

MediaTrends

**COLLANA INTERDISCIPLINARE DI SCIENZE SOCIALI, POLITICA E COMUNICAZIONE**

---



# Il futuro dello spazio pubblico

## Nuove professioni per nuove esigenze sociali

a cura di  
Mihaela Gavrilă  
Fiorenzo Parziale

Il volume è stato realizzato con i fondi destinati al progetto PRIN 2010/2011,  
“Le professioni dello spazio pubblico oltre la crisi”,  
ed è stato sottoposto a double-blind peer review.

ISBN 978-88-916-2324-9

**© Copyright 2018 by Maggioli S.p.A.**  
**Maggioli Editore è un marchio di Maggioli S.p.A.**  
Azienda con sistema qualità certificato ISO 9001: 2008

47822 Santarcangelo di Romagna (RN) • Via del Carpino, 8  
Tel. 0541/628111 • Fax 0541/622595  
[www.maggiolieditore.it](http://www.maggiolieditore.it)  
e-mail: [clienti.editore@maggioli.it](mailto:clienti.editore@maggioli.it)

Diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica, di riproduzione  
e di adattamento, totale o parziale con qualsiasi mezzo sono riservati per tutti i Paesi.

Finito di stampare nel mese di marzo 2018  
nello stabilimento Maggioli S.p.A.  
Santarcangelo di Romagna (RN)

# Indice

**Introduzione. I nuovi professionisti dello spazio pubblico,  
una valutazione d'insieme** pag. 7  
*Fiorenzo Parziale*

**Capitolo 1**  
**Identità e condizione dei nuovi professionisti  
dello spazio pubblico** » 23  
*Fiorenzo Parziale*

**Capitolo 2**  
**Il management dell'agire professionale  
nello spazio del "sociale"** » 45  
*Emilio Gardini*

**Capitolo 3**  
**L'evoluzione "economica" del Terzo settore.  
Dal volontario all'impresa sociale** » 53  
*Anna D'Ascenzio*

**Capitolo 4**  
**Gli operatori del sociale: tra processi di formazione  
e pratiche di professionalizzazione** » 63  
*Stefania Ferraro*

**Capitolo 5**  
**Assistenti sociali alle prese con il mutamento del welfare:  
il compito assegnato alla formazione** » 81  
*Elisa Matutini*

## **Capitolo 6**

**Identità e contesto nel lavoro di progettazione. Le ambivalenze dello spazio pubblico in uno studio qualitativo** » 97

*Emiliano Bevilacqua*

## **Capitolo 7**

**Dentro il laboratorio Media. I nuovi professionisti dell'audiovisivo tra scenari sociali, cambiamenti organizzativi e innovazione digitale** » 113

*Mihaela Gavrilă*

## **Capitolo 8**

**La professione del giornalista nel mondo che cambia, tra sfide etiche e costruzione identitaria** » 141

*Juan Carlos Suárez-Villegas, Vera D'Antonio*

## **Capitolo 9**

**I nuovi professionisti della comunicazione d'impresa tra epistème e téchne** » 157

*Laura Minestrini*

## **Capitolo 10**

**Il web design fra mestiere e professione** » 175

*Marialuisa Stazio*

## **Conclusioni**

**Verso una sociologia del lavoro possibile. I professionisti dello spazio pubblico tra creatività, crisis management e competenze digitali** » 187

*Mihaela Gavrilă*

**Riferimenti bibliografici** » 193

**Autori** » 211

# Capitolo 10

## Il web design fra mestiere e professione

Marialuisa Stazio

### 10.1 Introduzione

Si ripete spesso, da più parti, che viviamo oggi in un'epoca di disintermediazione. Poiché, si dice, le nuove tecnologie permetterebbero il collegamento diretto tra domanda e offerta – sia essa economica, politica o informativa – non avremmo più bisogno di mediatori.<sup>1</sup>

Ad una osservazione più attenta, tuttavia, più che all'eliminazione degli intermediari assistiamo, invece, all'emergere di nuove figure di mediazione, che sicuramente sono meno evidenti, identificabili e responsabili di quelle vecchie.

John Hagel III e Marc Singer nel loro libro *Net Worth* hanno coniato il neologismo *infomediary*, (un composto di *information* e *intermediary*)<sup>2</sup>, che sta a indicare i sistemi in grado di gestire il flusso di informazioni in rete, che possono agire come intermediari per le transazioni commerciali e, anche, come venditori delle informazioni messe a disposizione dall'utente.

Andando un poco più a fondo, nondimeno, c'è tutto un mondo d'intermediazione umana dietro l'apparente disintermediazione della rete: dagli ingegneri che scrivono, prescrivono funzioni e priorità e perfezionano gli algoritmi cui siamo usi ormai attribuire tanta parte nelle nostre vite di consumatori ma, anche, di esseri sociali; ai lavoratori a domicilio che, in tutto il mondo, lavorando online e attraverso l'intermediazione di altre società, aiutano a correggere e a migliorare i risultati degli algoritmi; alle centinaia e centinaia di persone che mediano invisibilmente la “disintermediazione” dei rapporti fra politici,

---

<sup>1</sup> cfr. P. HAWKEN, *The Next Economy*, Henry Holt & Co, New York, 1983.

<sup>2</sup> J. HAGEL III, M. SINGER, *Net Worth: Shaping Markets when customers make the rules*, Harvard Business School Press, Cambridge, Mass., 1999.

star dello spettacolo o aziende e “il pubblico”, come i *social media manager* o, appunto, i *web designer*.

Il web design è, infatti, un'attività legata alla creazione delle “architetture” degli spazi della rete, vale a dire della progettazione di quelle strutture che condizionano, se non determinano, i comportamenti e le relazioni possibili. L’“invisibilità” della figura è direttamente proporzionale al fatto che questa *architettura* è particolarmente efficace proprio per la sua capacità di apparire “naturale”, ovvero di regolare senza dare l'impressione di farlo.<sup>3</sup> Il web designer, in altre parole, è colui che – per dirla con Foucault – struttura “il campo d'azione”, il “campo di possibilità” delle azioni possibili.<sup>4</sup> È un progettista di “architetture” che, oltre a rappresentare in modo coerente l'identità pubblica di una persona, di un'azienda, di un ente, di un servizio, devono possedere anche tutti i requisiti e le proprietà capaci di mettere l'utilizzatore a proprio agio nell'uso del mezzo. Caratteristiche, quindi di accessibilità, usabilità e sicurezza

Il che vuol dire – appunto – che colui che si accinge a questa attività deve avere la capacità di *mediare* fra le esigenze comunicative del committente, le caratteristiche intrinseche dei mezzi e dei dispositivi, le diverse caratteristiche di diverse tipologie di utenza (anche quella con ridotta o impedita capacità sensoriale, motoria, o psichica), e la diversità delle differenti *user experiences*, sempre tenendo presente la diversità dei dispositivi fissi e mobili a disposizione dell'utenza. In pratica, come ogni comunicatore, deve essere capace di immedesimarsi negli utenti e immaginare scenari multipli – vale a dire quelli che potrebbero rappresentare la quotidianità di migliaia di navigatori – e di adottare strategie flessibili e adatte al maggior numero possibile di essi. Insomma, proprio come uno scrittore, il web designer deve esercitare la capacità di “immaginare” i suoi utenti – le loro motivazioni, azioni, reazioni, ostacoli e successi – in una serie di scenari differenti. E, poiché in fase di progettazione egli ha ben chiaro il comportamento atteso o desiderato dall'utente (cosa non sempre autoevidente per gli altri professionisti che lavorano allo stesso

---

<sup>3</sup> cfr. L. LESSIG, *Code and other laws of cyberspace*, Basic Books, 1999; L. LESSIG, *The Laws of Cyberspace*, in *Net '98 conference*, Net '98 conference, Taipei, 1998;

[http://www.lessig.org/content/articles/works/laws\\_cyberspace.pdf](http://www.lessig.org/content/articles/works/laws_cyberspace.pdf).

<sup>4</sup> M. FOUCAULT, *The Subject and Power*, in *Beyond Structuralism and Hermeneutics*, University of Chicago Press, Chicago, 1982.



progetto), egli ricoprirà anche una posizione di mediazione interna, fra i diversi aspetti di uno stesso progetto, e di raccordo e mediazione fra i diversi autori. Il web designer, quindi, tende a mediare anche tra il lavoro creativo e quello di programmazione, perché ha una visione d'insieme in grado di trovare soluzioni tra l'estrosità creativa del Graphic Designer, del Content Manager o del Copywriter, e l'accuratezza matematica del programmatore e del Web Developer, così come alle esigenze tecnico-pratiche del Web Marketing Specialist o di quelle della sicurezza (autenticazione, integrità, confidenzialità).

## 10.2 Il nuovo spazio pubblico e il ruolo del web designer

Questo volume si intitola: *Il futuro dello spazio pubblico. Nuove professioni per nuove esigenze sociali*. E si propone di analizzare nuove figure professionali, il cui lavoro consista nel facilitare l'accesso a beni e servizi – inclusi quelli simbolici – in uno *spazio pubblico* dove sono in crisi la pratica della comunicazione verticale e, sia pur nei limiti sopra accennati, l'idea stessa di mediazione. Cose che, come è stato detto, modificano profondamente la nozione stessa di *sfera pubblica*.

Non è questa la sede per riproporre un approfondimento sulla nozione di sfera pubblica. Forse è però opportuno ricordare che nell'antica Grecia c'era una divisione precisa degli spazi sociali. L'*oikos* era lo spazio degli affari strettamente privati; l'*agorà* era uno spazio sia pubblico che privato, dove i cittadini si incontravano liberamente. Le comunicazioni che avvenivano nell'*oikos* e nell'*agorà* potevano diventare “pubbliche” – o, meglio, accessibili a tutti – se veicolate da qualche mezzo di comunicazione. L'*ekklesia* era, infine, il luogo della *sfera pubblica*, dove i cittadini deliberavano sotto gli occhi di tutti. I primi due spazi sociali esistono in tutte le società, mentre soltanto le società democratiche hanno un terzo spazio di dibattito e di scelta politica. Nell'antica Grecia c'era, dunque, una sfera “pubblico/pubblico” (l'*ekklesia*) che era uno spazio sociale di circolazione e scambio di idee, valori, informazioni e conoscenza, e che si differenziava nettamente dalla nozione ampia e indistinta di *spazio pubblico* che potremmo definire *civile*.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> B. FLORIS, *Espace public et sphère économique*, in Hermès, La

La nozione di spazio pubblico che utilizziamo qui è, invece, proprio questa più allargata. Una nozione che non riguarda lo spazio sociale descritto da Habermas,<sup>6</sup> caratterizzato e definito dallo scambio discorsivo di posizioni ragionevoli, su problemi d'interesse generale, come base per la riflessione e l'attuazione di scelte di interesse collettivo: in breve quella sfera in cui lo scambio di informazione e la discussione su basi razionali hanno implicazioni pratiche per l'azione e le decisioni politiche.

