

ALL. B (totale fogli: 14)

Codice Concorso 2020PAR027

Decreto Rettore Università di Roma "La Sapienza" n. 2830/2020 del 11.11.2020

*Curriculum vitae privo di dati anagrafici, redatto ai fini della pubblicazione*

## FRANCESCO D'AMATO

### Curriculum Vitae Scientifico Professionale

#### Parte I - Informazioni Generali

Nome	Francesco D'Amato
Posizione Attuale	Ricercatore confermato e Professore aggregato, in servizio dal 2008 presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale (CoRiS), "Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia, Comunicazione" della Università degli Studi di Roma, La Sapienza. Abilitato alla II fascia (Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi - SPS/08, SC 14/C2)

#### Parte II - Formazione e Carriera Universitaria

Type	Year	Institution	Notes
Diploma di Laurea	1996	Facoltà di Sociologia, Sapienza Università di Roma	Sociologia – indirizzo Comunicazione e Mass Media - con voto 110 e lode
Dottorato di Ricerca	2003	Dipartimento di Sociologia e Comunicazione, Sapienza Università di Roma	Dottorato di Ricerca in "Scienze della Comunicazione, Ricerca Avanzata, Gestione delle Risorse e Processi Formativi" (XIV ciclo)
Ricercatore	2008	Dipartimento di Sociologia e Comunicazione, Sapienza Università di Roma	Vincitore di concorso per ricercatore, settore scientifico-disciplinare SPS/08 (Sociologia dei processi culturali e comunicativi)
Abilitazione scientifica nazionale a professore II fascia	2018	MIUR (D D 1532 del 29/07/2016)	Abilitazione a professore di seconda fascia (SSD SPS/08, SC 14/C2) bando 2016, quarto quadrimestre, dal 30/03/2018 al 30/03/2024

### Parte III – Incarichi istituzionali e gestionali

Start	End	Institution	Position
2004	2013	Università 'La Sapienza' di Roma, Dip. di Comunicazione e Ricerca Sociale	Coordinatore di sette edizioni del Master di primo livello in “Management, Marketing e Comunicazione della Musica” (di cui cura progetto formativo, piano didattico, relazioni con i partner istituzionali e aziendali, coordinamento didattica in aula)
2010	2012	Università 'La Sapienza' di Roma, Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia e Comunicazione e Facoltà di Architettura “Ludovico Quaroni”	Coordinatore del CdL Magistrale interfacoltà in “Design, Comunicazione Visiva e Multimediale”
2013	2014	Università 'La Sapienza' di Roma, Dip. di Comunicazione e Ricerca Sociale	Condirettore dell’ottava edizione del Master primo livello in “Management, Marketing e Comunicazione della Musica”
2010	2018	Università 'La Sapienza' di Roma, Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia e Comunicazione e Facoltà di Architettura “Ludovico Quaroni”	Membro della Commissione Qualità del CdL magistrale interfacoltà e interdipartimentale in “Design, Comunicazione Visiva e Multimediale”, incaricata di redigere i rapporti di riesame
2011	2018	Università 'La Sapienza' di Roma, Dip. di Comunicazione e Ricerca Sociale e Dip. Pianificazione, Design, Tecnologia dell’Architettura	Membro della Commissione di Verifica dei Requisiti di accesso al CdL Magistrale interfacoltà e interdipartimentale in “Design della Comunicazione Visiva e Multimediale
2016	2018	Università 'La Sapienza' di Roma, Dip. di Comunicazione e Ricerca Sociale	Membro della Commissione di Verifica dei Requisiti di accesso al CdL Magistrale in “Organizzazione e Marketing per la Comunicazione d’Impresa”
2018	<i>In corso</i>	Università 'La Sapienza' di Roma, Dip. di Comunicazione e Ricerca	Membro della Commissione di Verifica dei Requisiti di accesso al CdL Magistrale in “Media, Comunicazione Digitale e Giornalismo”
2019	<i>In corso</i>	Università 'La Sapienza' di Roma, Dip. di Comunicazione e Ricerca	Membro della Commissione di Valutazione dei percorsi formativi per il CdL Magistrale in “Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa”

