



ISSN: 2038-3282

Publicato il: febbraio 2023

©Tutti i diritti riservati. Tutti gli articoli possono essere riprodotti con l'unica condizione di mettere in evidenza che il testo riprodotto è tratto da www.qtimes.it

Registrazione Tribunale di Frosinone N. 564/09 VG

Designing MOOCs for Creative Industries professionals. The E+ DigiCulture project experience

Progettare MOOCs per professionisti dell'Industria Creativa. L'esperienza del progetto E+ DigiCulture

di

Maria Rosaria Re

mariarosaria.re@uniroma3.it

Università degli studi Roma Tre

Abstract:

The paper aims at illustrating the theoretical framework that has been used within the DigiCulture project (Erasmus+ KA204) to design, realize and evaluate the Digital Skills and Social Inclusion for Creative Industries MOOC Courses. Based on the data obtained from empirical research activities and pilot phase carried out during the project, the digital competences most required by the Creative Industries (CI) sector are defined and the skills and tools needed to promote these digital competences among CI employees through e-learning activities are identified. The “Guidelines for Digital Competences for Creative Industries” document, here summarized, provides important indications for educators and trainers who will want to define, implement, and evaluate online learning pathways focused on promoting digital competences and addressed to CI employees.

©Anicia Editore

QTimes – webmagazine

Anno XV – vol. 2., n. 1, 2023

www.qtimes.it

doi: 10.14668/QTimes_15172

Moreover, the paper presents some results from the pilot phase of one of the MOOCs implemented within the project, in order to highlight its characteristics in terms of educational design.

Keywords: Adult Education; Creative Industries; MOOC; Digital skills; Educational design.

Abstract:

Il contributo mira ad illustrare il quadro teorico utilizzato nell'ambito del progetto DigiCulture (Erasmus+ KA204) per progettare, realizzare e valutare i corsi MOOC intitolati “Digital Skills and Social Inclusion for Creative Industries” (Competenze digitali e inclusione sociale per le Industrie Creative). Sulla base dei dati ottenuti dalle attività di ricerca empirica e dalla fase pilota svoltasi durante il progetto, sono state definite le competenze digitali più richieste dal settore delle Industrie Creative e sono state identificate le abilità e gli strumenti necessari per promuovere queste competenze digitali tramite percorsi di e-learning. Il documento "Linee guida per le competenze digitali per le industrie creative", qui sintetizzato, fornisce importanti indicazioni per gli educatori e i formatori che vorranno definire, implementare e valutare percorsi di apprendimento online incentrati sulla promozione delle competenze digitali nei dipendenti delle Industrie Creative. Il contributo presenterà altresì, alcuni dati dalla fase pilota di uno dei MOOC realizzati in seno al progetto, al fine di evidenziarne le caratteristiche in termini di progettazione didattica.

Parole chiave: Educazione degli adulti; Industrie Creative; MOOC; Competenze digitali; Progettazione didattica.

1. Formazione professionale nelle industrie creative tra competenze trasversali e bisogni educativi

I percorsi di formazione per il settore delle Industrie Creative dedicavano in genere, almeno prima della diffusione della pandemia da Covid-19, scarsa attenzione all'uso delle nuove tecnologie digitali (Commissione Europea, 2017), alla promozione dell'imprenditorialità, delle abilità digitali e delle competenze trasversali. Secondo i dati OCSE del 2018, sia gli operatori in formazione, sia coloro che già operano nel settore, infatti, mancano di competenze importanti per le loro carriere future; i dati Eurostat 2018 identificavano i giovani adulti delle industrie creative (22-36 anni) come tra quelli più a rischio di disoccupazione per la mancanza di suddette competenze imprenditoriali e digitali. Eppure, nelle industrie creative la conoscenza e l'innovazione sono essenziali per la sopravvivenza delle organizzazioni (Alcácer, Cantwell e Piscitello 2016): basti ricordare l'altissima potenzialità del settore in termini di crescita economica, innovazione sociale (Earnshaw 2017; Müller, Rammer e Trüby 2009) e creazione di modelli di business altamente competitivi (Hennekam e Bennett 2017), ancora più forti se associati all'uso delle TIC (van Laar, van Deursen & van Dijk, 2022). All'interno di attività economiche in cui l'uso della creatività e delle abilità intellettuali è azione prioritaria, l'elaborazione e la comunicazione di informazioni tramite strumenti digitali risulta un intervento fondamentale nell'ottica dell'innovazione del settore, dell'apertura a contesti internazionali e del progresso culturale (Mangematin, Sapsed e Schüßler 2014). Si ricordi che accedere e valutare le