È uno spazio pubblico che assomiglia forse a quella *sfera pubblica letteraria* – di privati riuniti in pubblico – che si accende a contatto con i prodotti culturali accessibili al pubblico e che per Habermas era palestra di un pubblico dibattito delle idee, la sede di processi riflessivi, il luogo dell'addestramento all'argomentazione razionale.<sup>7</sup>

Com'è noto, nell'analisi di Habermas, il formarsi di questa sfera sarebbe in stretta relazione con lo sviluppo di una moderna *sfera privata*, la sfera dell'intimità familiare borghese che, tuttavia, con la compenetrazione fra Stato e società, «perde sempre di più, con le funzioni di formazione del capitale, anche le funzioni dell'allevamento e della educazione, della protezione, dell'assistenza, della guida, (...) tradizione e orientamento: essa perde il suo potere di plasmare il comportamento».<sup>8</sup> La famiglia e la sfera privata divengono, in breve, i luoghi privilegiati del *tempo libero* e del *consumo*, con un conseguente depauperamento della sfera pubblica letteraria.

Questa osservazione – con una associazione magari un po' libera, ma giustificata dalla polisemia della parola *pubblico* e dall'ampiezza e dalla varietà di significati della locuzione di cui stiamo parlando – richiama alla mente un'altra nozione di *spazio pubblico*, quella propriamente legata allo spazio fisico con la quale si designa in prima istanza quell'«insieme di strade, piazze, piazzali, slarghi, parchi, giardini, parcheggi che separano edifici o gruppi di edifici nel momento stesso in cui li mettono in relazione tra di loro».<sup>9</sup> Nello stesso modo si indicano, però,

Revue 2003, n. 36, 2, pp. 127-136.

<sup>6</sup> cfr. J. HABERMAS, *Strukturwandel der Öffentlichkeit: Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*, 1962 [trad.it., *Storia e critica dell'opinione pubblica*, Laterza, Roma-Bari, 2001].

<sup>7</sup> Ivi, p.43.

<sup>8</sup> Ivi, p.187-188.

<sup>9</sup> F. PURINI, *Spazio pubblico*, in *Enciclopedia Italiana - VII Appendice*, 2007.

anche spazi che – pur non rientrando propriamente nella categoria dello spazio pubblico – vengono tuttavia comunemente vissuti come se ne fossero delle estensioni, in una stratificata e molteplice fenomenologia urbana che presenta gradualità di forme intermedie, passando da spazi pubblici in senso integrale a spazi pubblici solo di fatto, come portici, negozi, interni di banche e di uffici, supermercati, shopping centers, parcheggi e aeroporti.

Di qui – passando magari per le tesi di Paul Virilio,<sup>10</sup> che ipotizzano un cambiamento dello spazio urbano da sistema concreto, di ambienti costruiti e spazi fisici, a flusso continuo e plurale di informazioni, di segnali, di visioni – si può forse passare a un'idea di *spazio pubblico* coincidente con il circuito immateriale della rete.

In rete, infatti, nel giro di relativamente pochi anni, lo spazio fisico si è come riprodotto e rispecchiato, e si sono riprodotte e amplificate tutte le topologie territoriali: i mercati, le piazze (i vari “forum”), le biblioteche, gli apparati statali, ecc. Ma in rete esistono anche spazi relazionali originali, legati esclusivamente alle possibilità che lo strumento offre. Per quanto il paradigma della condivisione all'interno di comunità ristrette sia antico (si pensi, ad esempio, all'economia della reciprocità di Polanyi),<sup>11</sup> fra questi nuovi spazi troviamo anche i luoghi dell'*intelligenza collettivo/connettiva*,<sup>12</sup> della condivisione, accumulazione e sedimentazione della conoscenza che risulta dalla somma di contributi personali, come i motori di ricerca, i social network, le pagine wiki.

Se lo spazio della Rete, nei suoi primi momenti di vita, era stato interpretato come uno spazio completamente svincolato dalle relazioni di potere che dominano lo spazio territoriale, come un nuovo mondo in cui mettere in scena utopie egualitarie, esso ci appare oggi – in quanto spazio completamente pro-

---

<sup>10</sup> P. VIRILIO, *L'orizon négatif. Essai de dromoscopie*, 1984 [trad. it. *L'orizzonte negativo. Saggio di dromoscopia*, Costa & Nolan, Milano, 1986].

<sup>11</sup> K. POLANYI, *The great transformation*, 1944 [trad. it. *La Grande Trasformazione*, Einaudi, Torino, 2000].

<sup>12</sup> cfr. P. LEVY, *L'Intelligence collective. Pour une anthropologie du cyberspace*, 1994 [trad. it. *L'intelligenza collettiva. Per un'antropologia del cyberspazio*, Feltrinelli, Milano, 1996]. Cfr. anche D. DE KERCKHOVE, *Connected Intelligence: The Arrival of the Web Society*, Somerville House Publ., Toronto, 1997.

grammabile – potenzialmente interamente regolabile. E, d'altronde, se la scelta dell'architettura iniziale di Internet era basata prevalentemente sulla libertà, le scelte successive ci paiono esser state centrate prevalentemente sul controllo.<sup>13</sup>

Qui, dunque, non ci sembra perfettamente proprio parlare di *spazio pubblico*. Nell'idea di *pubblico* è insito, infatti, un senso di libertà d'uso, seppure all'interno delle coordinate rappresentative e unificanti di una società. Il cyberspazio, invece, è uno spazio codificato in modo formale, in cui i residui di libertà d'uso sono prevalentemente confinati nelle pratiche hacker, che spingono la tecnologia oltre il suo uso prescritto. In questo ambiente completamente codificato e costruito, ciò che è consentito fare corrisponde alle azioni espressamente rese possibili dalle scelte di progettazione: scelte programmate, che diventano anche le scelte incorporate nell'ambiente tecnologico di chi userà i dispositivi: ciò che Brey chiama *embedded normativity*,<sup>14</sup> la normatività inclusa o incorporata nell'oggetto.

Gli spazi della rete sono d'altronde sempre – in senso stretto – *privati*: sono proprietà di qualcuno e soggiacciono a regole vincolanti. Regole impostate e vincolate dall'*architettura* delle piattaforme ed anche più o meno modellate da un comportamento concordato da più persone e gruppi e, infine, trasformate in rituali comuni fortemente strutturati.

Dunque nel caso che stiamo esaminando – il web design e le sue caratteristiche – sarebbe forse più opportuno parlare di progettazione di spazi in cui – come nell'*oikos* e nell'*agorà* – comunicazioni fra privati possono diventare pubbliche, accessibili a tutti o, ancora, essere concepite come forme di espressione e rappresentazione *in pubblico*.

Questi spazi, nondimeno, mantengono in comune con quella *sfera privata* di cui prima si diceva – ma anche con la dimensione pubblica e collettiva che i comportamenti, le opinioni, i sentimenti *privati* assumono nello scambio informativo e comunicativo sempre più intenso – il fatto di riferirsi pur sempre, in maniera non esclusiva ma certamente privilegiata, agli ambiti del tempo libero e del consumo.

---

<sup>13</sup> cfr. LESSIG, 1998, *op.cit.* e 1999, *op.cit.*

<sup>14</sup> P. BREY, *Disclosive computer ethics*, *SIGCAS Comput. Soc.*, n. 30, 4, 2000, pp. 10-16; P. BREY, *Method in computer ethics: Towards a multi-level interdisciplinary approach*, *Ethics and Information Technology*, n. 2, 2, 2000, p.129, p. 125.

Tuttavia, ci pare opportuno sottolineare che proprio il tempo libero e, in particolar modo, il consumo sono divenuti oggi – in tutte le forme di consumo critico, consapevole e solidale – terreni di dibattito e argomentazione. Sono, infatti, arene per la discussione, la mediazione, la costruzione cooperativa delle scelte e, in definitiva, di comunicazione. E, dunque, la comunicazione, le sue forme e suoi dispositivi, assumono oggi un ruolo privilegiato nello scambio economico, poiché tramite essi non si tratta solo di fornire accesso alle informazioni, ma di rendere centrali lo scambio informativo e il confronto “in pubblico”.

Ne consegue, in sintesi, che le pratiche del tempo libero e del consumo sono divenute ambiti in cui la questione dello *spazio pubblico* è oggi una questione aperta, ponendo nientemeno che l'esigenza di un tipo di organizzazione dove gli individui possano riflettere collettivamente sul significato delle loro attività, ne possano discutere linee più o meno rispettose della società, degli individui e dell'ambiente, e possano prendere collettivamente le scelte più opportune.<sup>15</sup> È qualcosa di abbastanza vicino allo «scambio discorsivo di posizioni ragionevoli su problemi d'interesse generale» alla base di scelte di interesse collettivo che caratterizzava la *sfera pubblica* habermasiana.

In questo senso, una professione come il web designer, che media fra privati e pubblico – regolando anche i termini e i modi della possibilità dell'interscambio fra i (e all'interno dei) due mondi – può apparire a tutti gli effetti una delle professioni dello spazio pubblico. Una professione che, in sintesi, pone alcune delle condizioni perché in questo spazio circoli l'informazione necessaria, e vi siano gli strumenti e i dispositivi adatti a una discussione pubblica, intorno a temi che assumono interesse e rilevanza pubblica.

### 10.3 Il web design fra epistème e téchne

Fare il web designer significa vivere una condizione lavorativa contraddittoria, in cui *epistème* e *téchne* sono contemporaneamente in tensione conflittuale e in implicazione reciproca. Le *conoscenze* che abilitano a svolgere questa attività – derivanti a loro volta da conoscenze rigorose e teoriche – sono insieme

---

<sup>15</sup> cfr. FLORIS, *op.cit.*

strutturati di informazioni, principi, pratiche e teorie che si devono obbligatoriamente tradurre in *saper fare*. In questo modo, sembrerebbe non esserci spazio per la teoria pura, per uno studio lungo e approfondito dei fondamenti.

*Téchne*, che i latini traducevano con *ars*, e che per noi costituisce l'etimo di "tecnica", per Platone doveva comprendere necessariamente un *sapere* e un *saper fare*. Ma non basta. La *téchne* – per Aristotele – deve mirare anche a un prodotto, distinguendosi così dalla *praxis*, che è fine a se stessa.

Per quanto riguarda la professione del web designer, però, dobbiamo recuperare anche l'attuale significato della traduzione latina di *téchne*, che era *ars*. Per noi l'*arte* – a partire dal Rinascimento – si è affrancata dalle regole prefissate delle *arti e mestieri*, mettendo l'accento sulla *creatività*, cioè aprendo a qualcosa che non è già stato stabilito e regolato nei dettami prefissati della tecnica, che non è calcolabile e prevedibile.

Così è anche nel web design, dove non solo non basta il *sapere* per *saper fare* ma, anche, bisogna aprire di volta in volta uno spazio al nuovo e al singolare, bisogna mettere in azione l'immaginazione per riorganizzare l'esperienza, ed essere capaci di restituirne la complessità attraverso una nuova organizzazione.

Una professione, dunque, dove non solo bisogna mettere d'accordo molti interessi e molte voci, ma c'è anche un grande spazio per la creatività e per l'esercizio dell'*estetica*, intesa come pratica della discussione argomentata intorno a ciò che non può avere prove decisive, come appunto la qualità estetica, la *bellezza* di un artefatto. Cosa che – in definitiva – conferisce a questa professione una sua qualità *artistica*.

Ma se in questa professione la *téchne* interviene in tutta la sua complessità e stratificazione di significati, è pur vero che i web designer fanno parte a pieno titolo della categoria dei *knowledge worker*, vale a dire di quei lavoratori che svolgono attività immateriali fondate su studi di tipo universitario e su un'esperienza pratica idonea a risolvere i problemi nel quadro della triade classica "bisogno-problema-soluzione".

