

Prefazione, <i>Piermarco Aroldi, Giovanna Mascheroni, Francesca Pasquali, Barbara Scifo</i>	XI
Bibliografia scientifica di Fausto Colombo	XVII

I

LA CULTURA SOTTILE E IL PRODOTTO CULTURALE

SERGIO BRANCATO Per un approccio etico all'industria culturale	3
PAOLO COLOMBO Per una «storia leggera». Un progetto di ricerca su Pellegrino Artusi e la formazione dell'Italia unita	11
ARMANDO FUMAGALLI Un burattino inafferrabile. Su alcuni recenti adattamenti audiovisivi di «Pinocchio»	19
LAURA PEJA L'industria del teatro in Italia: grilli, corvi, topi e... gufi nella fondazione del Piccolo Teatro di Milano	35
SILVANO RUBINO Totò, il principe dei topi	45
RAFFAELE CHIARULLI La sceneggiatura come prodotto culturale. «San Paolo» di Pier Paolo Pasolini nell'universo dei media	55
PAOLO BRAGA L'underdog e il suo mentore nella scrittura del film sportivo	65
ANNA SFARDINI - MASSIMO SCAGLIONI Dal gatto ai camaleonti: le logiche dell'industria mediale contemporanea	75

VANNI CODELUPPI

Occulto sarà lei! Rendere palesi i significati della cultura di massa 87

ANDREA BELLAVITA

Storia, storie, indizi e somari 95

ROBERTA CARPANI

Memoria sociale, storia d'impresa e drammaturgia narrativa nel teatro di Laura Curino fra scena e media 103

SILVIA TARASSI

L'intellettuale precario 111

II

DAGLI ARCHIVI IMPERFETTI AL POTERE SOCIEVOLE

RUGGERO EUGENI

Gli archivi perfetti. Memoria sociale e cultura algoritmica 123

GÖRAN BOLIN

Imperfect Archives. The Textual and Social Dimensions of Knowledge 129

GIOVANNA MASCHERONI

Dal potere socievole al potere artificiale 133

FRANCESCO BONIFACIO

Vivere e lavorare con gli algoritmi 143

ELISABETTA LOCATELLI

Racconto, memoria, cura. Alcune questioni sulla dimensione visuale dei social media 151

MARCO ROSICHINI

Immaginari algoritmici. Una ricostruzione gramsciana 161

III

LE NUOVE TECNOLOGIE DELLA COMUNICAZIONE

GIOVANNI BOCCIA ARTIERI

La via italiana al digitale. Storia e culture Internet in Italia: una prospettiva multidimensionale 173

FRANCESCA PASQUALI - SIMONE TOSONI

Back to the Future. La collana Interzone di Feltrinelli
come ponte tra pensiero radicale e riflessione accademica 183

NICOLETTA VITTADINI

L'interattività come futuro utopico dei media: due fasi aurorali
e qualche abbaglio 193

ANTONIO DINI

Le ricerche imperfette. Brevi cenni sull'evoluzione delle pratiche
di ricerca da Yahoo a Google fino a ChatGPT 199

BARBARA SCIFO

Dare senso agli smart speaker. Le sfide delle media-macchine
alla 'media research' 211

GIANNI SIBILLA

La musica sottile. Canzone, industria culturale, media
e digitalizzazione 223

PAOLA ABBIEZZI

Lo sport digitalizzato. Un gioco di ombre, riflessi ed esperienze 233

MARIO A. MAGGIONI

Reti, media e convergenza digitale: una prospettiva economica 241

IV

BOOM E GENERAZIONI

ADRIANO D'ALOIA

Avere vent'anni. L'ecologia dei media dopo l'11 settembre 255

PIERMARCO AROLDI

«Un bambino creativo è un bambino felice». Bruno Munari
e l'infanzia di massa dei 'boomer' italiani 261

MATTEO TARANTINO

La lunga 'Generazione Commodore' e i suoi impatti
sull'industria culturale italiana 273

FABIO INTROINI - CRISTINA PASQUALINI

Dalle generazioni a Ultima Generazione. L'ecologismo
degli Zeta 281

SIMONE CARLO

Il digitale non è un destino: forme di addomesticamento
e resistenza tecnologica degli anziani 293

LEOPOLDINA FORTUNATI

Il rapporto paradossale tra anziani e tecnologie digitali 303

CHARO SÁDABA

Rethinking the Digital Divide: Intergenerational Inclusion
as a Relevant Asset 309

V

IMAGO PIETATIS

CLAUDIO BERNARDI

Il teatro della pietà e lo spettacolo del dolore 317

CARLA M. BINO

«Ecce homo». La fondazione dell'estetica dell'umiltà
e l'immagine della pietà tra XII e XV secolo 325

ANNA MANZATO

La costruzione dell'immaginario emotivo. Fotografia e guerra 335

GUIDO BOFFI

Lo strazio e la bellezza. Nota minore su una fotografia 343

ALICE CATI

Il videodiario di Anne Frank. Dalla rimediazione di un'icona
'teen' alla riscrittura della memoria ferita 353

VI

ECOLOGIA DEI MEDIA E COMUNICAZIONE GENTILE

GUIDO GILI

Il futuro della ricerca: andare alle origini della comunicazione
come fenomeno sociale 365

CHIARA GIACCARDI - MAURO MAGATTI

Libertà e partecipazione. Ecologie mediali e pratiche contributive 371

SARA BENTIVEGNA

Media, politica e democrazia: il valore di una comunicazione
gentile 383

MARINA VILLA

Giornalismo sociale, giornalismo civile. L'informazione «gentile»
che mette al centro le relazioni 391

ANNAMARIA CASCETTA

Amore e politica. Una storia 'meravigliosa' dall'America Latina
sulla scena italiana contemporanea: «Ho paura torero
(Tengo miedo torero)» di Pedro Lemebel 401

VII

VERITÀ E DEMOCRAZIA

MARIA FRANCESCA MURRU

La verità che resta. Intorno a «Verità e democrazia» 417

VAIA DOUDAKI - NICO CARPENTIER - KIRILL FILIMONOV

Media's Democratic Roles: A Framework for Their Conditions
of Possibility 423

PAOLO CARELLI

Studiare i sistemi dei media nazionali: la lunga trasformazione
di un concetto (ancora) centrale nella società globale 433

MICHELE SORICE

La cultura sottile della partecipazione democratica 439

CARLO SORRENTINO

Il giornalismo come verità dialogica 449

MAURO BERTOLOTTI - ALICE PIROVANO - PATRIZIA CATELLANI

Media, populismo e comunicazione scientifica 459

GUIDO DI FRAIA

Falsità e populismi. La democrazia al tempo della Generative AI 469

MASSIMO LOCATELLI

Il cantautore, comunicatore (a suo modo) gentile 479

EMANUELA MORA

Se la moda è un media, allora fa politica 489

Gli Autori

503