**Supercreativi**» (occupazioni nei campi della matematica e dell'informatica, dell'ingegneria, dell'architettura, delle scienze sociali, fisiche, biologiche, dell'educazione, dell'arte, dello spettacolo, dei mezzi di comunicazione)



Testi di riferimento

Hesmondhalgh D., *Le industrie culturali*, cap. 7