In quest'ambito, questa attività confluisce inoltre nel numero crescente di "nuove professioni", o delle attività intellettuali che

aspirano a rientrare nel “professionalismo”.<sup>16</sup>

Tuttavia, come per altri profili che lavorano per il web, non esistono norme o leggi specifiche che regolano la professione, non sono richiesti titoli di studio, abilitazioni, iscrizioni ad albi o periodi minimi di pratica professionale obbligatori.<sup>17</sup>

Numerosi web designer sono autodidatti e provengono da formazioni assai eterogenee tra loro. Ovviamente, esistono scuole, corsi privati e pubblici o master ma, spesso, il punto di partenza è soltanto la pratica sul campo.

Anche perché, come per altri profili che lavorano per il web, anche per il web designer non esiste un percorso formativo standard. Tanto è vero che c'è anche incertezza rispetto alla collocazione della figura nel Quadro Europeo delle Qualificazioni (EQF). Ad esempio, nel *Repertorio delle Qualificazioni Professionali della Regione Campania* la figura compare nel EQF 4.<sup>18</sup> Per ALFA (Agenzia Regionale per il lavoro la formazione e accreditamento della Regione Liguria) è collocata nel EQF 5.<sup>19</sup> Secondo l'*Atlante delle professioni* dell'Università di Torino è nel EQF 6.<sup>20</sup>

Insomma, rispetto al contestato processo di professionalizzazione di Wilensky,<sup>21</sup> perché il web designer si professionalizzi

<sup>16</sup> E. FREIDSON, *Professionalism. The third logic*, The University of Chicago Press, Chicago, 2001 [trad.it. *Professionalismo. La terza logica*, Dedalo, Bari, 2002].

<sup>17</sup> *Atlante delle professioni* dell'Università di Torino; <http://www.atlantedelleprofessioni.it/Professioni/Web-designer>.

<sup>18</sup> Equivalente a un Diploma professionale di tecnico, diploma liceale, diploma di istruzione tecnica, diploma di istruzione professionale, Certificato di specializzazione tecnica superiore.

<sup>19</sup> Equivalente a un Diploma di tecnico superiore.

<sup>20</sup> Equivalente a Laurea o diploma accademico di I livello.

<sup>21</sup> Secondo Wilensky il processo di professionalizzazione è formato da una successione di cinque fasi: comparsa di una certa attività lavorativa come occupazione a tempo pieno, istituzione di scuole di formazione specialistica, nascita di associazioni professionali (in genere prima su basi locali, poi a livello nazionale), ottenimento dell'appoggio dello Stato a protezione dell'attività professionale (per lo più una qualche forma di monopolio dell'attività o di protezione del titolo occupazionale), elaborazione di un codice etico formale. Nella storia delle professioni “chiaramente riconosciute” è dunque rintracciabile “una progressione costante di eventi, un cammino lungo il quale esse hanno tutte viaggiato fino alla terra promessa del professionalismo” (cfr. H. WILENSKY, *The professionalization of everyone?*, in *American sociological review*, LXX, 1964, pp. 133-158 [trad.it. parziale, *La professionaliz-*

bisognerebbe prima individuare e poi creare un nesso tra percorso formativo e base cognitiva effettivamente impiegata nell'attività lavorativa.

Riguardo a quest'ultima, possiamo rinvenire in web numerose descrizioni, non sempre concordanti tra loro.

Nel *Servizio Informativo sulle Professioni* dell'INAPP (ex ISFOL), il web designer compare fra le "professioni intellettuali, scientifiche e di elevata specializzazione" ed è collocato nella categoria dei "creatori artistici a fini commerciali",<sup>22</sup> definizione che potrebbe sembrare ossimorica se non fosse inquadrata nel triangolo di forze fra *epistème*, *téchne* e *ars* sopra accennato.

Il servizio descrive inoltre le conoscenze, gli *skill*, le attitudini, le caratteristiche della personalità, e i valori per la professione. Se fra le *caratteristiche della personalità* più adatte alla professione troviamo in prima linea l'essere "creativo", nelle *attitudini* troviamo: l'originalità, l'attitudine all'ascolto e quella a presentare un elevato numero di idee su un argomento.

Per quanto riguarda gli insiemi strutturati d'informazioni, principi, pratiche e teorie da mettere in campo nella professione, questi si riferiscono decisamente a conoscenze trasversali, polifunzionali, multidisciplinari e flessibili. Ad esempio, fra le conoscenze che sono indicate come "molto importanti" troviamo: Comunicazione e media, Lingua italiana, Commercializzazione e vendita, Arte e Lingua straniera. Importanti sono: Informatica ed elettronica e Servizi ai clienti e alle persone. Non andrebbero, però, trascurati nemmeno: Produzione e processo, Progettazione tecnica, Telecomunicazioni, Psicologia, Lavoro d'ufficio, Matematica, Impresa e gestione d'impresa, Sociologia e antropologia.<sup>23</sup>

Secondo l'*Atlante delle professioni* dell'Università di Torino per intraprendere la professione di web designer sono fondamentali, invece, la familiarità con i principali software grafici, ed è indispensabile anche l'ottima conoscenza del media inter-

---

*zazione di tutti?*, in W. TOUSIJN (a cura di) *Sociologia delle professioni*, Bologna, 1979, p. 119]. Tale progressione è stata in seguito contestata (le tappe descritte non si succedono sempre nell'ordine indicato), ma noi la riportiamo per sintetizzare facilmente i passi che più frequentemente segnano il cammino della professionalizzazione di un'attività.

<sup>22</sup> Per la precisione: "creatori artistici a fini commerciali (esclusa la moda)".

<sup>23</sup>Cfr. [www.fabbisogni.isfol.it](http://www.fabbisogni.isfol.it).



net, la conoscenza del graphic design applicato all'ambiente multimedia e l'utilizzo di computer grafica 3D.<sup>24</sup>

Insomma, pur nella diversità delle indicazioni, quello che appare certo è che in questa attività è fondamentale la capacità di integrare conoscenze multiple, e sicuramente non acquisibili attraverso un unico percorso formale di apprendimento fra quelli oggi disponibili.

E così non appare un caso se il web designer appare fra gli sbocchi professionali di alcuni corsi di laurea interfacoltà e interclasse, il cui diffondersi potrebbe portare, tra l'altro, la pratica del web designer nel EFQ 7,<sup>25</sup> coerentemente anche alla sua vocazione/funzione progettuale e ideativa, nonché di mediazione e coordinamento, di progetti complessi.

Fra gli esempi possibili, il Corso di laurea in *Design, Comunicazione Visiva e Multimediale*, delle Facoltà di Architettura e di Scienze Politiche, Sociologia, Comunicazione dell'Università di Roma La Sapienza, interclasse fra la LM12 – Classe Delle Lauree Magistrali in Design (Architettura) – e la LM19 – Classe Delle Lauree Magistrali in Informazione e Sistemi Editoriali (Scienze della Comunicazione). O il Corso di laurea magistrale in *Comunicazione Multimediale e Tecnologie dell'informazione* della Facoltà di Scienze della Formazione e di Matematica, Informatica e Multimedialità dell'Università di Udine, interclasse fra la LM19 – Informazione e sistemi editoriali – e la LM18 – Informatica.

A entrambi questi CdL si ha accesso con una laurea triennale di classe L20, classe delle lauree in Scienze della Comunicazione, a confermare la vocazione prettamente comunicativa del web design.

Se, allora, a prima vista il web designer appare un *mestiere* per il quale è sufficiente acquisire competenze tecniche, è forse perché siamo ancora ancorati a una visione di questa attività strutturatasi negli anni antecedenti il web 2.0. Oggi, quando ne osserviamo le notevoli evoluzioni, ci accorgiamo invece come questa professione abbia come indispensabile prerequisito una formazione teorica solida e capace di fornire basi sicure e radici

---

<sup>24</sup> Cfr. <http://www.atlantedelleprofessioni.it/Professioni/Web-designer>.

<sup>25</sup> Equivalente a Laurea magistrale, diploma accademico di II livello, master universitario di I livello, diploma accademico di specializzazione (I), diploma di perfezionamento o master (I).

profonde alla flessibilità e alle curiosità intellettuali che sostengono e sostengono i processi di *lifelong learning*.

Poiché essa è strettamente legata anche – se non soprattutto – agli sviluppi tecnologici del web, e deve anche autogenerarsi ed autoprodursi, adattarsi alle esigenze ed i compiti di volta in volta richiesti da un mercato diversificato e in cambiamento e adeguarsi a un clima di mobilità e di complessità che investe l'intero mondo della produzione.

La consapevolezza di dover abbandonare ogni idea di stabilità e ogni visione rigida – un tempo prerogativa degli *artisti* – costituisce oggi uno dei capisaldi della mentalità dei *knowledge workers*. Fra essi, i web designer sono fra quanti devono e sanno fare dell'accettazione consapevole del mutamento inarrestabile, e della rinuncia agli assoluti nella produzione e nella vita, un punto di partenza produttivo ed esistenziale.

## Riferimenti bibliografici

A. ABBOTT, *The System of Professions: An essay on the division of expert of expert labor*, University of Chicago Press, Chicago, ed. 2014.

M. ACCORINTI, *Terzo settore: dall'integrazione alla sostituzione del pubblico?*, in *La Rivista delle Politiche Sociali*, n. 2, 2011, pp. 299-308.

A. ACCORNERO, *Era il secolo del lavoro*, il Mulino, Bologna, 2000.

A. ACCORNERO, *Il lavoro dalla rigidità alla flessibilità. E poi?*, in *Sociologia del lavoro*, n. 100, Franco Angeli, Milano, 2005, pp. 9-23.

S. ADLER, *Lo studio dell'orchestrazione*, Edt, Torino, 2008, p. XII.

AICA, ASSINFORM, ASSINTEL, ASSINTER, *Osservatorio delle competenze digitali 2017. Scenari, gap, nuovi profili professionali e percorsi formativi*, disponibile online al link:

[http://www.agid.gov.it/sites/default/files/osservatorio\\_competenz\\_e\\_digitali\\_2017.pdf](http://www.agid.gov.it/sites/default/files/osservatorio_competenz_e_digitali_2017.pdf).

M.S. AGNOLI, A. FASANELLA (a cura di), *La formazione sociologica. Prospettive di analisi e risultati di ricerca*, SEAM, Roma, 1999; A. FASANELLA, *L'impatto della riforma universitaria del "3+2" sulla formazione sociologica*, Franco Angeli, Milano, 2007.

L. ALTHUSSER, *Idéologie et appareils idéologiques d'état*, in *La pensée*, n. 151, pp. 3-38 [trad.it. parziale, *Ideologia e apparati ideologici di Stato*, in M. BARBAGLI, *Istruzione, Legittimazione e conflitto*, il Mulino, Bologna, 1978, pp. 21-41].

J. M. ÁLVAREZ MONZONCILLO, *Watching the internet: The future of TV? Media XXI*, Lisbon, 2011; IT MEDIA CONSULTING E DREAM - Università LUISS Guido Carli, *Il video e la terza rivoluzione di Internet: tendenze di mercato e prospettive di policy*, [http://www.itmedia-consulting.com/DOCUMENTI/video\\_internet.pdf](http://www.itmedia-consulting.com/DOCUMENTI/video_internet.pdf).