informazioni è un passo necessario in termini di ricerca e assolutamente rilevante per la creazione di nuove idee e nuovi prodotti culturali. Inoltre, l'uso di piattaforme digitali, social media e strategie di comunicazione online risultano essenziali per tutte le tipologie di aziende operanti nel settore al fine di rimanere in contatto con il proprio pubblico di riferimento e con gli operatori di mercato (Samuel 2020). In generale, l'uso delle tecnologie digitali consente la comunicazione e la condivisione dell'esperienza culturale, promuovendo l'espressione creativa e l'esperienza estetica (Hoffmann, Ivcevic e Brackett 2016), supportando la collaborazione, anche in contesti di problem solving (Cybulski et al. 2015). In quest'ottica, assieme alla centralità delle competenze digitali, risulta prioritaria anche la sollecitazione di altre competenze trasversali, quali le 4C (Pensiero critico, Creatività, Comunicazione e Collaborazione), utili per implementare i risultati dei lavoratori in termini di inclusione culturale e sociale e sviluppo delle competenze strettamente professionali (Poce, 2019).

Nonostante tali premesse, i professionisti dell'Industria Creativa spesso non sono coinvolti in nessun percorso di istruzione formale, essendo liberi professionisti, a volte membri di gruppi svantaggiati (con problemi economici) o appartenenti a gruppi di minoranza sociale. Questo limita fortemente la possibilità di avanzamento professionale, l'inclusione sociale e culturale, in particolare di artigiani e piccoli imprenditori, nonché lo sviluppo e il progresso economico delle aziende più piccole. Si ricordi come bassi livelli di competenza digitale siano spesso associati a situazioni di marginalità: minore è lo sviluppo di competenze digitali come l'*Alfabetizzazione dell'informazione e dei dati*, la *Comunicazione e collaborazione* e la *Creazione di contenuti digitali*, maggiore è la possibilità di essere esclusi dalla vita culturale e sociale di un determinato contesto comunitario e/o nazionale (Azevedo et al., 2020). Acquisendo e migliorando le proprie competenze digitali, i professionisti del settore creativo e culturale possono migliorare le loro opportunità di carriera con l'accesso a nuovi mercati di distribuzione, a Internet e all'e-commerce, nonché a diversi strumenti imprenditoriali, arricchendo così di nuove forme di espressione digitale il loro lavoro (Commissione Europea, 2020). Questo risulta particolarmente vero alla luce delle necessità educative emerse nel settore a seguito della diffusione della pandemia da Covid-19, la quale ha fortemente evidenziato come l'innovazione digitale del settore culturale sia necessaria per la sua sopravvivenza e per il suo rinnovamento nonché per la società tutta (Parlamento Europeo, 2019). Come sottolineato più volte dagli organismi internazionali (ONU, 2015), l'impatto delle attività culturali sulla coesione e sul benessere sociale, nonché sulla costruzione dell'identità, è fondamentale in un'ottica di promozione personale e comunitaria, nonché di sostenibilità: identificare, dunque, azioni pedagogiche efficaci per lo sviluppo del settore creativo e culturale è un aspetto essenziale in una società democratica e inclusiva. Riprogettare i percorsi formativi universitari per i futuri professionisti del settore creativo e culturale attraverso l'uso delle tecnologie digitali (Secundo, Rippa & Meoli, 2020) risulta, dunque, assolutamente necessario.

