

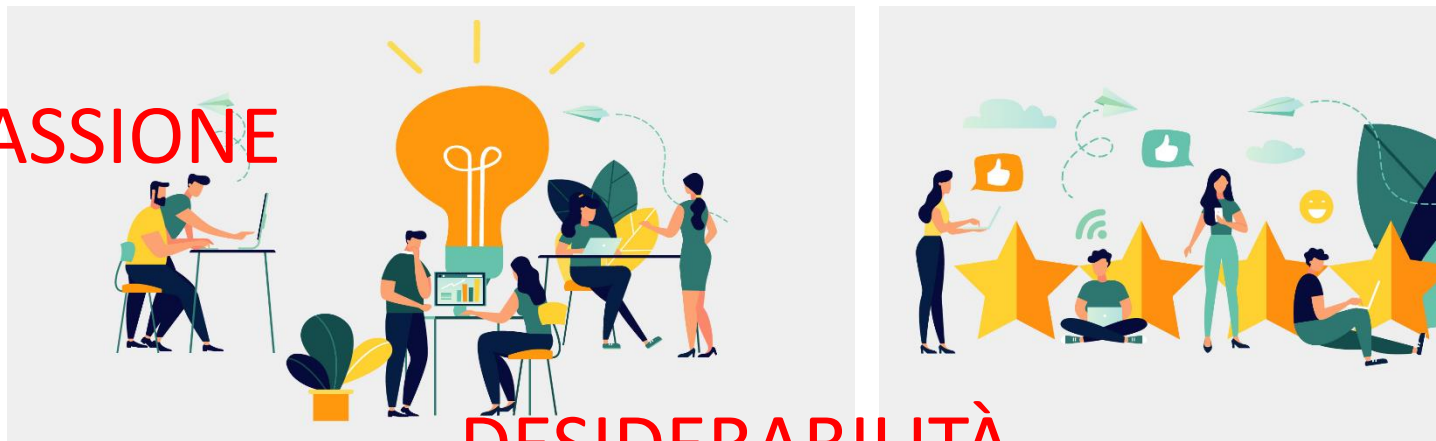
Unità didattica 3 – *Professioni, condizioni e significati del lavoro nelle industrie culturali e creative*

Il lavoro nelle industrie culturali e creative

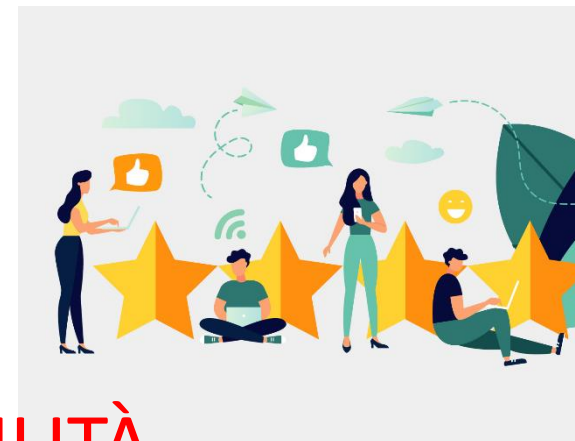
Elementi ricorrenti

Motivazioni «vocazionali», il «**piacere di svolgere quel tipo di lavoro**», ricompense a livello psicologico, di realizzazione (soprattutto per il lavoro a contenuto più creativo)