## Parte IV – Incarichi didattici (corsi di laurea e master universitari)

### IV. 1 – In Italia

A.A.	Institution	Lecture/Course
2019-20	Sapienza Università di Roma, Dip. di Comunicazione e Ricerca Sociale	<i>Advertising e Brand Communication</i> (72 ore - CdL magistrale in “Organizzazione e Marketing per la Comunicazione d’Impresa)
2019-20	Sapienza Università di Roma, Dip. di Comunicazione e Ricerca Sociale	<i>Analisi della Produzione e dei Linguaggi Musicali</i> (48 ore - CdL magistrale in “Media, Comunicazione Digitale e Giornalismo”)
2018-19	Sapienza Università di Roma, Dip. di Comunicazione e Ricerca Sociale	<i>Pubblicità e Strategie di Comunicazione Integrata</i> (72 ore - CdL magistrale in “Organizzazione e Marketing per la Comunicazione d’Impresa)
2018-19	Sapienza Università di Roma, Dip. di Comunicazione e Ricerca Sociale	<i>Analisi della Produzione e dei Linguaggi Musicali</i> (48 ore - CdL magistrale in “Media, Comunicazione Digitale e Giornalismo”)
2017-18	Sapienza Università di Roma, Dip. di Comunicazione e Ricerca sociale e Dip. di Pianificazione, Design, Tecnologia dell’Architettura	<i>Media e Comunicazione Pubblicitaria</i> (48 ore - CdL magistrale interfacoltà e interdipartimentale in “Design e Comunicazione Visiva e Multimediale”)
2017-18	Sapienza Università di Roma, Dip. di Comunicazione e Ricerca Sociale	<i>Analisi della Produzione e dei Linguaggi Musicali</i> (48 ore - CdL magistrale in “Media, Comunicazione Digitale e Giornalismo”)
2016-17	Sapienza Università di Roma, Dip. di Comunicazione e Ricerca sociale e Dip. di Pianificazione, Design, Tecnologia dell’Architettura	<i>Media e Comunicazione Pubblicitaria</i> (48 ore - CdL magistrale interfacoltà e interdipartimentale in “Design e Comunicazione Visiva e Multimediale”)
2016-17	Sapienza Università di Roma, Dip. di Comunicazione e Ricerca Sociale	<i>Analisi della Produzione e dei Linguaggi Musicali</i> (48 ore - CdL magistrale in “Media, Comunicazione Digitale e Giornalismo”)
2015-16	Sapienza Università di Roma, Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia e Comunicazione e Facoltà di Architettura	<i>Media e Comunicazione Pubblicitaria</i> (48 ore - CdL magistrale interfacoltà in “Design e Comunicazione Visiva e Multimediale”)
2015-16	Ricerca Sociale Sapienza Università di Roma, Dip. di Comunicazione e	<i>Analisi della Produzione, dei Consumi e dei Linguaggi Musicali</i> (48 ore, CdL triennale in “Comunicazione, tecnologie e culture digitali”)

2014-15	Sapienza Università di Roma, Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia e Comunicazione e Facoltà di Architettura	<i>Media e Comunicazione Pubblicitaria</i> (48 ore, CdL magistrale interfacoltà in “Design e Comunicazione Visiva e Multimediale”)
2014-15	Sapienza Università di Roma, Dip. di Comunicazione e Ricerca Sociale	<i>Laboratorio di Strategie Pubblicitarie</i> (36 ore, CdL triennale in “Comunicazione Pubblica e d’Impresa”)
2013-14	Sapienza Università di Roma, Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia e Comunicazione e Facoltà di Architettura	<i>Media e Comunicazione Pubblicitaria</i> (48 ore, CdL magistrale interfacoltà in “Design e Comunicazione Visiva e Multimediale”)
2013-14	Ricerca Sociale Sapienza Università di Roma, Dip. di Comunicazione e Ricerca Sociale	<i>Laboratorio di Strategie Pubblicitarie</i> (36 ore, CdL triennale in “Comunicazione Pubblica e d’Impresa”)
2013-14	Sapienza Università di Roma, Dip. di Comunicazione e Ricerca Sociale	<i>L’industria musicale: comparti, processi, scenari</i> e modulo del Master in “Management, Marketing e Comunicazione della Musica” (12 ore complessive)
2013-14	Sapienza Università di Roma, Dip. di Comunicazione e Ricerca Sociale	<i>Digital DIY e Comunicazione non Convenzionale</i> , modulo del Master in “Management, Marketing e Comunicazione della Musica” (15 ore)
2012-13	Sapienza Università di Roma, Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia e Comunicazione e Facoltà di Architettura	<i>Media e Comunicazione Pubblicitaria</i> (48 ore, CdL magistrale interfacoltà in “Design e Comunicazione Visiva e Multimediale”)
2011-12	Sapienza Università di Roma, Dip. di Comunicazione e Ricerca Sociale	<i>Analisi dei Linguaggi Musicali</i> (48 ore, CdL triennale in “Scienze e Tecnologie della Comunicazione”)
2011-12	Sapienza Università di Roma, Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia e Comunicazione e Facoltà di Architettura	<i>Media e Comunicazione Pubblicitaria</i> (48 ore, CdL magistrale interfacoltà in “Design e Comunicazione Visiva e Multimediale”)
2011-12	‘La Sapienza’ Università di Roma	<i>L’industria musicale: comparti, processi, scenari</i> , modulo del Master in “Management, Marketing e Comunicazione della Musica” (10 ore)
2010-11	Sapienza Università di Roma, Dip. di Comunicazione e Ricerca Sociale	<i>Analisi dei Linguaggi Musicali</i> (48 ore, CdL triennale in “Scienze e Tecnologie della Comunicazione”)
2010-11	Sapienza Università di Roma, Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia e Comunicazione e Facoltà di Architettura	<i>Media e Comunicazione Pubblicitaria</i> (48 ore, CdL magistrale interfacoltà in “Design e Comunicazione Visiva e Multimediale”)