Partendo da questi presupposti, è stato realizzato il progetto Erasmus+ *DigiCulture* (Andone, 2019; Re, 2022), il quale, attraverso una serie di attività di ricerca, ha identificato le necessità educative più urgenti per i professionisti del settore creativo e culturale, delineando così le "Linee guida per le competenze digitali per le industrie creative", documento qui sintetizzato, che fornisce importanti indicazioni per gli educatori e i formatori in termini di progettazione, valutazione e implementazione

di percorsi di apprendimento online incentrati sulla promozione delle competenze digitali nei dipendenti delle Industrie Creative.

2. Il progetto DigiCulture

Il progetto *DigiCulture* (Improving the Digital Competences and Social Inclusion of Adults in Creative Industries, Erasmus+ KA204)¹ mira a creare un programma educativo sostenibile ed efficace dedicato ad adulti con bassi livelli di competenze digitali operanti nel settore delle Industrie Creative provenienti da Romania, Italia, Austria, Danimarca, Lituania, Regno Unito e Irlanda. I principali risultati includono i MOOCs (Massive Open Online Courses) sulle Competenze digitali e l'inclusione sociale per le Industrie Creative disponibile online, l'Integrated Virtual Learning Hub che presenta un'applicazione innovativa mobile rivolta agli adulti poco qualificati e a rischio di marginalizzazione sociale, il Digital Skills e-assessment tool e Open Badges for Digital Skills. Tali prodotti della ricerca hanno lo scopo di fornire nuove importanti opportunità per gli adulti poco qualificati del settore creativo e culturale, quali quelle di accedere alla conoscenza tecnica digitale, di acquisire nuove competenze trasversali e interculturali, di facilitare opportunità di impiego o di ottenere risultati migliori nel loro lavoro attuale.

La partnership progettuale riunisce centri di educazione degli adulti di università tecniche, università artistiche e umanistiche, PMI con competenze in eLearning e in Digital Humanities, associazioni di professionisti nel campo delle industrie creative coinvolti come partner e associati. Il progetto si rivolge a giovani adulti disoccupati, professionisti delle Industrie Creative, adulti con scarse competenze digitali, operanti nel settore dell'artigianato, dei musei, dei media, dell'architettura e delle discipline umanistiche.

Gli obiettivi principali del progetto *DigiCulture* sono i seguenti:

- aumentare la consapevolezza della necessità di formazione in competenze digitali per le Industrie Creative;
- progettare e convalidare le linee guida transnazionali per le competenze digitali per le Industrie Creative;
- creare un hub di apprendimento virtuale integrato online e mobile;
- progettare, sviluppare e fornire MOOCs intitolati "Digital Skills and Social Inclusion for Creative Industries" (Competenze digitali e inclusione sociale per le Industrie Creative), tradotti in tutte le lingue dei Paesi partner;
- migliorare il raggiungimento e il riconoscimento delle competenze digitali attraverso l'apprendimento formale e informale introducendo l'e-assessment delle competenze digitali e gli Open Badge per l'educazione degli adulti nelle Industrie Creative;
- fornire esperienze di apprendimento coinvolgenti ed efficaci nei MOOCs del progetto;
- migliorare la collaborazione tra formatori, educatori, università, istituzioni e associazioni culturali e del patrimonio, attori culturali e professionisti delle Industrie Creative;
- promuovere, valutare e convalidare l'acquisizione di competenze digitali nei partecipanti alla fase pilota del progetto, contribuendo così alla sollecitazione di nuove competenze professionali nei lavoratori delle Industrie Creative.

¹ Per ulteriori approfondimenti è possibile visionare il sito internet del progetto al link www.digiculture.eu.