PASSIONE



DESIDERABILITÀ

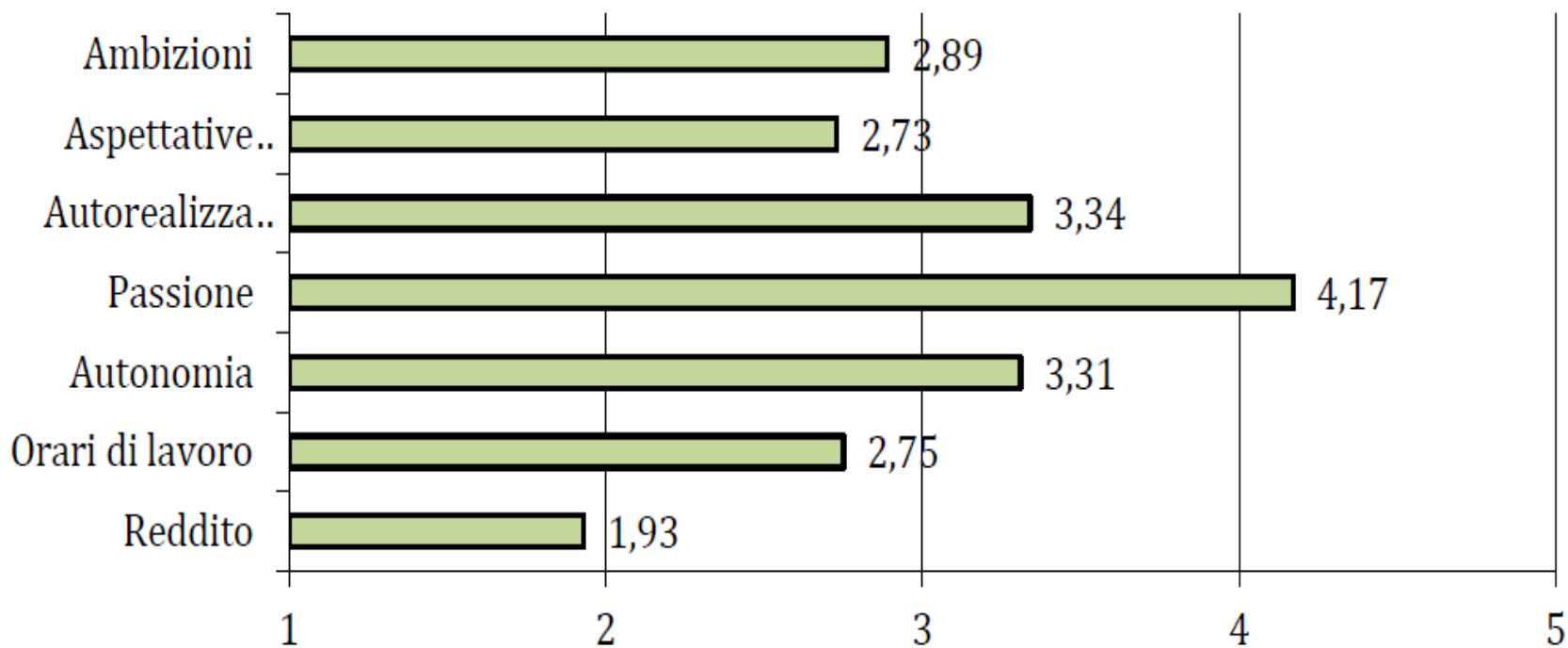


Elevata **soddisfazione** per i **contenuti**, i compiti,
la loro varietà, ecc. («quanto ti piace...?»,
«consigliaresti a tuo figlio...?»)
Superiore ad altri gruppi professionali



Ma attenzione:
soddisfazione per il lavoro
nel suo complesso è
un'altra cosa!

Quanto sei soddisfatto dei seguenti aspetti) (1-5)



Fonte: indagine *Soggettività intermittenti*

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, **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»

-
- **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

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

Meccanismo di coordinamento
Esplicito

Burocrazia commerciale

Tradizionali/carismatiche

Meccanismo di controllo
Formale e gerarchico

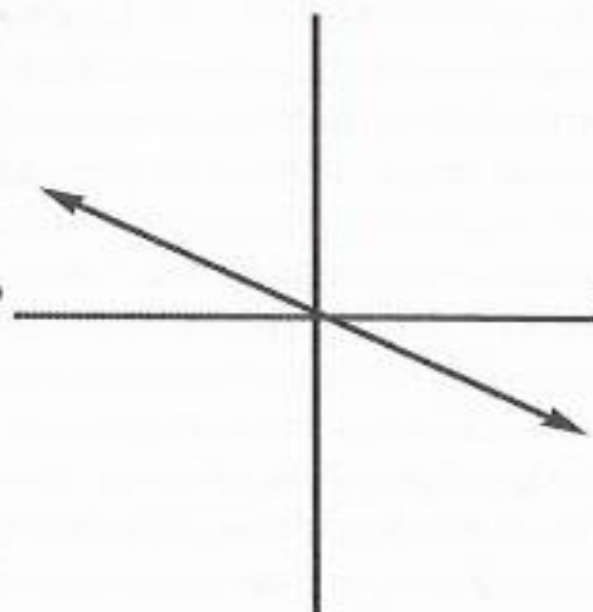
Meccanismo di controllo
Informale e collegiale