M. AMBROSINI, L. SCIOLLA, *Sociologia*, Mondadori Università, Milano, 2015.

A. AMENDOLA, L. BAZZICALUPO, F. CHICCHI, A. TUCCI, *Biopolitica, bioeconomia e processi di soggettivazione*, Macerata, Quodlibet, 2008.

M. S. ARCHER, *Making our Way through the World. Human Reflexivity and Social Mobility*, Cambridge University Press, Cambridge, 2007.

A. ARDIGO', *Crisi di governabilità e mondi vitali*, Cappelli, Bologna, 1980.

L. ARTE, *Azione sindacale e azione volontaria*, in P. GIOVANNINI, *I rumori della crisi. Trasformazioni sociali e identità sociali*, Franco Angeli, Milano, 1993.

J.C. BARBIER, H. NADEL, *La flessibilità del lavoro e dell'occupazione*, Donzelli, Roma, 2002.

L. BARCA, M. FRANZINI, *Diritti di cittadinanza e modelli di Stato sociale*, in L. BARCA, M. FRANZINI (a cura di), *La cittadinanza difficile. Diritti e Welfare*, Il Ponte, Firenze, 2001, p. 42.

S.R. BARLEY, J.E. ORR (eds.), *Between craft and science: Technical work in US settings*, Cornell University Press, 1997.

M. BARNES, *Storie di caregiver. Il senso della cura*, Erikson, Trento, 2010.

A. BASSI, XIV. *Alcune chiavi di lettura dei decreti attuativi della disciplina dell'Impresa Sociale*, in *Autonomie locali e servizi sociali*, n. 1, 2008, pp. 31-38.

M. BASSOLI, E. POLIZZI, *La governance del territorio. Partecipazione e rappresentanza della società civile nelle politiche locali*, Franco Angeli, Milano, 2011.

F. BATTISTELLI, *Il servizio civile tra innovazione ed equità*, in *il Mulino*, n. 4, 1997, pp. 767-771.

Z. BAUMAN, *Modernità liquida*, Laterza, Roma-Bari, 2002.

U. BECK, *Il lavoro nell'epoca della fine del lavoro*, Einaudi, Torino, 2000.

U. BECK, *La società del rischio. Verso la seconda modernità*, Carocci, Roma, 2000.

G.S. BECKER, *Investment in Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education*, Columbia University Press, New York, 1964 [trad.it. *Il capitale umano*, Laterza, Bari-Roma, 2008].

H.S. BECKER, *The nature of a profession*, in *Education for the Professions*, 1962, pp. 24-46; T. JOHNSON, *Professions and Power*, London, Macmillan, 1972.

M. BENASAYAG, G. SCHMIT, *L'epoca delle passioni tristi*, Feltrinelli, Milano, 2013.

R. BENDIX, *The Extension of Citizenship to the Lower Classes* In R. BENDIX, C.M. BRAND, (eds.), *State and Society: A Reader in Comparative Political Sociology*, Little Brown, Boston, 1968, pp. 233-256.

S. BERALDO, S. PALUMBO, G. TURATI, *Servizio Civile Nazionale, non profit e Mezzogiorno: riflessioni a partire da una analisi delle motivazioni dei volontari*, in *Rivista economica del Mezzogiorno*, n. 3, 2012, pp. 491-520.

B. BERNSTEIN, *Elaborated and Restricted Codes: Their Social Origins and Some Consequences*, in *American Anthropologist*, n. 66, 6, 1964, pp. 55-69.

B. BERNSTEIN, *Class, Codes and Control. Volume 1: Theoretical Studies Towards a Sociology of Language*, Paul Kegan, London, 1971.

D. BERTAUX (ed.), *Biography and Society: The Life History Approach in the Social Sciences*, SAGE, London, 1981.

E. BEVILACQUA, K. LOTTERIA, *The Work Culture of Social Planners in Apulia. A Contentious Balance between Education, Professional Skills and Labour Market*, in *Italian Journal of Sociology of Education*, v. 8, 2016, pp. 9-29.

L. BIFULCO, C. FACCHINI (a cura di), *Partecipazione sociale e competenze. Il ruolo delle professioni nei piani di zona*, Franco Angeli, Milano, 2013.

B. BLOOM, D.R. KRATHWOHL, B.B. MASIA, A.J. HARROW, *Tassonomia degli obiettivi educativi: area cognitiva*, Giunti e Lisciani, Teramo, 1984.

D. BOLDIZZONI (a cura di), *Il management delle risorse umane. Dalla gestione del lavoratore dipendente alla valorizzazione del capitale umano*, Il Sole 24 ORE, Milano, 2003.

S. BOLOGNA, D. BANFI, *Vita da freelance. I lavoratori della conoscenza e il loro futuro*, Feltrinelli, Milano, 2011.

J.D. BOLTER, R. GRUSIN, *Remediation. Understanding new media*, The MIT Press, Boston, 1998 [trad. it. *Remediation. Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*, Guerini e Associati, Milano, 2002].

G. BONAZZI, *Storia del pensiero organizzativo*, Franco Angeli, Milano, 2016.

A. BONOMI, E. RULLANI, *Il capitalismo personale. Vite al lavoro*, Einaudi, Torino, 2005.

D. BORRELLI, *Contro l'ideologia della valutazione. L'ANVUR e l'arte della rottamazione dell'università*, Editoriale Jouvence, Milano, 2015.

D. BORRELLI, M. GAVRILA, S. SICILIANO, *Identity, Values and Educational Needs of Digital Media Workers. The Lecce European Capital of Culture 2019 Project*, in *Italian Journal of Sociology of Education*, vol. 8, 3, 2016, pp. 76-97.

C. BORZAGA, *Il volontariato s'è fatto impresa*, in *Communitas*, n. 16, 2007, pp. 113-116.

C. BORZAGA, J. DEFOURNY (a cura di), *L'impresa sociale in prospettiva europea. Diffusione, evoluzione, caratteristiche e interpretazioni teoriche*, Edizioni 31, Lavis (TN), 2001.

C. BORZAGA, J. DEFOURNY, *Il Terzo settore: dimensioni, evoluzione, caratteristiche e potenzialità*, in L. BERNARDI (a cura di), *La finanza pubblica italiana. Rapporto 1997*, il Mulino, Bologna, 2007.

R. BOUDON, *L'inegalité des chances*, Armand Colin, Paris [trad.it. *Istruzione e mobilità sociale*, Zanichelli, Bologna, 1979].

P. BOURDIEU, *La distinction. Critique sociale du jugement*, éditions de Minuit, Paris, 1979 [trad.it. *La distinzione. Critica sociale del gusto*, il Mulino, Bologna, 2001].

P. BOURDIEU, *The forms of capital*, in J.G. RICHARDSON (ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education*, Greenwood, New York, 1986.

P. BOURDIEU, *Sur la télévision*, Liber-Raisons d'agir, Paris, 1996 [trad. it. *Sulla televisione*, Feltrinelli, Milano, 1997].

P. BREY, *Disclosive computer ethics*, *SIGCAS Comput. Soc.*, n. 30, 4, 2000, pp. 10-16.

P. BREY, *Method in computer ethics: Towards a multi-level interdisciplinary approach*, *Ethics and Information Technology*, n. 2, 2, 2000, p.129, p. 125.

A. BRIGGS, *The History of Broadcasting in The United Kingdom*, vol. I, *The Birth of Broadcasting*, O. U. P., London, 1961.

A. BRIGGS, P. BURKE, *Storia sociale dei media. Da Gutenberg a Internet*, il Mulino, Bologna 2002.

S. BRINT, *In an age of experts: The changing role of professionals in politics and public life*, Princeton University Press, Princeton, 1996.

S. BRINT, *Schools and Societies*, 2nd edition, Stanford University Press, Palo Alto, CA, 2006 [trad.it. *Scuola e Società*, il Mulino, Bologna, 2008].

S. BRINT, *Professional Responsibility in an Age of Experts and Large Organizations*, in D. MITCHELL, R. REAM, (eds.), *Professional Responsibility. Advances in Medical Education*, vol 4. Springer, Cham, 2012.

E.T. BRIOSCHI, *Marketing e comunicazione. Evoluzione di un rapporto*, Vita e Pensiero, Milano, 2003.

E. CAMPELLI, *Da un luogo comune. Elementi di metodologia delle scienze sociali*, Carocci, Roma, 1999.

S. CAPOGNA, *Scuola, università e-learning. Un'analisi sociologica*, Armando, Milano, 2014.

M. CARDANO, M. MANOCCHI, G.L. VENTURINI, *Ricerche. Un'introduzione alla metodologia delle scienze sociali*, Carocci, Roma, 2011.

C.A. CARNEVALE MAFFÉ, *Né free né pay. L'evoluzione economica e organizzativa del modello di produzione televisiva" in Link. Idee per la televisione. 8. Che fare? La Tv dopo la crisi*, RTI-Mediaset, Milano, 2009, pp. 89-95.

R. CASTEL, *Les métamorphoses de la question sociale: une chronique du salariat*, Fayard, Paris, 1995 [trad.it. *La metamorfosi della questione sociale. Una cronaca del salariato*, Sellino, Napoli, 2007].

M. CASTELLS, *Galassia Internet*, Milano, Feltrinelli, 2001.

M. CASTELLS, *Communication Power*, Oxford, Oxford University Press, 2009 [trad.it. *Comunicazione e potere*, Milano, Egea, 2009].

M. CASTELLS, *La nascita della società in rete*, EGEA, Milano, 2014.

M.P. CASTRO, *Managerialismo e professionalismo nei servizi di welfare. La formalizzazione del manager sociale*, in *Cambio*, n. 7, 2014, pp. 105-120.

CENSIS-UCSI, *14° Rapporto Censis-Ucsi sulla comunicazione. I media e il nuovo immaginario collettivo*, FrancoAngeli, Milano, 2017.

F. CHICCHI, G. ROGGERO (a cura di), *Lavoro e produzione del valore nell'economia della conoscenza. Criticità e ambivalenze della network culture*, in *Sociologia del Lavoro*, n. 115, 2009.

R. CIUCCI (a cura di), *Il servizio come professione. Assistenti sociali e cittadini nella crisi del welfare*, Pisa University Press, Pisa, 2016.

A. COBALTI, *Globalizzazione e istruzione*, il Mulino, Bologna, 2006; S. BALL, *Global Education Inc. New policy networks and the neoliberal imaginary*, Routledge, London and New York, 2012.

R. COLLINS, *The Credential Society: an Historical Sociology of Education and Stratification*, Academic Press, New York, 1979.

COMMISSIONE EUROPEA, "Position Paper" dei Servizi della Commissione sulla preparazione dell'Accordo di Partenariato e dei Programmi in Italia per il periodo 2014-2020, 2012.

P. CONSORTI, *Il servizio civile volontario come forma di difesa della Patria. Fra Stato e Regioni*, in *Le Regioni*, n. 4, 2005, pp. 549-566.

CONSORZIO INTERUNIVERSITARIO ALMALAUREA, *XII Profilo dei laureati italiani. L'istruzione universitaria nell'ultimo decennio. All'esordio della European Higher Education Area*, il Mulino, Bologna, 2011.