All'interno del progetto, sono state definite le “Linee Guida per lo Sviluppo delle Competenze digitali nei lavoratori delle Industrie Creative” (Intellectual Output 1) al fine di identificare indicazioni teoriche e pratiche utili anche alla progettazione di MOOCs per i professionisti dell'Industria Creativa, finalizzato alla promozione delle Competenze digitali e dell'inclusione sociale. Le Linee Guida cercano di identificare

- quali Competenze digitali sono considerate più rilevanti all'interno del settore creativo e culturale;
- quali Competenze digitali sono necessarie in diverse professioni e in differenti settori delle Industrie Creative;
- come le competenze possono essere acquisite attraverso MOOCs;
- quali sono i concetti, gli approcci e i metodi pedagogici e tecnologici più efficaci per promuovere le Competenze digitali nei dipendenti delle Industrie Creative;
- come i MOOCs possono migliorare le Competenze digitali;
- come le Linee Guida possono essere utilizzate in altri contesti di formazione degli adulti.

Il progetto fa riferimento alla definizione UNESCO (2016: 1) per identificare le Industrie Creative, cioè quelle «industrie che combinano la creazione, la produzione e la commercializzazione di prodotti che sono intangibili e di natura culturale. Questi contenuti sono tipicamente protetti da diritto d'autore e possono prendere la forma di beni o servizi»². Secondo il Dipartimento di Cultura, Media e Sport britannico (DCMS2, 2013), tra i settori delle Industrie Creative rientrano Musei, gallerie e biblioteche; musica, le arti dello spettacolo e arti visive; pubblicità e marketing; architettura; artigianato; design (prodotto, grafica e design della moda); film, TV, video, radio e fotografia; IT e servizi informatici, software e sviluppo web/mobile; editoria. Oltre ai suddetti settori, il progetto *DigiCulture* cerca di indagare anche il settore del Turismo come una delle categorie industriali in cui lo sviluppo delle Competenze digitali dei lavoratori può contribuire a migliorare le opportunità di carriera dei dipendenti e la loro inclusione sociale. Questa decisione è stata presa a causa della forte connessione tra il settore del turismo e alcune categorie delle Industrie Creative, come Musei, Pubblicità e Design.

3. Progettare MOOCs per i professionisti delle industrie creative: metodologia

Le attività di ricerca realizzate in seno al progetto *DigiCulture* per la progettazione e realizzazione di MOOC intitolati “Digital Skills and Social Inclusion for Creative Industries” (Competenze digitali e inclusione sociale per le Industrie Creative) possono essere così sintetizzate:

1. revisione sistematica della letteratura di studi accademici e pubblicazioni sulla promozione della dimensione delle Competenze digitali all'interno di contesti educativi formali e informali nel settore delle Industrie Creative – *literature review*;
2. questionario rivolto agli stakeholder delle industrie creative e culturali volto a indagare i bisogni educativi del settore;
3. interviste con esperti del settore tese a definire contenuti e modalità di co-progettazione di MOOCs per i professionisti delle Industrie Creative.

² Traduzione a mia cura.

3.1 Literature review

La *literature review* è stata condotta nei mesi di novembre 2018 - gennaio 2019 dai partner del progetto e ha previsto il riferimento al modello DigiComp 2.1 (Carretero Gomez, Vuorikari & Punie, 2017) per l'identificazione delle dimensioni delle Competenze digitali in contesti di formazione professionale per il settore creativo e culturale. La metodologia utilizzata per la realizzazione della *literature review* presenta quattro attività principali:

- a. identificazione dei criteri di ricerca;
- b. ricerca e selezione dei paper da analizzare;
- c. revisione, estrazione dei dati e analisi dei documenti;
- d. sintesi dei risultati e realizzazione del rapporto di ricerca.

Per quanto concerne l'identificazione dei criteri di ricerca, la revisione sistematica della letteratura è stata condotta esclusivamente su pubblicazioni *peer-review*, selezionate a partire da database accademici (quali ERIC) e identificate a partire dalle seguenti parole chiave: dimensione delle competenze digitali secondo il modello DigiComp; educazione degli adulti; industria creativa/culturale specifica; intervento/strategia/pratica educativa.