Burocrazia culturale

Organizzazione a rete

Implicito e tacito
Meccanismo di coordinamento

↔ Direzione del cambiamento

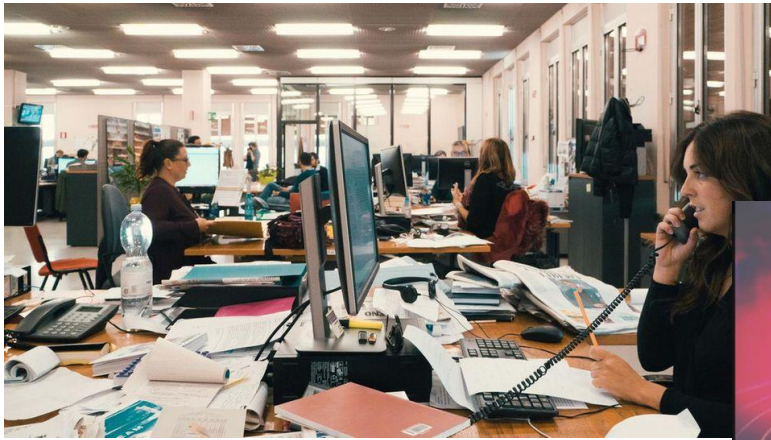


Altre posizioni: autonomia
sempre dimensione
fondamentale nelle industrie
culturali e creative



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.)

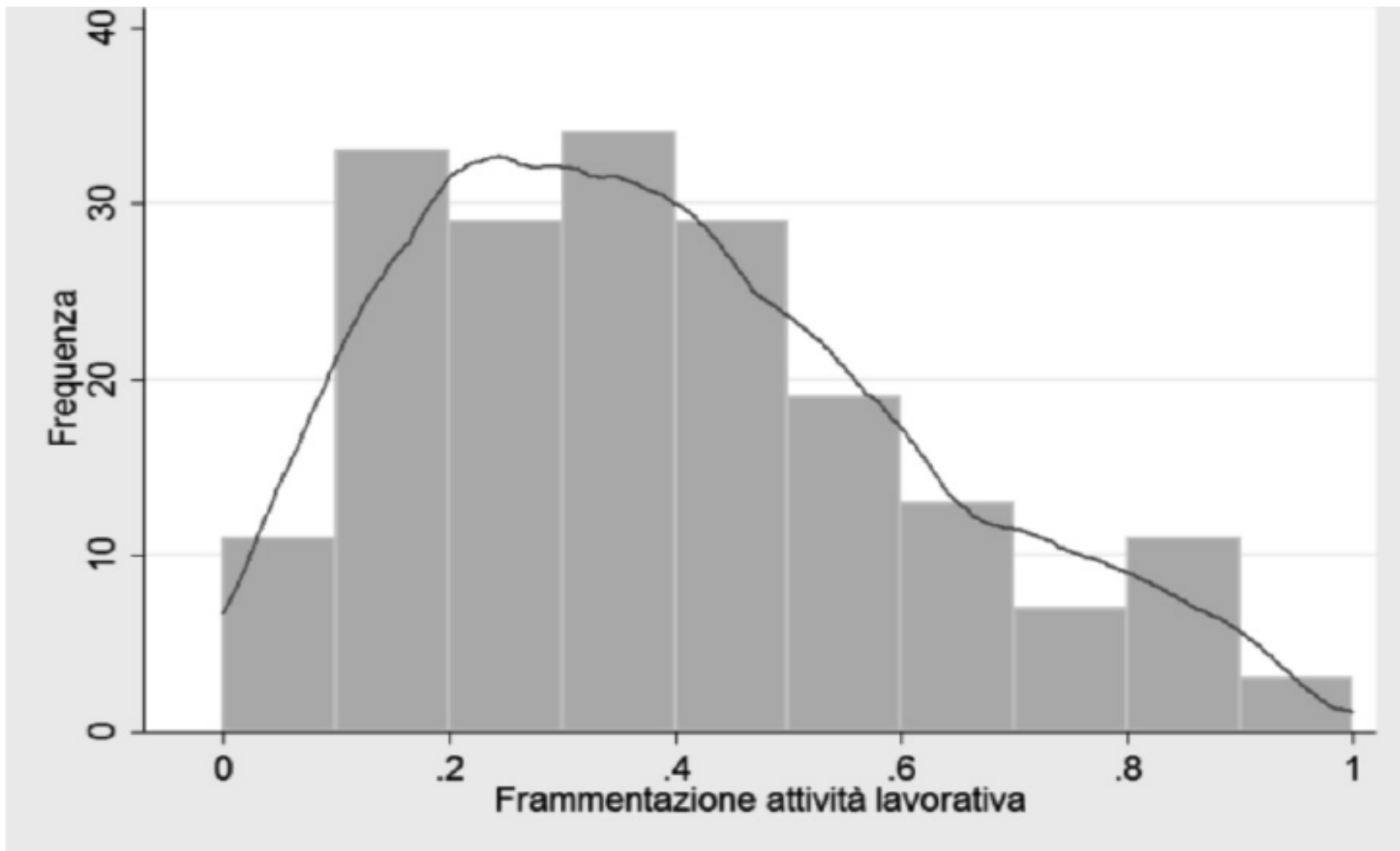
«**Supercreativi**» (occupazioni nei campi della matematica e dell'informatica, dell'ingegneria, dell'architettura, delle scienze sociali, fisiche, biologiche, dell'educazione, dell'arte, dello spettacolo, dei mezzi di comunicazione)