2010-11	Università di Genova (sede di Imperia)	<i>Nuovi scenari del management musicale in era digitale</i> (12 ore), modulo del Master in "Canzone e Popular Music: produzione, gestione e comunicazione")
2009-10	Sapienza Università di Roma, Facoltà di Scienze della Comunicazione	<i>Analisi dei Linguaggi Musicali</i> (30 ore, CdL triennale in "Scienze e Tecnologie della Comunicazione")
2009-10	Sapienza Università di Roma, Facoltà di Scienze della Comunicazione e Facoltà di Architettura "Ludovico Quaroni"	<i>Media e comunicazione pubblicitaria</i> (48 ore, CdL magistrale interfacoltà in "Design e Comunicazione Visiva e Multimediale")
2009-10	Sapienza Università di Roma, Facoltà di Scienze della Comunicazione (sede di Pomezia)	<i>Analisi dell'industria culturale</i> (15 ore, CdL triennale in "Scienze e Tecnologie della Comunicazione")
2009-10	Sapienza Università di Roma, Facoltà di Scienze della Comunicazione	<i>Introduzione all'Industria Musicale e Introduzione ai Media Digitali e ai Nuovi modelli di Business</i> , moduli del Master in "Management, Marketing e Comunicazione della Musica" (22 ore complessive)
2008-09	Sapienza Università di Roma, Facoltà di Scienze della Comunicazione	<i>Analisi dei Linguaggi Musicali</i> (30 ore, CdL triennale in "Scienze e Tecnologie della Comunicazione")
2008-09	Università Pontificia Salesiana, Facoltà di Scienze della Comunicazione Sociale	<i>Musica e Comunicazione II</i> (36 ore)
2008-09	'La Sapienza' Università di Roma	<i>L'industria musicale come sistema</i> , modulo del Master in "Management, Marketing e Comunicazione della Musica" (12 ore)
2007-08	Sapienza Università di Roma, Facoltà di Scienze della Comunicazione	<i>Analisi dei Linguaggi Musicali</i> (30 ore, CdL triennale in "Scienze e Tecnologie della Comunicazione")
2007-08	'La Sapienza' Università di Roma	<i>L'industria musicale come sistema</i> , modulo del Master in "Management, Marketing e Comunicazione della Musica" (12 ore)
2006-07	Università Pontificia Salesiana, Facoltà di Scienze della Comunicazione Sociale	<i>Musica e Comunicazione II</i> (36 ore)
2005-06	'La Sapienza' Università di Roma	<i>Sociologia della Produzione Musicale</i> , modulo del Master in "Management, Marketing e Comunicazione della Musica" (12 ore)
2004-05	Sapienza Università di Roma, Facoltà di Scienze della Comunicazione	<i>Semiologia della musica</i> (30 ore, CdL quinquennale in "Scienze della Comunicazione")

2004-05	'La Sapienza' Università di Roma	<i>Sociologia della Produzione Musicale</i> , modulo del Master in "Management, Marketing e Comunicazione della Musica" (12 ore)
2003-04	Sapienza Università di Roma, Facoltà di Scienze della Comunicazione	<i>Semiologia della musica</i> (30 ore, CdL quinquennale in "Scienze della Comunicazione")
2003-04	Università Luiss di Roma, Facoltà di Scienze Politiche	<i>Sociologia e Tecniche della Comunicazione Politica e di Massa</i> (12 ore), corso integrativo alla disciplina
2003-04	Università degli Studi "G. D'Annunzio" di Chieti e Pescara	<i>Sociologia della musica moderna: forme di produzione e luoghi di consumo</i> (2 CFU), modulo del Master in "Manager della Comunicazione Musicale"
2002-05	Università di Roma 'La Sapienza'	<i>Industria ed Eventi Musicali</i> , modulo del Master in "Ideazione, Marketing e Management degli Eventi Culturali" (per tre edizioni)
2002-03	Università IULM di Milano	<i>La discoteca e le culture giovanili</i> (modulo del Laboratorio di programmazione musicale: on air, on site, on line")
2000-01	Università di Genova, Facoltà di Scienze della Formazione	Seminari di formazione per i docenti nell'ambito della ricerca " <i>Giovani e musica</i> " coordinata da Maria Teresa Torti