Tutti gli articoli individuati nelle banche dati sono stati sottoposti a un primo processo di revisione da parte di ciascun partner coinvolto nell'attività, al fine di individuare se gli articoli trovati fossero o meno in linea con gli obiettivi della ricerca e le aree di studio. I criteri di esclusione sono stati i seguenti: assenza di coerenza metodologica e/o nessun riferimento al settore delle Industrie Creative. Tutti gli articoli selezionati sono stati analizzati e valutati da ciascun partner attraverso una procedura di analisi di contenuto. I dati risultanti dall'analisi degli articoli selezionati sono stati utilizzati per l'elaborazione del report di ricerca. Particolare attenzione è stata posta nell'individuazione degli interventi educativi più utili per la promozione delle dimensioni e delle Competenze digitali, in accordo con la ricerca svolta.

3.2 Questionario per stakeholder delle Industrie Creative e Culturali

L'obiettivo principale dell'indagine era quello di raccogliere informazioni dagli stakeholder delle Industrie Creative nell'ambito delle competenze digitali per definire una serie di linee guida concettuali che avrebbero costituito la base teorica dei MOOCs *DigiCulture*. I dati raccolti si focalizzano sui seguenti ambiti di approfondimento: metodologie di insegnamento efficaci per i professionisti del settore creativo e culturale; materiali e strumenti didattici; strumenti e modalità di valutazione delle Competenze digitali in contesti di digital learning.

Il questionario comprende dieci tra domande chiuse, scale Likert e domande aperte. La tabella 1 illustra gli indicatori analizzati e le domande associate per ogni sezione dello strumento.

Tabella 1 – Indicatori e sezioni del questionario per stakeholder

Sezione	Indicatori	Domanda
Aspetti generali	Dimensioni delle competenze DigComp 2.1 richieste oggi dal settore delle Industrie Creative e Culturali	Q1
	Dimensioni future delle competenze DigComp 2.1 richieste dal settore delle Industrie Creative e Culturali	Q2
	Competenze digitali specifiche da migliorare nell'educazione degli adulti	Q3

MOOC	MOOC nazionali rivolti ai professionisti delle Industrie Creative finalizzato allo sviluppo delle Competenze digitali	Q4 e Q5
	Partecipazione a un MOOC rivolto ai professionisti delle Industrie Creative	Q6
	Interesse a partecipare a un MOOC	Q7
	Uso di un MOOC per lo sviluppo delle Competenze digitali nei professionisti delle Industrie Creative	Q8
Framework metodologico del progetto DigiCulture	Progetto <i>DigiCulture</i> : framework metodologico (funzioni e obiettivi)	Q9
Suggerimenti	Suggerimenti e possibili sviluppi	Q10

Il questionario è stato digitalizzato tramite Google Forms e reso disponibile tramite il sito del progetto e le pagine social. Inoltre, esso è stato inviato per e-mail dai partner progettuali a specifici stakeholder del settore delle industrie creative. 148 rispondenti hanno risposto al questionario. La raccolta dei dati tramite questionario è avvenuta nei mesi di maggio e giugno 2019. I dati raccolti tramite questionario sono stati analizzati attraverso analisi statistiche di base.

3.3 Interviste con esperti del settore

L'obiettivo principale delle interviste con esperti del settore delle Industrie Creative è stato quello di raccogliere dati dettagliati relativi agli strumenti e ai contenuti per la co-progettazione di MOOCs per lo sviluppo professionale in termini di Competenze digitali.

I temi principali delle interviste sono stati definiti dai partner del progetto *DigiCulture* durante il mese di maggio 2019. Lo schema di intervista finale è composto da dieci domande. Ogni partner del progetto doveva individuare e intervistare almeno due esperti del settore delle Industrie Creative provenienti dal contesto nazionale in cui l'istituzione partner si trova ad operare.

Le interviste sono state condotte in modalità telematica da giugno 2019 a giugno 2020. I dati acquisiti sono stati analizzati attraverso una procedura di analisi di contenuto che prevedeva l'utilizzo di una specifica griglia (Tabella 2) di valutazione dei qualitativi raccolti.