L. A. COSER, CH. KADUSHIN, P. KADUSHIN, W. WALTER, *Books*, Basic Books, New York, 1982.

CREATIVE SKILLSET (2012), *Employment Census of the Creative Media Industries*, disponibile al link: [http://creativeskillset.org/assets/0000/5070/2012\\_Employment\\_Census\\_of\\_the\\_Creative\\_Media\\_Industries.pdf](http://creativeskillset.org/assets/0000/5070/2012_Employment_Census_of_the_Creative_Media_Industries.pdf).

N. COULDRY, *Media, society, world: Social theory and digital media practice*, Polity, Malden MA, 2012 [trad.it. *Sociologia dei nuovi media. Teoria sociale e pratiche medial digitali*, Pearson, Milano, 2015].

L. D'ALESSANDRO, *Università quarta dimensione*, Mimesis, Milano-Udine, 2016.

M. DAL PRA PONTICELLI, *Riflessività e creatività*, in *Rassegna di servizio sociale*, n. 1, 2014.

K. DAVIS, W.E. MOORE, *Some principles of stratification*, in *American sociological review*, n. 10, 2, 1945, pp. 242-249.

U. DE AMBROGIO, C. DESSI, V. GHETTI, *Progettare e valutare nel sociale. Metodi ed esperienze*, Carocci, Roma, 2013.

D. DE KERCKHOVE, *Connected Intelligence: The Arrival of the Web Society*, Somerville House Publ., Toronto, 1997.

D.S. DELL'AQUILA, *L'insostenibile leggerezza delle politiche sociali. Scenari e prospettive del welfare che verrà*, in S. FERRARO, E. GARDINI (a cura di), *Il governo del sociale. Welfare, Governance e Territorio*, Edizioni Nuova Cultura, Roma, 2016.

D. DELLA PORTA (a cura di), *Comitati di cittadini e democrazia urbana*, Rubbettino, Soveria Mannelli, 2005.

M. DELLA VALLE, *Il tirocinio nella formazione al servizio sociale: un modello di apprendimento dall'esperienza*, Carocci, Roma, 2011.

M. DERIU, *Il linguaggio del mondo contemporaneo: categorie, frame e rappresentazioni sociali*, Università di Parma, Parma, 2011.

M. DEUZE, *What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered*, in *Journalism*, n. 6, 4, 2005, pp. 442-464.



A. DI GREGORIO, C. MAURI, I. MAGGIONI, A. MAZZUCHELLI, *I mestieri del marketing. Quali mestieri attendono gli allievi dei corsi di laurea/master in marketing?* Associazione Italiana Marketing. Report finale 2016 (<http://www.simktg.it/MTF//Content/ricerche/REPORTFinale2016.pdf>).

DIPARTIMENTO PER LE POLITICHE DI SVILUPPO, *La lezione dei Patti territoriali per la progettazione integrata territoriale nel Mezzogiorno*, Ministero Economia e Finanze, Roma, 2003.

L. DOMINELLI, *Il servizio sociale. Una professione che cambia*, Erickson, Trento, 2005.

C. DONOLO, *Il sociale come materia delle politiche sociali*, in *La Rivista delle Politiche Sociali*, n. 2, 2011, pp. 89-110.

J. DONZELOT, PH. ESTEBE, *L'État animateur. Essai sur la politique de la ville*, Éditions Esprit, Paris, 1994.

J. DONZELOT, *L'avenir du social*, Éditions Esprit, Paris, 1996.

J. DONZELOT, *Il neoliberismo sociale*, in *Territorio*, n. 46, 2008, pp. 89-92.

P.F. DRUCKER, *Post-Capitalist Society*, Routledge, London, 1994.

F. DUBET, *Integrazione, coesione e disuguaglianze sociali*, in *Stato e Mercato*, n. 88, 1, 2010, pp. 33-58.

W. N. DUNN, *Public policy analysis: an introduction*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, 1972.

E. DURKHEIM, *De la division du travail social: étude sur l'organisation des sociétés supérieures*, Alcan, Paris, 1893 [trad.it. *La divisione del lavoro sociale*, Edizioni di Comunità, Milano, 1999].

D. T. ELWOOD, *Anti-poverty Policy for Families in the Next Century: From Welfare to Work-and Worries*, in *Journal of Economic Perspectives*, vol. 14, 2000, pp. 187-198.

A. ETZIONI, *The semi-professions and their organization: Teachers, nurses and social workers*, Free Press, New York, 1960.

T. EVANS, J. HARRIS, *Street-Level Bureaucracy, Social Worker and the (Exaggerated) Death of Discretion*, in *British Journal of Social Work*, n. 34, 6, 2004, pp. 871-895.

G. FABRIS, *La società post-crescita*, Franco Angeli, Milano, 2008.

C. FACCHINI (a cura di), *Tra impegno e professione. Gli assistenti sociali come soggetti del welfare*, Il Mulino, Bologna, 2010.

C. FACCHINI, *Fare i sociologi, una professione plurale tra ricerca e operatività*, il Mulino, Bologna, 2015.

F. FACCIOLO, B. MAZZA, *Le professioni intellettuali nello spazio pubblico, tra crisi, innovazione e nuove identità*, Maggioli, Santarcangelo di Romagna (RN), 2017.

F. FACCIOLO, B. MAZZA, *Lo spazio pubblico: definizioni, contraddizioni e attese*, in F. FACCIOLO, B. MAZZA, *Le professioni intellettuali nello spazio pubblico, tra crisi, innovazione e nuove identità*, Maggioli, Santarcangelo di Romagna (RN), 2017.

A. FASANELLA, C. LOMBARDO (a cura di), *Saperi, Istituzioni, Ragioni*, Maggioli, Santarcangelo di Romagna (RN), 2017.

L. FAZZI, *Servizio sociale riflessivo. Metodi e tecniche per gli assistenti sociali*, Franco Angeli, Milano, 2015.

E. FERLIE, *The New Public Management in Action*, Oxford University Press, Oxford, 1996.

P. FERRARIO, *Politiche sociali e servizi*, Carocci, Roma, 2014.

P. FERRARIS, *Conclusione di Pino Ferraris al Seminario, svoltosi in quattro sessioni, sulla storia del mutuo soccorso e la crisi del welfare*, in *Società di Mutuo Soccorso d'Ambo i Sessi "Edmondo De Amicis"*, Torino, 29 ottobre 2010, pp. 1-5.

P. FERRARIS, *Ieri e domani. Storia critica del movimento operaio e socialista ed emancipazione dal presente*, Edizioni dell'Asino, Roma, 2011.

S. FERRARO, *Care economy e strategie tardo-liberali. I professionisti della cura nella Municipalità 3 di Napoli*, in *Sociologia della comunicazione*, 2014, n. 48, pp. 76-85.

S. FERRARO, *Sistema sociale, sistema lavoro. Professionisti, operatori e volontari: tra paradossi, retoriche e riforme*, in S. FERRARO, E. GARDINI (a cura di), *Il governo del sociale. Welfare, Governance e Territorio*, Edizioni Nuova Cultura, Roma, 2016.

S. FERRARO, *Welfare State. Note di campo sulle politiche sociali a Napoli*, in L. LABRIOLA (a cura di), *La città come spazio politico. Tessuto urbano e corpo politico: crisi di una metafora*, Editoriale Scientifica, Napoli, 2016.

S. FERRARO, E. GARDINI, *I professionisti del sociale. Crisi del welfare state, crisi economica*, in *Cambio*, 2015, n. 10, pp. 107-121.

S. FERRARO, E. GARDINI, *Nel campo del sociale*, ID. (a cura di), *Il governo del sociale, Welfare, Governance e Territorio*, Edizioni Nuova Cultura, Roma, 2016.

M. FERRERA, *Le politiche sociali*, il Mulino, Bologna, 2006.

M. FERRERA (a cura di), *Primo rapporto sul secondo welfare in Italia*, Centro di Ricerca e Documentazione Luigi Einaudi, Torino, 2013.

F. FERRAROTTI, *Una sociologia alternativa. Dalla sociologia come tecnica del conformismo alla sociologia critica*, Alpes Italia, Roma, 2016.

O. FISS, *La ironía de la libertad de expresión*, Gedisa, Barcelona, 1999.

B. FLORIS, *Espace public et sphère économique*, in *Hermès, La Revue*, n. 36, 2, 2003, p. 127-136.

N. FOLBRE, *The Invisible Heart: Economics and Family Values*, New Press, New York, 2001.

M. FOUCAULT, *The Subject and Power*, in *Beyond Structuralism and Hermeneutics*, University of Chicago Press, Chicago, 1982.

M. FOUCAULT, *Nascita della biopolitica. Corso al Collège de France (1978-79)*, Feltrinelli, Milano, 2005.

N. FRASER, *Fortune del femminismo. Dal capitalismo regolato dallo Stato alla crisi neoliberaista*, ombre corte, Verona, 2015.

E. FREIDSON, *Professionalism. The Third Logic*, University Chicago Press, Chicago, 2001 [trad.it. *Professionalismo. La terza logica*, Edizioni Dedalo, Bari, 2002].

R. FRISANCO, *Volontariato e nuovo welfare. La cittadinanza attiva e le amministrazioni pubbliche*, Carocci, Roma, 2013.

A. FUMAGALLI, *Bioeconomia e capitalismo cognitivo. Verso un nuovo paradigma di accumulazione*, Carocci, Roma, 2007.

A. FUMAGALLI, *Le trasformazioni del lavoro autonomo tra crisi e precarietà: il lavoro autonomo di III generazione*, in *Quaderni di ricerca sull'artigianato*, n. 2, 2015, pp. 228-256.

L. GALLINO, *Globalizzazione e disuguaglianze*, Laterza, Bari, 2000.

L. GALLINO, *Etica cognitiva e sociologia del possibile*, *Quaderni di Sociologia*, XLVI, n. 28, 2002, pp. 25-32.

L. GALLINO, *L'impresa irresponsabile*, Einaudi, Torino, 2009.

L. GALLINO, *Finanzcapitalismo. La civiltà del denaro in crisi*, Einaudi, Torino, 2011.

L. GALLINO, *La lotta di classe dopo la lotta di classe*, Laterza, Bari, 2012.

L. GALLINO, *Vite rinviate. Lo scandalo del lavoro precario*, Laterza, Roma-Bari, 2014.

R. GALLUZZI, F. SIMEONE, *Le carriere: dall'anzianità al potenziale*, in D. BOLDIZZONI (a cura di), *Il management delle risorse umane. Dalla gestione del lavoratore dipendente alla valorizzazione del capitale umano*, Il Sole 24 ORE, Milano, 2003.

A. GIDDENS, *The constitution of society: Outline of the theory of structuration*, University of California Press, Berkeley and

Los Angeles, 1984 [trad.it. *La costituzione della società*, il Mulino, Bologna, 1990].

S. GIGUERE (a cura di), *More Than Just Jobs. Workforce Development in a Skills-based Economy*, OECD, Paris, 2008.

N. GLAZER, *The schools of the minor professions*, in "Minerva", n. 12, 3, 1974, pp. 346-364.

E. GOFFMAN, *Relazioni in pubblico*, Bompiani, Milano, 1981 (ed. or. 1971).

E. GOFFMAN, *Il comportamento in pubblico. L'interazione nei luoghi di riunione*, Einaudi, Torino, 2002 (ed. or. 1963).

E. GOFFMAN, *Asylums. Le istituzioni totali: i meccanismi dell'esclusione e della violenza*, Einaudi, Torino, 2010 (ed. or. 1961); E. GOFFMAN, *La vita quotidiana come rappresentazione*, Il Mulino, Bologna, 2013 (ed. or. 1959).