#### **IV. 2 – All'estero presso sedi qualificate (Università o Centri di Ricerca)**

05/2015	Università Paris 8	Seminario <i>Pourquoi crowdfunder? Parole aux usagers: financeurs, porteurs de projets, créateurs contributeurs</i> nell'ambito del Programma di Ricerca "Le crowdfunding et le crowdsourcing dans les industries culturelles" finanziato dalla Agence nationale de la Recherche (ANR)
05/2010	Università di Barcellona "Pompeu Fabra"	Modulo <i>Mercato Musicale e Settore del Live</i> , nel Master post-laurea in "Gestión de Empresas en la Industria de la Música"

## Part V - Direzione e partecipazione a organi, collegi e comitati scientifici

Da	A	Title
2016	<i>in corso</i>	Membro del Board editoriale della rivista scientifica peer reviewed <i>Vox Popular</i> (ISSN 2531-7059)
2004	<i>in corso</i>	Membro del Direttivo della sezione italiana della IASPM (International Association for the Study of Popular Music)
01/2013	01/2017	Presidente della sezione italiana della IASPM (International Association for the Study of Popular Music).
2011	2016	Membro del Centro Interdipartimentale <i>Sapienza Design Research</i> , Università di Roma 'La Sapienza'
2013	2015	Membro del Collegio docenti del Dottorato di Ricerca in " <i>Comunicazione, Ricerca, Innovazione</i> ", Dip. di Comunicazione e Ricerca Sociale, Università di Roma 'La Sapienza'
2012	2013	Membro del Collegio docenti del Dottorato di Ricerca in " <i>Comunicazione tecnologie e Società</i> ", Dip. di Comunicazione e Ricerca Sociale, Università di Roma 'La Sapienza'
2010	2012	Membro del Collegio docenti del Dottorato di Ricerca in " <i>Scienze della Comunicazione</i> "

## Part VI - Attività di Ricerca

### VI.1 - Progetti di ricerca finanziati, anche su bandi competitivi, da istituzioni nazionali e internazionali

Anno	Titolo, ruolo e durata del progetto	Ente finanziatore e/o Programma
2017	Proponente e responsabile scientifico del progetto di ricerca <i>Culture partecipative e capitale sociale. Potenzialità e criticità del crowdfunding per progetti culturali</i> (36 mesi)	Progetti medi di Ateneo, Sapienza Università di Roma (importo 9.000 €)
2017	Beneficia del Finanziamento FFABR, assegnato mediante procedura selettiva e valutativa basata su indicatori di produzione scientifica	MIUR - Fondo per il Finanziamento delle Attività di Base di Ricerca (FFABR) (importo 3.000€)

2014	<i>The Modern Rome Memory Project. Web mapping, geolocation, archive</i> – Membro del gruppo di ricerca (24 mesi)	Progetto Multidisciplinari di Ateneo, Sapienza Università di Roma (importo 20.000 €)
2011	<i>La ricerca empirica non standard nelle scienze sociali: il contributo dell'ermeneutica</i> – Membro del gruppo di ricerca (resp. Paolo Montesperelli)	Progetti di Ateneo, Sapienza Università di Roma (importo 5000 €)
2010	<i>Creatività e innovazione nella popular music: l'Osservatorio Popular Music</i> – Membro del gruppo di ricerca (12 mesi) e curatore del rapporto "Le scene musicali come fattori abilitanti dello sviluppo locale"	Regione Piemonte, programma "Sistema regionale per la ricerca e l'innovazione" (importo 18.500€)
2009	<i>Capitale Sociale e condivisione delle conoscenze. La progettazione di una piattaforma multimediale come comunità di pratica e ambiente di apprendimento</i> - Membro del gruppo di ricerca (resp. Renato Fontana) (36 mesi)	MIUR – PRIN (Programmi di Ricerca Scientifica di Rilevante Interesse Nazionale - Prot. 2008J925S4_005)
2009	<i>Generation Gap</i> - Membro del gruppo di ricerca (resp. Ida Cortoni) (24 mesi)	Progetto di Ateneo. Sapienza Università di Roma (importo 9.000€)
2007	<i>I comportamenti di consumo nel file sharing. Il caso italiano</i> - Membro del gruppo di ricerca (resp. Davide Bennato)	Fondazione Luigi Einaudi di Roma
2007	<i>Un laboratorio comune per l'innovazione</i> - Membro del gruppo di ricerca (resp. Alberto Cottica)	Fondazione Bixio
2005	Titolare di Assegno di Ricerca biennale (dal 01/04/2005 al 31/03/2007) - <i>Produzione e consumo musicale nell'attuale sistema industriale e nelle sue transizioni al digitale</i>	Dipartimento di Sociologia e Comunicazione, Università La Sapienza di Roma
2002	<i>Extracom</i> - Membro del gruppo di ricerca	Fondo Sociale Europeo, programma "Equal: Etnequal Social Communication"
1999	<i>Giovani, musica e scuola</i> - Membro del gruppo di ricerca (responsabile Maria Teresa Torti)	Istituto Regionale di Ricerca Sperimentazione e Aggiornamento Educativi della Liguria



