

# Strumenti di lavoro

**Autori** - Michele Rak - Walter Ingrassia

**Titolo** - *FORMAT - Che cos'è il format televisivo, come si progetta, come si scrive e come si vende*

**Casa editrice** - Mondadori Università, 2011, pagg. 180

**Prezzo** - Euro 16

**Argomento** - Il libro è dedicato all'analisi e alla descrizione del «format televisivo»: il progetto per ideare e realizzare i programmi d'intrattenimento della televisione sotto forma di quiz, reality show, fiction, talk show. Lo stile didattico degli autori e la definizione chiara e precisa delle parti, che compongono i vari tipi di format, rendono la lettura piacevole e interessante, perché permette di conoscere i retroscena (i percorsi e i processi) che precedono l'andata in onda dello spettacolo. Michele Rak, nel suo capitolo introduttivo composto di 70 piccoli paragrafi, si riferisce alla televisione come fattore di mutamento anche attraverso i format programmati per i quattro «insiemi» prevalenti della comunicazione televisiva: l'informazione (news), lo spettacolo (show), il visuto (fiction), il gioco (game), tutti, in certa misura, replicabili (replay). Dove la televisione è considerata un ipertesto di flusso (stream), in quanto veicola in «un continuum» una straordinaria quantità di testi multimediali lavorati da diverse emittenti, con facilità di accesso e a basso costo per i suoi utenti. Il format è confezionato per la vendita in mercati anche lontani da quello di produzione, composto da moduli riconoscibili, formalmente chiusi, clonabili, con margini per l'adattamento alle culture locali, in funzione del suo target: il pubblico. Esso è anche un modello che permette di seguire le trasformazioni dell'industria culturale del nostro tempo con finalità commerciale ed economica. Il libro si conclude con un'interessante analisi di un caso di studio: il format di serie *Don Matteo*.

**Autori** - Sergio Bologna - Dario Banfi

**Titolo** - *VITA DA FREELANCE - I lavoratori della conoscenza e il loro futuro*

**Casa editrice** - Feltrinelli Editore - Serie Bianca, 2011, pagg. 283

**Prezzo** - Euro 17

**Argomento** - Il focus di riferimento riguarda il presente e il futuro delle forme di lavoro diverse da quelle a tempo indeterminato. Per fare chiarezza sulla tipologia e sulla ripartizione quantitativa viene richiamata la stima dell'Isfol (Istituto per lo sviluppo della formazione professionale dei lavoratori) riferita all'anno 2008, che, su circa 23 milioni di persone occupate, indica nel 15,8% quelle con contratti di vario tipo (a tempo determinato, interinale, formazione-lavoro, apprendistato, col-



laborazioni coordinate e continuative, collaborazioni a progetto, tirocini gratuiti, lavoro a chiamata, collaborazioni occasionali), il 6,7% lavorava in maniera indipendente con partita Iva, 1,3% in modo autonomo non classificabile altrimenti e un 9,3% come imprenditore con qualche unità dipendente. Viene espressa un'acuta critica alle organizzazioni sindacali, che, tutelando esclusivamente i lavoratori a tempo indeterminato e in parte quelli con contratti subordinati, lasciano interamente scoperte le persone con contratti di collaborazione. In questa categoria si ritrovano i «lavoratori della conoscenza», i freelance delle professioni non regolamentate, tra i quali si sta lentamente diffondendo un'idea di coalizione associativa professionale, che dovrebbe, nella migliore delle ipotesi, caratterizzarsi come un centro di servizi, valorizzando il web e la rete che potrebbero diventare il nuovo terreno solidale. È un testo impegnativo e problematico sviluppato con ampia documentazione da due autori impegnati ideologicamente, che richiede al lettore una particolare concentrazione.

**Autori** - Edda Abbagliati - Lisa Lorenzini

**Titolo** - *BUSINESS & ETIQUETTE - Regole e codici comportamentali del manager di successo*

**Casa editrice** - Ulrico Hoepli Editore, 2011, pagg. 209

**Prezzo** - Euro 19,90

**Argomento** - È un libro singolare e curioso, che nasce dopo i risultati positivi di un corso rivolto a professionisti, dedicato al cerimoniale, al protocollo e al galateo nella vita privata e professionale. Imprenditori e manager di livello medio-alto potrebbero utilizzarlo come utile vademecum per le circostanze ufficiali, specialmente quando sono investiti del ruolo di rappresentanza della propria azienda in relazione a significative trattative collegate con il business. Le autrici, due brillanti professioniste con esperienze maturate anche con aziende internazionali, considerano l'etichetta del mondo degli affari (la «business etiquette») come l'insieme delle regole comportamentali necessarie per muoversi con disinvoltura nella società e nella vita professionale. Oltre all'esposizione dettagliata della predisposizione di ogni azione di bon ton, il libro contiene numerose case histories, illustrazioni e schede pratiche. Le indicazioni presentate nel testo, riferite alle varie situazioni, aiutano ad evitare gaffes o eventuali disagi in occasione di cene ed incontri di lavoro, nella scelta dell'abbigliamento più adatto, nell'attenzione alle regole dell'accoglienza. Suggestivi pratici (cross-cultural business etiquette) vengono presentati per coloro che svolgono attività di business con l'estero, con lo scopo di evitare malintesi culturali e comportamentali, che possono minacciare l'esito delle negoziazioni. Tuttavia, per superare eventuali situazioni critiche, in cui si è incerti sulla scelta del comportamento più opportuno, restano sempre validi i principi di sempre: educazione, buon senso e rispetto.

**a cura di Pietro Scardillo**