J.H. GOLDTHORPE, M. JACKSON, *Problems of an Education-Based Meritocracy*, in A. LAREAU, D. COLEY (eds.), *Social Class. How Does it Work?*, Russell Sage Foundation Press, New York, 2008.

A.W. GOULDNER, *The Future of Intellectuals and the Rise of the New Class*, MacMillan, London, 1979 [trad.it. *Il futuro degli intellettuali*, Mimesis, Sesto San Giovanni (MI), 2015].

C. GORI, V. GHETTI, G. RUSMINI, R. TIDOLI (a cura di), *Il welfare sociale in Italia. Realtà e prospettive*, Carocci, Roma, 2014.

D. GRACIA, *Fundamentos de Bioética*, Eudema, Madrid, 1989.

A. GRAMSCI, *Quaderni dal carcere (IV Volumi)*, a cura di V. GERRATANA, Einaudi, Torino, 1975.

C. GRASSI, *Sfera pubblica. L'avvenire di un vecchio concetto*, in D. BORRELLI, M. GAVRILA (a cura di), *Media che cambiano, parole che restano*, Franco Angeli, Milano, 2013.

R. GUIDI, *Il Welfare come costruzione socio-politica*, Franco Angeli, Milano, 2011.

R. GUIDI, *Riforme del welfare e social work(ers) oltre la crisi e l'austerità*, in R. CIUCCI, *Il servizio come professione. Assistenti sociali e cittadini nella crisi del welfare*, Pisa University Press, Pisa, 2016.

J. HABERMAS, *Strukturwandel der Öffentlichkeit: Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*, 1962 [trad.it., *Storia e critica dell'opinione pubblica*, Laterza, Roma-Bari, 2001].

J. HABERMAS, *Theorie des kommunikativen Handelns*, Suhrkamp, Frankfurt, 1981 [trad.it. *Teoria dell'agire comunicativo*, il Mulino, Bologna, 1986].

J. HAGEL III, M. SINGER, *Net Worth: Shaping Markets when customers make the rules*, Harvard Business School Press, Cambridge, Mass., 1999.

D.C. HALLIN, P. MANCINI, *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*, Cambridge University Press, New York, 2004.

T. HANITZSCH, *Deconstructing Journalism Culture: Towards a Universal Theory*, in *Communication Theory*, n. 17, 4, 2007, pp. 367-385.

T. HANITZSCH *et al.*, *Mapping journalism cultures across nations. A comparative study of 18 countries*, in *Journalism Studies*, n. 12, 3, 2011, pp. 273-293.

J. HARTLEY (ed.), *Creative Industries*, Blackweel, Malden, CA, 2005, p.1; D.

D. HARVEY, *The Condition of PostModernity*, Basil Blackwell, Oxford and Cambridge, Mass. [trad.it. *La crisi della modernità*, Il Saggiatore, Milano, 2002].

P. HAWKEN, *The Next Economy*, Henry Holt & Co, New York, 1983.

J.J. HECKMANN, A. KRUEGER (eds.), *Inequality in America: What Role for Human Capital Policy?*, MIT Press, Cambridge, 2003.

D. HESMONDHALGH, *The Cultural Industries*, Sage, London, 2007 [trad.it. *Le industrie culturali*, Egea, Milano, 2008].

D. HESMONDHALGH, *The Media's Failure to Represent the Working Class: Explanations from Media Production and Beyond*, in J. DEERY and A. PRESS (Eds), *The Media and Class*, Routledge, New York, 2017.

D. HESMONDHALGH, S. BAKER, *Creative labour: media work in three cultural industries*, Routledge, London, 2011.

L. HINNA, M. MARCANTONI, *Dalla riforma del pubblico impiego alla riforma della pubblica amministrazione*, Franco Angeli, Milano, 2011.

D. INNERARITY, *Il nuovo spazio pubblico*, Meltemi, Roma, 2008.

D.R. INSUA, S. FRENCH (eds.), *E-democracy: a group decision and negotiation perspective*, Springer, Heidelberg, London, New York, 2010.

ISFOL-ISTAT, *Indagine Campionaria sulle Professioni*, 2012.

P. JEDLOWSKI, *Memorie del futuro, Un percorso tra sociologia e studi culturali*, Carocci, Quality Paperbacks, Roma, 2017.

H. JENKINS, *Convergence culture: Where old and new media collide*, New York University Press, New York, 2006.

Y. KAZEPOV, G. CARBONE, *Che cos'è il welfare state*, Carocci, Roma, 2007.

B. KOVACH, T. ROSENSTIEL, *Los elementos del Periodismo*, Ediciones El País, Madrid, 2003.

M. LA ROSA, *Il lavoro che cambia: le nuove frontiere*, in *Sociologia del lavoro*, n. 100, 4, 2005, pp.1000-1015.

J. L. LAVILLE, M. NYSSSENS, *L'impresa sociale: Un approccio socio-economico*, in C. BORZAGA, J. DEFOURNY, *L'impresa sociale in prospettiva europea. Diffusione, evoluzione, caratteristiche e interpretazioni teoriche*, Edizioni 31, Trento, 2001.

C. LECCARDI, *Futuro breve: le giovani donne e il futuro*, Rosenberg & Sellier, Torino, 1996.

H. LEPAGE, *Domani il capitalismo*, L'Opinione, Roma, 1978.

L. LESSIG, *Code and other laws of cyberspace*, Basic Books, 1999;

L. LESSIG, *The Laws of Cyberspace*, in *Net '98 conference*, Net '98 conference, Taipei, 1998;  
[http://www.lessig.org/content/articles/works/laws\\_cyberspace.pdf](http://www.lessig.org/content/articles/works/laws_cyberspace.pdf).

P. LEVY, *L'Intelligence collective. Pour une anthropologie du cyberspace*, 1994 [trad. it. *L'intelligenza collettiva. Per un'antropologia del cyberspazio*, Feltrinelli, Milano, 1996].

L.A. LIEVROUW, S. LIVINGSTONE (a cura di), *Capire i new media. Culture, comunicazione, innovazione tecnologica e istituzioni sociali*, Milano, Hoepli, ed. 2007, pp. 303-415.

W. LIPPMANN, *Public Opinion*, Macmillan, New York, 1922.

W. LIPPMANN, *The Phantom Public*, Harcourt, Brace and Co., New York, 1925.

M. LIPSKY, *Street Level Bureaucracy. Dilemmas of the Individual in Public Services*, Russel Sage Foundation, New York, 2010 [ed. or. 1980].

M. LONGO, F. DE NARDIS, M. VIGNOLA (a cura di), *Menti precarie e lavoro cognitivo. Le professioni intellettuali nell'Italia del Sud*, Franco Angeli, Milano, 2017.

K.M. MACDONALD, *The Sociology of the Professions*, Sage, London, 1995.

F. MALIK, *Il management come professione. Operare con efficacia e con successo nella propria organizzazione*, Gruppo 24 Ore, Milano, 2007.

K. MANNHEIM, *Utopie und Ideologie*, Vittorio Klostermann, Frankfurt, 1929 [trad.it. *Ideologia e Utopia*, il Mulino, Bologna, 1965].

K. MARX, *Das Kapital. Kritik der politischen Oekonomie*, Verlag, Hamburg, 1867 [trad.it. *Il capitale*, Editori Riuniti, Roma, 1970].

J. MASON, *Qualitative Researching*, SAGE, London, 1996.

P. MASON, *Postcapitalism. A Guide to Our Future*, Penguin Books, London, UK, 2015 [trad.it. *Postcapitalismo. Una guida al nostro futuro*, Il Saggiatore, Milano, 2016].

R.O. MASON, *Four Ethical Issues of the Information Age*, in *Management Information Systems Quarterly*, n. 10, 1, 1986, pp. 5-12.

E. MATUTINI, *Identità e ruolo della professione di assistente sociale in tempo di crisi del welfare*, in A. SALVINI (a cura di), *Dinamiche di comunità e servizio sociale*, Pisa University Press, Pisa, 2016.

E. MATUTINI, *Rappresentazione e identità della professione di assistente sociale in tempo di crisi*, in R. CIUCCI (a cura di), *Il servizio come professione. Assistenti sociali e cittadini nella crisi del welfare*, Pisa University Press, Pisa, 2016.

B. MAZZA, *La tv tra vecchie e nuove professionalità*, in F. DE DOMENICO, M. GAVRILA, A. PRETA (a cura di), *Quella deficiente della Tv. Mainstream Television e Multichannel*, Franco Angeli, Milano, 2002.

D. MCQUAIL, *Mass Communication Theory: An Introduction*, Sage Publications, London, 1994.

D. MCQUAIL, *McQuail's mass communication theory*, V ed., Sage, London, 2005.

G.H. MEAD, *Mind Self and Society from the Standpoint of a Social Behaviorist*, University of Chicago, Chicago, 1934 [trad.it. *Mente, sé e società*, Giuntina Editore, Firenze, 2010].

R.K. MERTON, *Social Theory and Social Structure*, Free Press, New York, ed. 1957 [trad.it. *Teoria e struttura sociale*, voll. II e III, il Mulino, Bologna, 2000].

J. MEZIROW, *Apprendimento e trasformazione*, Raffaello Cortina, Milano, 2003.

B. MIÈGE, *The Capitalization of Cultural Production*, International General, New York, 1989.

R. MILES, *Human relations or human resources?*, in *Haward Business Review*, n. 4, 1965, pp. 148-157.

L. MINISTRONI, *La pubblicità nonostante I mass media. Verso una comunicazione integrata di marca*, Mondadori, Milano, 2011.

M. MORCELLINI, G. FATELLI, *Le scienze della comunicazione. Modelli e percorsi disciplinari*, Carocci, Roma, ed. 2003.

M. MORCELLINI, *La comunicazione e i media nell'epoca del policentrismo formativo*, in T. GRANGE SERGI, M.G. ONORATI (a cura di), *La sfida della comunicazione all'educazione. Prospettive di media education*, Franco Angeli, Milano, 2006.

M. MORCELLINI (a cura di), *Neogiornalismo. Tra crisi e rete, come*

*cambia il sistema dell'informazione*, Mondadori, Milano, 2011.

M. MORCELLINI, F. FACCIOLO, B. MAZZA (a cura di), *Il progetto comunicazione alla sfida del mercato. Itinerari e prospettive dei laureati nel sud Europa*, Franco Angeli, Milano, 2014.

M. MORCELLINI, *L'attacco della comunicazione alla sicurezza percepita dei cittadini*, in *Rivista di Polizia*, gennaio-febbraio 2015, pp. 23-35.

G. MORO, *Cittadinanza attiva e qualità della democrazia*, Carocci, Roma, 2013.

E. MUSTAFA, E. W. WILLIAMS, *Bourdieu and Social Work*, in *Social Service Review*, n. 79, 4, 2005, pp. 689-724.

C. MUTO, *I pappataci del sociale. Una storia nel Terzo settore*, Sensibile alle foglie, Roma, 2013.

L. NÄRE, *Moral Economies of Reproductive Labour. An Ethnography of Migrant Domestic and Care Labour in Naples, Italy*, Research Institute Swedish School of Social Science University of Helsinki, Helsinki, 2012.