## VI.2 - Partecipazione ad altre attività e gruppi di ricerca

2016	<i>Il crowdfunding per progetti e beni culturali in Italia</i> – contribuisce alla progettazione del questionario, cura il piano di analisi dei dati e la stesura del report	Centro Interdipartimentale <i>Digilab</i> e Osservatorio sui Consumi Culturali della Sapienza Università di Roma, in collaborazione con SWG
2014	<i>Cittadini e Tempo Libero 2015</i> . Indagine Multiscopo quinquennale dell'ISTAT – collabora alla progettazione del questionario	ISTAT e Team del Dip. Coris della Sapienza (coord. Prof.ssa Isabella Mingo)
2010	<i>Tempi di vita moderni. Il loisir della società italiana</i> - analisi dei microdati relativi all'indagine ISTAT <i>I cittadini e il tempo libero</i> e <i>Aspetti della vita quotidiana</i> (piano di elaborazione, elaborazione, stesura rapporto)	Dip. Coris della Sapienza (coord. Prof.ssa Isabella Mingo)

## Part VII – Convegni

### VII.1 – Coordinamento scientifico e organizzativo

Anno	Titolo	Istituzione
2009	<i>La Formazione Universitaria per un'industria musicale in trasformazione</i>	Facoltà di Scienze della Comunicazione dell'Università 'La Sapienza' di Roma
2005	Conferenza Internazionale " <i>Making Music, Making Meaning</i> " (6 giorni - più di 300 relatori da tutto il mondo) – parte del comitato organizzatore, coordinatore per l'istituzione ospitante e local referent per l'ente proponente (IASPM)	International Association for the Study of Popular Music (IASPM), Facoltà di Scienze della Comunicazione e Facoltà di Sociologia dell'Università 'La Sapienza' di Roma
2002	Convegno Internazionale " <i>Nuovi Soundscapes: culture, pratiche ed esperienze musicali contemporanee</i> ", Università di Roma 'La Sapienza'	Facoltà di Scienze della Comunicazione, Università 'La Sapienza' di Roma
2000	Convegno Internazionale " <i>Popular music, società e comunicazione</i>	Facoltà di Scienze della Comunicazione, Università 'La Sapienza' di Roma

## VII.2 - Relazioni svolte a seguito di referaggio

Anno	Titolo Convegno e Relazione	Istituzione
2018	Convegno "Communication, Capitalism and Social Change" - relazione dal titolo <i>Do-It-Yourself and Digital Platforms. Promises and Exploitation in the field of Cultural Production</i>	ESA (European Sociological Association), presso Università di Zagabria
2018	Convegno "Participatory Approaches to Music and Democracy" – relazione dal titolo <i>Democratization, self-realization and DIY Careers in the popular music field. The pros and cons of digital platforms experienced by long time independent musicians</i>	University of Performing Arts di Vienna
2018	Quarto Convegno Internazionale KISMIF (Keep It Simple, Make It Fast) - relazione dal titolo <i>Conscious, Professional, Strategic. Musical DIY in Digital Networks Era</i>	Faculty of Arts and Humanities of University of Porto
2013	15th Biennial IASPM International Conference "Bridge Over Troubled Waters: Challenging Orthodoxies" - titolo intervento <i>"Counting on you – Considerations on DIY 2.0 and fan funding"</i>	International Association for the Study of Popular Music (IASPM), e Università di Oviedo (Spagna)
2013	Severn Pop Conference "The Small Economies of the New Music Industry" – titolo intervento: <i>"DIY a DIWO in participatory culture: tools, practices and experiences in crowdfunding music projects"</i>	Severn Pop Network, University of Bristol
2012	IV Convegno Nazionale STS Italia "Tecnologie Emergenti, Mondi Sociali" - titolo intervento <i>"Donazioni, Investimenti e Capitale Sociale. Le dinamiche di partecipazione nel crowdfunding"</i> - selezionato a seguito referaggio	STS Italia (Società Italiana di Studi su Scienza e Tecnologia),
2009	15th Biennial IASPM International Conference "Popular Music Worlds, Popular Music Histories" - - titolo intervento: <i>An exploration in music crowdfunding or "P2P finance"</i>	International Association for the Study of Popular Music (IASPM) e University of Liverpool
2003	13th Biennial IASPM International Conference "Practicing Popular Music" - titolo intervento: <i>"Subcultures, tribes, fans... or simply "music players?"</i>	International Association for the Study of Popular Music (IASPM) e McGill University di Montreal