Project-based work → contratti/incarichi
temporanei → rischio di **discontinuità del lavoro**
(e quindi di reddito da lavoro)



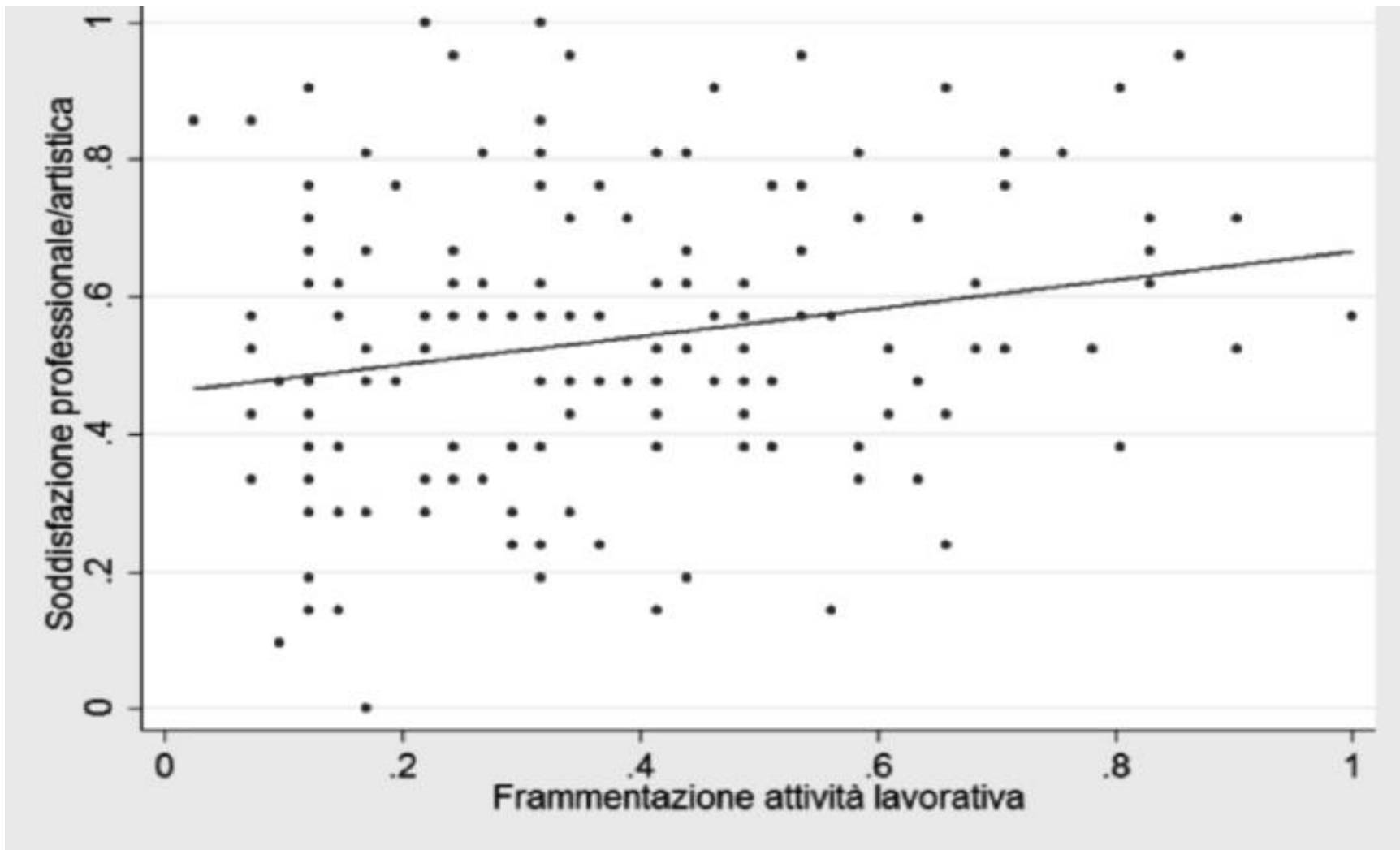
Strategia della **«frammentazione»**, della «pluri-
committenza», del «multiple-jobs» → svolgere
più incarichi/lavori contemporaneamente