E. NEVE, *Il tirocinio: modelli e strumenti dall'esperienza delle scuole di servizio sociale italiane*. Franco Angeli, Milano, 1990.

E. NOELLE-NEUMANN, *The spiral of silence. A theory on public opinion*, in *Journal of Communication*, n. 24, 2, 1974, pp. 43-51.

E. NOELLE-NEUMANN, *The Spiral of Silence: Public Opinion - Our social skin*, University of Chicago, Chicago, 1984.

M. NICOLI, L. PELTRINIERI, *Il management di sé e degli altri*, in *aut aut*, n. 362, 2014.

M. NICOLI, *Le risorse umane*, Ediesse, Roma, 2015.

M.C. NUSSBAUM, *Education and democratic citizenship: Capabilities and quality education*, in *Journal of human development*, n. 7, 3, 2006, pp. 385-395.

D. O'BRIEN, D. LAURISON, A. MILES, S. FRIEDMAN, *Are the creative industries meritocratic? An analysis of the 2014 British Labour Force Survey*, in *Cultural Trends*, n. 25, 2, 2016, pp. 116-131.

M. PACI, *Nuovi lavori, nuovo welfare. Sicurezza e libertà nella società attiva*, Carocci, Roma, 2006.

T. PARSONS, *The professions and social structure*, in *Social forces*, n. 17, 4, 1939, pp. 457-467.

F. PARZIALE, *Il professionista dipendente*, Bonanno editore, Acireale (CT), 2008.

F. PARZIALE, *Welfare educativo tra inclusione e disegualianze*, in "AUR&S", 11-12, Perugia, AUR, 2015, pp. 169-201.

F. PARZIALE, *Eretici e Respinti. Classi sociali e istruzione superiore in Italia*, Franco Angeli, Milano, 2016.



E. PAVOLINI, *Il terzo settore in Italia fra disegni di riforma e caratteristiche del fenomeno*, in *Politiche Sociali. Sistemi sanitari nella crisi: quale universalismo?*, n. 3, 2014, pp. 485-490.

M. PAYNE, *Case management e servizio sociale*, Erickson, Trento, 2002.

T. PIKETTY, *Le capital au XXIe siècle*, Le Seuil, Paris, 2013 [trad.it. *Il capitale nel XXI secolo*, Bompiani, Milano, 2014].

G. PINGEON, *Il progetto come strumento di azione pubblica urbana*, in P. LASCOUME, G. LE GALLES (a cura di), *Gli strumenti per governare*, Mondadori, Milano, 2009.

V. PINTO, *Valutare e punire*, Cronopio, Napoli, 2012.

M.J. PIORE, C.F. SABEL, *Le due vie dello sviluppo industriale. Produzione di massa e produzione flessibile*, ISEDI, Torino, 1987.

D. PITTÉRI, A. PELLEGRINO, *Advermarketing: nuove forme di comunicazione d'impresa*, Carocci, Roma, 2010.

A. PIZZORNO, *I Soggetti del Pluralismo*, Il Mulino, Bologna, 1980.

G. POGGI, *Lo Stato*, il Mulino, Bologna, 1992.

K. POLANYI, *The great transformation*, 1944 [trad. it. *La Grande Trasformazione*, Einaudi, Torino, 2000].

M. PORTER, *Competitive advantage: creating and sustaining superior performance*, The Free Press, New York, 1985.

C.A. PRATESI in M.G. CAROLI C.A. PRATESI (a cura di), *Indagine sugli investimenti in comunicazione non pubblicitaria*, I quaderni della fondazione HBC Coca-Cola Italia, Luiss Business School/ Ferpi/Fondazione HBC Coca-Cola Italia, febbraio, 2011.

P. PRESTON, *Making the News: Journalism and News Cultures in Europe*, Routledge, New York, London, 2009.

F. PURINI, *Spazio pubblico*, in *Enciclopedia Italiana - VII Appendice*, 2007.

C. RANCI, E. PAVOLINI, *Le politiche di welfare*, il Mulino, Bologna, 2015.

S. RAZAVI, *The political and social economy of care in a development context. Conceptual Issues, Research Questions and Policy options*, in *Gender and Development Programme Paper*, n. 3, 2007, pp. 1-39.

E. REYNERI, *Sociologia del mercato del lavoro*, il Mulino, Bologna, 2017.

M. REVELLI, *Economia e modello sociale nel passaggio tra fordismo e toyotismo* in P. INGRAO, R. ROSSANDA, *Appuntamenti di fine secolo*, Manifestolibri, Roma, 1995.

P. RICOEUR, *Lectures on Ideology and Utopia*, Columbia University Press, New York, 1986 [trad.it. *Conferenze su ideologia e utopia*, Jaca Book, Milano, 1994].

S. RODOTÀ, *Solidarietà*, Laterza, Roma-Bari, 2014.

N. ROSE, *La politica della vita*, Einaudi, Torino, 2008.

A. ROVETTA, *Progettare per innovare. Innovazione & formazione. Progettazione & consulenza. Creatività sociale & volontariato*, ISU Università Cattolica, Milano, 2006.

F. RUGGERI, *Organizzazione del lavoro e sviluppo tecnologico: alcune annotazioni a proposito delle possibilità di un'analisi scientifica*, in M. MANCIULLI, L. POTESTÀ, F. RUGGERI, *Il dilemma organizzativo*, Franco Angeli, Milano, 1986.

I. SAKAMOTO, R. PITNER, *Use of Critical Consciousness in Anti-Oppressive Social Work Practice: Disentangling Power Dynamics at Personal and Structural Levels*, in *British Journal of Social Work*, n. 35, 4, 2005, pp. 435-452.

G. SAPELLI, *La democrazia trasformata. La rappresentazione tra territorio e funzione un'analisi teorico-interpretativa*, Mondadori, Milano, 2007.

M. SARFATTI LARSON, *The Rise of Professionalism: A Sociological Analysis*, University California Press, California, 1977.

D.A. SCHÖN, *The reflective practitioner*, Basic Books, New York, 1983 [trad.it. *Il professionista riflessivo*, Dedalo, Bari, 1993].

D.A. SCHÖN, *The Reflective Turn. Case Studies in and on Educational Practices*, New York Teachers College Press, New York, 1991.

C. SCHMITT, *Le categorie del politico*, Il Mulino, Bologna, 1968.

A. SCHÜTZ, *Der sinnhafte Aufbau der sozialen Welt*, Spinger, Wien [trad.it. *La fenomenologia del mondo sociale*, il Mulino, Bologna, 1974].

D. SCOTT, *Practice Wisdom: The Neglected Source of Practice Research*, in *Social Work*, n. 35, 6, 1990, pp. 564-568.

W.R. SCOTT, *Institutions and organizations*, Sage, Thousand Oaks, CA, 1995 [trad.it. *Istituzioni e organizzazioni*, il Mulino, Bologna, 1998].

R. SEMENZA, *Il mondo del lavoro: le prospettive della sociologia*, UTET, Torino, 2014.

R. SENNETT, *L'uomo flessibile*, Feltrinelli, Milano, 1999.

A. SICORA, *Neoliberismo e servizio sociale in Italia: spunti per una pratica riflessiva*, in *Rassegna di servizio sociale*, n. 53, 1, 2014.

D. SILVERMAN, *Manuale di ricerca sociale e qualitativa*, Carocci, Roma, 2008.

G. SIMMEL, *Philosophie des Geldes*, Duncker & Humblot, Leipzig, 1900 [trad.it. *Filosofia del denaro*, Utet, Torino, 1998].

R. SIZA, *Progettare nel sociale. Regole, metodi e strumenti per una progettazione sostenibile*, Franco Angeli, Milano, 2002.

S. SMILES, *Chi si aiuta Dio l'aiuta, ovvero Storia degli uomini che dal nulla seppero innalzarsi ai più alti gradi in tutti i rami della umana attività*, Editori della biblioteca utile, Milano, 1865.

C. SORIA, *La crisi de identidad del periodista*, Mitre, Barcellona, 1989.

P. SPENNER, *Why you need a New Media Ringmaster*, in *Harvard Business Review*, December 2010.

J.C. SUÁREZ-VILLEGAS, *Nuevas tecnologías y deontología periodística: comparación entre medios tradicionales y nativos digitales*, in *El profesional de la información*, n. 24, 4, 2015, pp. 390-395.

J.C. SUÁREZ-VILLEGAS, *Self-regulation of offline and online journalism in Spain in the experience of the Arbitration, Complaints and Ethics Commission*, in *Communication & Society*, n. 28, 3, 2015, pp. 135-149.

J.C. SUÁREZ-VILLEGAS, *Ética y nuevas tecnologías en el periodismo. Un análisis comparativo entre España, Bélgica e Italia*, in *Revista TELOS (Cuadernos de Comunicación e Innovación)*, 2016, pp. 1-12.

J.C. SUÁREZ-VILLEGAS, J. CRUZ-ALVAREZ, *Pautas deontológicas para el Periodismo Digital*, in *El profesional de la información*, n. 26, 2, aprile 2017, pp. 249-254.

A. SUPIOT, *Au-delà de l'emploi. Transformations du travail et devenir du droit du travail en Europe*, Puf, Paris, 1999.

A. SUPIOT, *The Grandeur and Misery of the Social State: Inaugural lecture delivered on Thursday 29 November 2012*, Collège de France, Paris, 2013.

C. TAGLIAFERRO (a cura di), *Analisi della progettazione integrata: elementi della programmazione 2000/2006 e prospettive della nuova programmazione 2007/2013*, Rubettino, Soveria Mannelli, 2007.

P. TARONNA (a cura di), *Area occupazionale: progettazione, ricerca e sviluppo*, ISFOL, Roma, 2007.

T. TERRANOVA, *Free labor: Producing culture for the digital economy*, in *Social Text* 63, n. 18, 2, 2000, pp. 33- 58.

T. TERRANOVA, *Network Culture. Politics for the Information Age*, Pluto Press, London, 2004.

J.B. THOMPSON, *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media*, Polity Press, Cambridge, 1995 [trad.it. *Mezzi di comunicazione e modernità. Una teoria sociale dei media*, il Mulino, Bologna, 1998].

A. TOURAINE, *La globalizzazione e la fine del sociale. Per comprendere il mondo contemporaneo*, il Saggiatore, Milano, 2008.

A. TOURAINE, *Noi, soggetti umani. Diritti e nuovi movimenti nell'epoca postsociale*, Franco Angeli, Milano, 2017.

M. TSUI, F. C. H. CHEUNG, *Gone with the wind: the impacts of managerialism on human services*, in *British Journal of Social Work*, Vol. 34, 2004, pp. 437-442.

H. TUMBER, M. PRENTOU LIS, *Journalism and the making of a profession*, in H. DE BOURGH (ed.), *Making journalists*, Routledge, London and New York, 2005, pp. 58-73.