### VII.3 - Relazioni svolte a seguito di invito

2017	Convegno "Crowdfunding per la Cultura" – relazione dal titolo <i>Il crowdfunding culturale in Italia</i>	Fondazione Cultura Democratica, Roma
2014	Quinto Convegno Internazionale APM "Musei accoglienti: una nuova cultura gestionale per i piccoli musei" – titolo intervento " <i>Micromecenatismo 2.0</i> "	Associazione Italiana Piccoli Musei (APM), Viterbo
2011	13° edizione del Womex (World Music Expo) - titolo intervento: " <i>Money for what? Web users as investors and patrons through crowdfunding platforms</i> "	Womex (World Music Expo), Copenhagen
2009	Convegno TIME (The Indie Music Event) - titolo intervento: <i>Web 2.0: la monetization de l'audience</i>	Parigi
2003	Convegno " <i>Popular Music ed Editoria in Italia</i> "	Università di Pavia (sede di Cremona)
2001	Convegno " <i>2001. Odissea nel suono</i> " – titolo intervento: <i>Popular Music e Glocalizzazione</i>	Conservatorio di Santa Cecilia a Roma

### Parte VIII – Sintesi dei principali ambiti e interessi di ricerca

#### Keywords

#### Brief Description

Cultural Production	<p>Un primo ambito di ricerca riguarda le trasformazioni dei sistemi di produzione culturale correlati ai cambiamenti dell'ambiente tecnologico, con particolare attenzione all'industria musicale, alle pratiche di crowdfunding per progetti culturali, alle pratiche di autoproduzione (DIY) mediate dalle piattaforme web. La ricerca in questo ambito ha portato ad analizzare in modo critico aspetti quali: (1) le riconfigurazioni dei ruoli fra produttori e consumatori; (2) il modus operandi dei nuovi intermediari, i meccanismi di platform gatekeeping e la "platformization" della produzione culturale"; (3) le spinte all'autoimprenditorialità, al self-management e al self-marketing; (4) audience- e fan- labour.</p> <p>Un secondo ambito focalizza le relazioni fra i processi menzionati e i contenuti culturali, attraverso l'analisi dei processi di generificazione, reputation building, e in generale di nuovi fenomeni musicali considerati di particolare rilevanza, per via di inusuali modalità comunicative e distributive o per l'impatto sull'opinione pubblica e la capacità di suscitare discussioni. L'analisi di questi fenomeni viene contestualizzata all'interno dei cambiamenti nei meccanismi di circolazione e fruizione dei contenuti e nel più ampio ecosistema culturale di cui fanno parte.</p>
Digital platforms	
DIY	
Popular Music Studies	
Advertising	

Infine, un terzo ambito di ricerca riguarda le trasformazioni della comunicazione pubblicitaria, della comunicazione integrata e delle attività di branding, con particolare attenzione alla sperimentazione di nuove forme di content marketing e di nuove declinazioni della comunicazione esperienziale (ad esempio l'audio branding).