Fonte: indagine *Soggettività intermittenti*

«job diversification to generate a minimum regular income (...) **multiple activities** has become one of the main features that characterize artistic and creative workers»
(Casal Balaguer)





Fonte: indagine *Soggettività intermittenti*

Strategie di **networking**

→ Opportunità di lavoro, informazioni su clienti e committenti, riduzione rischi di opportunismo, accesso a informazioni su condizioni «praticate», protezioni sociali



Strategie
di networking

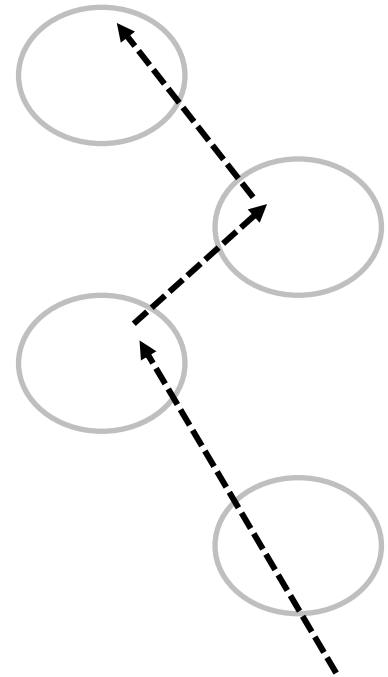


Spazi
collaborativi

«Carriere senza confini» («Boudaryless career») spostandosi da un datore di lavoro all'altro e da un progetto all'altro, i **riconoscimenti** si ottengono **dalle reti esterne alle singole organizzazioni** con le quali si lavora

Dunque, l'opposto di una
carriera all'interno di una singola
organizzazione

In tale quadro enfasi su:
**networking, apprendimento
continuo, comportamento pro-
attivo/imprenditoriale**



Alcune critiche → Enfatizzano troppo l'agency dell'individuo, **poca attenzione ai vicoli** che può incontrare (nel contesto in cui si «muove»)

La **dipendenza da «gatekeepers»** e dalle loro decisioni (soprattutto per alcuni profili professionali, più di frequente nel «lavoro artistico») → persone che hanno potere nella «filiera», nel «mercato del lavoro»



Tra collaborazione e competizione → Necessità/
utilità del networking e del collaborare con altri,
ma crescenti «spinte» alla competizione



Un ***affective labour*** ← investimento emotivo,
«messa in gioco» delle emozioni del lavoratore
per la produzione, ecc.



Passione

Autonomia
(ma sotto tensione)

Project-
based work

Discontinuità
del lavoro

Pluricommitenza

Percorsi/carriere
tra organizzazioni

Portfolio, social
branding

Networking

Percezioni... degli altri



Come familiari o persone più prossime descrivono il tuo lavoro