J. TUNDSTALL, *Media Occupations and Professions*, Oxford University Press, Oxford, 2001.

M. TUNGATE, *Storia della pubblicità, Gli uomini e le idee che hanno cambiato il mondo*, Franco Angeli, Milano, 2010.

G. URBNAS, A. LUI, L. FREEMAN, *Public Space? Lost and Found*, SA + P Press, Mit School of Architecture and Planning, Cambridge MA, 2017

C. VERCELLONE, *Capitalismo cognitivo. Conoscenza e finanza all'epoca post-fordista*, Manifesto Libri, Roma, 2006.

G. VICARELLI, *Medici e manager. Verso un nuovo professionismo?*, in *Cambio*, n. 3, 2012, pp. 125-136.

B. VIDAILLET, *Évaluez-moi! Évaluation au travail : les ressorts d'une fascination*, Seuil, Paris, 2013.

P. VIRILIO, *L'orizzonte négatif. Essai de dromoscopie*, 1984 [trad. it. *L'orizzonte negativo. Saggio di dromoscopia*, Costa & Nolan, Milano, 1986].

M. VITA DE GIORGI, *Dalla "vuota socialità del codice" alla "vuota" impresa sociale*, in *Lavoro e diritto*, n. 2, 2008, pp. 361-370.

M. WEBER, *Die protestantische Ethik und der «Geist» des Kapitalismus*, I, in *Archiv für Sozialwissenschaft und Sozialpolitik*, XX, 1904; M. WEBER, *Die protestantische Ethik und der «Geist» des Kapitalismus*, II, in *Archiv für Sozialwissenschaft und Sozialpolitik*, XXI, 1905 [trad.it. *L'etica protestante e lo spirito del capitalismo*, BUR Rizzoli, Milano, 1991].

M. WEBER, *Gesammelte Aufsätze zur Religionssoziologie*, J.C.B. Mohr, Tübingen, 1920-21 [trad.it. *Sociologia della religione*, Edizioni di Comunità, Milano, 2006; in particolare si rimanda al volume II].

M. WEBER, *Wirtschaft und Gesellschaft*, J.C.B. Mohr, Tübingen, 1922 [trad.it. *Economia e società*, Edizioni di Comunità, Milano, 2002; in particolare il lettore prenda in considerazione il vol. II, capp. 7 e 8].

H. WILENSKY, *The professionalization of everyone?*, in *American sociological review*, LXX, 1964, pp. 133-158 [trad.it. parziale, *La professionalizzazione di tutti?*, in W. TOUSIJN (a cura di) *Sociologia delle professioni*, Bologna, 1979].

C. WRIGHT MILLS, *White collar: The American middle classes*, Oxford University Press, New York, 1951 [trad.it. *Colletti bianchi: la classe media americana*, Einaudi, Torino, 1971].

S. ZAMAGNI, *Economia ed etica. La crisi e la sfida dell'economia civile*, Ed. La Scuola, Roma, 2009.

V.A. ZELIZER, *The Purchase of Intimacy*, Princeton University Press, Princeton, 2005.

## **Autori**

**MIHAELA GAVRILA** è ricercatrice e professore aggregato presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza, dove insegna Culture e industrie della televisione, Teoria e Tecniche della televisione, è Responsabile di RadioSapienza e del MediaLab e fa parte del collegio dei docenti del Dottorato di Ricerca in Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing.

A dicembre 2017 è stata nominata, con Decreto del Ministro per lo Sviluppo Economico, componente effettivo in rappresentanza delle Istituzioni italiane del Comitato Media e Minori. Ha coordinato “RaiLab. Laboratorio sperimentale per le risorse artistiche RAI”.

È stata principal investigator del PRIN “La catastrofe ambientale tra realtà e rappresentazione mediatica” (2007-2010). Collabora da più di un decennio con la Scuola Superiore di Polizia, con la Scuola di Perfezionamento per le Forze di Polizia e fa parte dello Steering Board e del Master Programme Committee dell’European Joint Master Programme (Cepol - European Union Agency for Law Enforcement Training).

Tra le pubblicazioni più recenti: *La qualità si fa strada. Street food, nuova gastronomia e marketing digitale* (con Mauro Rosati, Qualivita 2016), *Media che cambiano, parole che restano* (con D. Borrelli, a cura di, Franco Angeli, 2013); *L’onda anomala dei media. Il rischio ambientale tra realtà e rappresentazione* (a cura di, Franco Angeli, 2012); *La crisi della Tv. La Tv della crisi. Televisione e Public Service nell’eterna transizione italiana* (Franco Angeli, 2010).

**FIorenzo PARZIALE** è ricercatore e professore aggregato presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza, dove insegna Sociologia dei processi culturali. Coordina il comitato editoriale della collana scientifica “Teoria

e ricerca sociale e politica” ed è referee per *Comunicazione e punto-doc*, *Sociologia e Ricerca Sociale*, *Scienze e Ricerche*.

Il suo programma di ricerca si articola in due aree: una di natura più empirica su professioni dello spazio pubblico, classi sociali e subculture scolastiche; una di natura più teorica su ideologia, senso comune e potere simbolico. Tra le sue pubblicazioni più recenti: *Potere, conflitto e dimensione simbolica: per una “sociologia del possibile”* (in R. Marini, Maggioli, 2017); *Le professioni dello spazio pubblico nella stampa quotidiana* (in M. Morcellini, R. Marini, C. Ruggiero, Maggioli, 2017); *Eretici e respinti. Classi sociali e istruzione superiore in Italia* (Franco Angeli, 2016); *Education as a Social Resource* (con I. Scotti, Sage, 2016); *Il contributo sociologico di Paul Ricoeur. Un'introduzione* (in *Sociologia*, 1, 2015).

**EMILIANO BEVILACQUA** insegna Sociologia presso l'Università del Salento. Ha approfondito, tra l'altro, il tema della soggettività, con particolare riferimento al suo rapporto con l'economia, e quello del lavoro e delle disuguaglianze. Per quanto riguarda il primo ambito tematico ricordiamo il volume *La vita oltre l'utilità. Soggettività ed economia* (2015) e gli articoli *Soggetto e potere. L'emancipazione nella prospettiva del comune* (in *Rassegna Italiana di Sociologia*, 2012), *La contraddizione tra individuo e società nella sociologia proudhoniana: ragione, trasformazioni sociali e crescita soggettiva* (in *Quaderni di Teoria Sociale*, 2015) e *Il dissenso come politica di noi stessi tra Patočka e Foucault* (in *Quaderni di Teoria Sociale*, 2018, con Davide Borrelli); per quanto riguarda la seconda area tematica segnaliamo i saggi *L'incerta scommessa del lavoro cognitivo* (in *Quaderni di Rassegna Sindacale*, 2015, con Angelo Salento) e *The Work Culture of Social Planners in Apulia. A Contentious Balance between Education, Professional Skills and Labour Market* (in *Italian Journal of Sociology of Education*, 2016, con Katia Lotterio). Ha sviluppato i medesimi argomenti svolgendo periodi di ricerca all'estero e contribuendo a diverse ricerche empiriche.

**VERA D'ANTONIO** si occupa di comunicazione digitale e aziendale. Nel 2016 ha conseguito il titolo di Dottore di Ricerca in Comunicazione, Tecnologia, Società presso la Sapienza Università di Roma, e nel 2017 il Master in *Digital Humanities* presso l'Università Pablo de Olavide di Siviglia. Fa parte del Coordi-

namiento editoriale della rivista *Comunicazionepuntodoc* (Fausto Lupetti Editore, Bologna). I suoi interessi di ricerca si focalizzano sui rapporti tra la tecnologia digitale e la società, la questione della privacy online, l'etica della ricerca sociale applicata ai social media, la media education. Tra le sue ultime pubblicazioni, *Thank You for Oversharing! Re-thinking Privacy and Publicity in the Era of Big Data*, in *Communication & Media Researches*. Bialystok: E-BWN, 2017.

**ANNA D'ASCENZIO** è Dottore di ricerca in Sociologia e Antropologia ed è ricercatrice di URiT, Unità di Ricerca sulle Topografie Sociali (UNISOB). È titolare di un modulo di insegnamento in Metodologia e Sondaggi e collabora presso le cattedre di Sociologia generale (prof. Antonello Petrillo) e Metodologia della ricerca sociale (dott.ssa Ferraro Stefania). Si occupa di politiche di Welfare State e studia le pratiche e le economie discorsive degli attori sociali.

**STEFANIA FERRARO** è ricercatrice in Sociologia dei fenomeni politici, presso l'Università degli Studi Suor Orsola Benincasa di Napoli (UNISOB), dove insegna Metodologia della ricerca sociale, Topografie dello spazio sociale e Processi di costruzione identitaria nei Media. Lavora con URiT, Unità di Ricerca sulle Topografie Sociali (UNISOB). Studia i dispositivi discorsivi nel governo di territori e popolazioni, in particolare quelli che utilizzano la salute pubblica come pratica di narrazione.

**EMILIO GARDINI** insegna sociologia generale presso l'Università degli Studi Magna Græcia di Catanzaro e presso la Scuola di Medicina e Chirurgia dell'Università degli Studi di Napoli Federico II. Si occupa di studi urbani e di politiche di welfare. Collabora con URIT, Unità di Ricerca sulle Topografie Sociali, UNISOB, Napoli.

**ELISA MATUTINI** è assistente sociale e sociologa. Ha conseguito il dottorato di ricerca in Storia e sociologia della modernità presso Università di Pisa. Nella stessa Università è attualmente docente di "Principi e fondamenti del servizio sociale".

Da anni svolge attività di studio e di ricerca nell'ambito delle politiche sociali e del servizio sociale. Tra le sue pubblicazioni: *Impoverimento e contesto relazionale* (in G. Tomei e M. Natilli,



Carocci, 2011), *Profili di povertà. Percorsi di teoria, ricerca e politica sociale* (Pisa University Press, 2013) e *Rappresentazione e identità della professione di assistente sociale in tempo di crisi* (in R. Ciucci, Pisa University Press, 2016).

**LAURA MINESTRONI** È ricercatrice in Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi alla Università La Sapienza di Roma. I suoi saggi scientifici e le sue ricerche vertono sui temi della comunicazione pubblicitaria, del branding e del comportamento del consumatore. Tra le sue pubblicazioni: *Casa dolce casa* (1996); *L'alchimia della marca* (2002); *Comprendere il consumo* (2006); *Territorio di marca* (2008); *Il manuale della marca* (2010); *Dash più bianco non si può* (2010) e *La pubblicità nonostante i mass-media* (2011).

**MARIALUISA STAZIO** è professore aggregato all'Università di Cassino e del Lazio Meridionale. Si è occupata di industrie culturali e di produzione culturale come elemento di differenziazione e di vantaggio competitivo dei territori. Negli ultimi anni si è occupata di mobilità giovanile Europea, e attualmente sta conducendo ricerche sui ristoranti italiani in Europa.

**JUAN CARLOS SUÁREZ VILLEGAS** è Professore Ordinario di Giornalismo e Filosofia presso l'Università di Siviglia, specializzato in etica e deontologia della comunicazione. È autore di dodici monografie e più di trenta articoli pubblicati su riviste scientifiche. Ha coordinato diversi progetti di ricerca nazionali ed europei. È responsabile del Gruppo di Ricerca "Pensiero Critico, Comunicazione e Diritti Umani". È direttore della International Conference on Gender and Communication che si svolge presso l'Università di Siviglia. È valutatore dell'ANVUR e della ANEP (Agenzia Nazionale Spagnola di Valutazione e Progetti).