## **Parte IX – Prospetto della Produzione Scientifica**

*Produzione scientifica complessiva intera carriera:*

- Numero monografie: 3
- Numero articoli pubblicati su riviste di classe A (nazionali e internazionali): 3
- Numero articoli (ISSN) e contributi in volume (ISBN) su pubblicazioni internazionali (non fascia A): 8
- Numero articoli (ISSN) e contributi in volume (ISBN) su pubblicazioni italiane (non fascia A): 15
- Numero di curatele: 1
- Voci di Enciclopedia: 3
- Abstract di interventi a convegni internazionali pubblicati in book of abstract dotati di ISBN: 2

*Produzione scientifica in riferimento al DM 589/2018*

- Numero Libri: 1 (Valore Soglia ASN-ANVUR: 1)
- Numero di articoli su riviste scientifiche di classe A: 3 (Valore Soglia ASN-ANVUR: 3)
- Numero articoli e contributi: 9 (Valore Soglia ASN-ANVUR: 12)

## **Parte X– Elenco delle pubblicazioni**

### ***X.1 – Elenco delle pubblicazioni relative alla produzione scientifica complessiva***

#### Monografie

D'Amato F. e Panarese P. (2016), *Pubblicità e comunicazione integrata. Modelli, processi, contenuti*, Carocci, Roma

D'Amato, F. (2009), *Musica e Industria. Storia, processi, culture e scenari*, Carocci, Roma

D'Amato, F. (1998), *Miti in sette note. Le star e le mitologie del rock*, Costa & Nolan, Genova

#### Articoli (ISSN) e Contributi in Volume (ISBN)

D'Amato, F., & Cassella, M. (2020). Cultural production and platform mediation: A case in music crowdfunding. *New Media & Society*. June 2020. <https://doi.org/10.1177/1461444820932555>

- D'Amato (2019). *Digital platforms and the professionalization of DIY in the popular music field. The experiences of long-time independent musicians*; in P. Guerra, T. P. Alberto (eds.), *Keep it Simple, Make it Fast! An approach to underground music scenes (vol. 4)*, Porto, Universidade do Porto, pp. 136-149.
- D'Amato F., Marinelli A., Miconi A., Parisi S., (2018). *Do-It-Yourself and with the Crowd. Promises and Exploitation in the Field of Cultural Production*. In Book of Abstract. Esa RN 18 Mid-Term Conference. Communication, capitalism and social change: policy, practice, praxis, pp.33-34.
- D'Amato F. (2018). Democratization and DIY Careers in the Popular Music Field. The Pros and Cons of Digital Platforms experienced by Independent Musicians. In Book of Abstract IsaScience 2018 Conference. Participatory Approaches to Music and Democracy, pp.19-19.
- D'Amato, F. (2017). *Il crowdfunding per progetti culturali*. *Mediascapes Journal*, (9), pp. 246-259.
- D'Amato F. (2017) *Uno "sguardo" all'audio branding in Italia. Processi di istituzionalizzazione e difficoltà di legittimazione*. *Comunicazionepuntodoc* (16), pp. 321-332
- D'Amato, F. (2016) *Il crowdfunding per la cultura secondo gli italiani*, *Comunicazionepuntodoc* (15), pp. 252-274
- D'Amato F. (2016), *With a Little Help from my Friends, Family, and Fans: DIY, Participatory Culture and Social Capital in Music Crowdfunding*, in Whiteley S., Rambarran S., (eds), *The Oxford Handbook of Music and Virtuality*, Oxford University Press, New York, pp.573-592
- D'Amato F. (2015), *Micromecenatismo 2.0, ovvero il crowdfunding per le istituzioni museali*, in F. Ceci e C. Pisi (a cura di), *Musei Accoglienti. Una nuova cultura gestionale per i piccoli musei*, Atti del V Convegno Nazionale dei Piccoli Musei (Viterbo 26-27 Settembre 2014), Archeoares, Viterbo, pp.60-65
- D'Amato, F. (2015), *In-Store Music in Italy*, *Forum Italicum. A Journal of Italian Studies*" (49/2), pp. 1–14 Sage
- Cassella M., D'Amato F. (2014), *Crowdfunding Music. The value of social networks and social capital in participatory music production*, in Sarafian V. e Findley R., (eds), *The State of the Music Industry. L'état de L'industrie Musicale.*, "Civilisations", Toulouse: Presses de l'Université Toulouse 1 Capitole, n° 13, pp. 93-122
- D'Amato F., (2014), *Investors and Patrons, Gatekeepers and Social Capital. Representations and experiences of fans participation in fan funding*, in Duits L., Zwaan K., Reijnders S., *The Ashgate Research Companion to Fan Cultures*, Ashgate, Farnham, pp 135-148
- D'Amato F. (2013), *Music Economies and Markets in Italy*, in *Made in Italy: Studies in Popular Music*, a cura di Franco Fabbri e Goffredo Plastino. Routledge, New York e Londra, 2013, pp. 72-81.
- D'Amato F., Miconi, A., (2012), *Produzione culturale, crowdfunding e capitale sociale: uno studio empirico su Produzioni dal Basso*. *Sociologia della comunicazione* (43), Franco Angeli, Milano, pp. 135-148
- D'Amato, F. (2011), *Utenti, azionisti, mecenati. Analisi della partecipazione alla produzione culturale attraverso il crowdfunding*. *Studi Culturali* (8/3), il Mulino, Bologna, pp. 373-394
- D'Amato, F. (2011), "Pratiche e consumi musicali", 2011, in Mingo I. e Savioli M. (a cura di), *Tempi di vita moderni. Il loisir della società italiana*, Angelo Guerini e Associati, Milano, pp. 235-263
- D'Amato, F. (2011), *Money for what? An exploration in music crowdfunding or P2P finance*, in Geoff Stahl and Alex Gyde (a cura), "Proceedings 15<sup>th</sup> IASPM INTERNATIONAL CONFERENCE: Popular Music Worlds, Popular Music Histories", IASPM, Liverpool, <http://www.iaspm.net/proceedings/index.php/iaspm2009/iaspm2009/schedConf/presentations>

- D'Amato, F. (2010), *Gestione delle impressioni ed elaborazione dei soundscapes nella fruizione musicale tramite web e mobile*. In-formazione. Studi e ricerche su giovani, media e formazione (4/6), Falzea Editore, Reggio Calabria, pp. 54-57
- D'Amato, F. (2009), "Culture e operatori dell'industria fonografica italiana" in M. Santoro (a cura), *La cultura come capitale. Consumi, produzioni, politiche, identità*, Il Mulino, Bologna, pp. 141-165
- D'Amato, F. (2008), "Il suono urbano", in Umberto Eco et al. (a cura), *Storia della Civiltà Europea*, vol. 18: *Il Novecento*, Federico Motta Editore, Milano, pp. 464-468
- D'Amato, F. (2008), "Musica ubiqua", in Umberto Eco et al. (a cura), *Storia della Civiltà Europea*, vol. 18: *Il Novecento*, Federico Motta Editore, Milano, pp. 469-471
- D'Amato, F. (2008), "Il paesaggio sonoro", in Umberto Eco et al. (a cura), *Storia della Civiltà Europea*, vol. 18: *Il Novecento*, Federico Motta Editore, Milano, pp. 472-474
- D'Amato F. (2008) "Dance Tribes and Club Cultures. Experiences, imageries and values concerning dance clubs in Rome", in Alex Gyde, Geoff Stahl (eds.), *Practicing Popular Music. 12th Biennial IASPM International Conference Proceedings* pp. 146-155, [www.iaspm.net/archive/IASPM03sm.pdf](http://www.iaspm.net/archive/IASPM03sm.pdf)
- D'Amato F. (2007) *La musica nel web, fra socializzazione e mediazione*. In-formazione. Studi e ricerche su giovani, media e formazione (1/2), Falzea Editore, Reggio Calabria, pp 64-67
- D'Amato F. (2004), "Musiche-mondo e soundscape glocali. Un contributo degli studi musicali alla riflessione su glocalizzazione e cultura", in F. Sedda (a cura), *Glocal*, Sossella editore, Roma, pp. 157-167
- D'Amato, F. (2004) "Come nasce l'opinione", in M. Binotto e V. Martino (a cura), *Fuori Luogo. L'immigrazione e i media italiani*, Pellegrini Editore, Rai-Eri, pp. 319-325
- D'Amato, F. (2003) *Non solo ballo né solo sballo: discontinuità e discussioni a proposito delle musiche 'Techno*. C:Cube. Cultura:comunicazione:consumo. (1/3), Bevivino Editore, Milano, pp. 30-38
- D'Amato, F. (2003), "Musica", in A. Abruzzese (a cura), *Lessico della comunicazione*, Meltemi, Roma, pp. 389-394.
- D'Amato, F. (2003), "Silenzio", in A. Abruzzese (a cura), *Lessico della comunicazione*, Meltemi, Roma, pp. 533-535.
- D'Amato, F. (2002), *Musiche e metropoli: nodi di una trama complessa*, in V. Giordano (a cura), 2002, *I linguaggi della metropoli*, Liguori, Napoli, pp. 101-131
- D'Amato, F. (2002), *Coordinate e prospettive: riflessioni sui rapporti fra testo e contesto*, in F. D'Amato, *Sound Tracks. Tracce, scenari e convergenze negli studi musicali*, Meltemi, Roma, pp. 27-64

#### Curatele

D'Amato, F., 2002, *Sound Tracks. Tracce, scenari e convergenze negli studi musicali*, Meltemi, Roma

Roma, 20/11/2020

In fede