Tabella 2 – Griglia per l'analisi di contenuto dei dati raccolti tramite interviste con esperti del settore

N. Domanda	Istruzioni per la compilazione della griglia	Numero di parole e altre istruzioni
1	Indicare il settore dell'Industria Creativa di appartenenza (Musei, gallerie e biblioteche; Musica, arti dello spettacolo e arti visive; Pubblicità e marketing; Architettura; Artigianato; Design; Film, TV, video, radio e fotografia; Servizi informatici e software e sviluppo web/mobile; Editoria; Turismo) e il ruolo dell'intervistato.	
2	Indicare il tipo di strumenti digitali impiegati nella pratica professionale	Nome degli strumenti
3	Indicare la definizione di competenza digitale	Max 40 parole
4	Indicare gli strumenti digitali utilizzati per comunicare e collaborare	Nome o tipo degli strumenti
4A	Indicare gli strumenti digitali utilizzati per comunicare e collaborare che l'intervistato vorrebbe conoscere	Nome o tipo degli strumenti

5	Indicare gli strumenti digitali utilizzati nel processo creativo	Nome o tipo degli strumenti
5A	Indicare gli strumenti digitali utili al processo creativo che l'intervistato vorrebbe conoscere	Nome o tipo degli strumenti
6	Indicare le competenze digitali e/o gli strumenti digitali definiti come essenziali nel campo di lavoro dell'intervistato.	Max 40 parole
7	Indicare eventuali MOOC seguiti dall'intervistato	Titolo del MOOC e contenuto Max 40 parole
8	Indicare quali contenuti, se ce ne sono, sono considerati importanti in un corso online per il dipendente dell'Industria Creativa di riferimento dell'intervistato.	Max 40 parole
9	Indicare le competenze/abilità/conoscenze che dovrebbero essere promosse attraverso i MOOC.	Max 40 parole
10	Indicare argomenti e/o strumenti digitali definiti come essenziali o utili nel MOOC per la promozione delle competenze digitali.	Max 40 parole
10A	Indicare il motivo per cui l'intervistato ha selezionato argomenti e/o strumenti specifici.	Max 50 parole
10B	Indicare a quale fine l'intervistato ha scelto un argomento e/o uno strumento specifico.	Max 50 parole

4. Risultati

4.1 Literature review

In base ai criteri di ricerca definiti in seno al progetto, sono stati selezionati 45 paper totali. L'analisi descrittiva e contenutistica di base evidenzia informazioni utili per la realizzazione di percorsi formativi efficaci nel campo della promozione delle Competenze digitali per il settore delle Industrie Creative.

Per quanto riguarda il tipo di programma educativo, i paper analizzati provengono principalmente da contesti educativi formali: 9 studi su 45 descrivono attività di apprendimento universitario e 11 esplorano i risultati di corsi di formazione professionale, mentre 7 provengono dall'istruzione secondaria, prevalentemente realizzata in modalità di *dual learning*. L'esiguo numero di esperienze educative in contesti informali definisce possibili azioni di sviluppo future per la ricerca del settore. In termini di dimensioni delle Competenze digitali promosse (Figura 1), 13 paper su 45 descrivono la realizzazione di percorsi di apprendimento per lo sviluppo di competenze di *Alfabetizzazione su informazioni e dati*, mentre 8 attività didattiche sperimentali sono finalizzate a promuovere sia *l'Alfabetizzazione* sia la dimensione della *Comunicazione e collaborazione*. Le dimensioni *Creazione di contenuti digitali* e *Risolvere i problemi* sono quelle meno rappresentate nella *literature review*. Per quanto riguarda la dimensione *Alfabetizzazione su informazioni e dati*, la competenza più promossa è la *Gestione di dati, informazioni e contenuti digitali* (7 documenti, di cui 4 del contesto educativo universitario). Nessun riferimento è dato allo sviluppo dell'area di competenza relativa alla

sicurezza digitale: tale assenza è particolarmente rilevante in termini di protezione dei dati personali e della privacy, visto lo stretto legame con le competenze imprenditoriali e gestionali, nonché con la *Gestione e la Valutazione di dati, informazioni e contenuti digitali* (Carretero Gomez, Vuorikari & Punie, 2017).

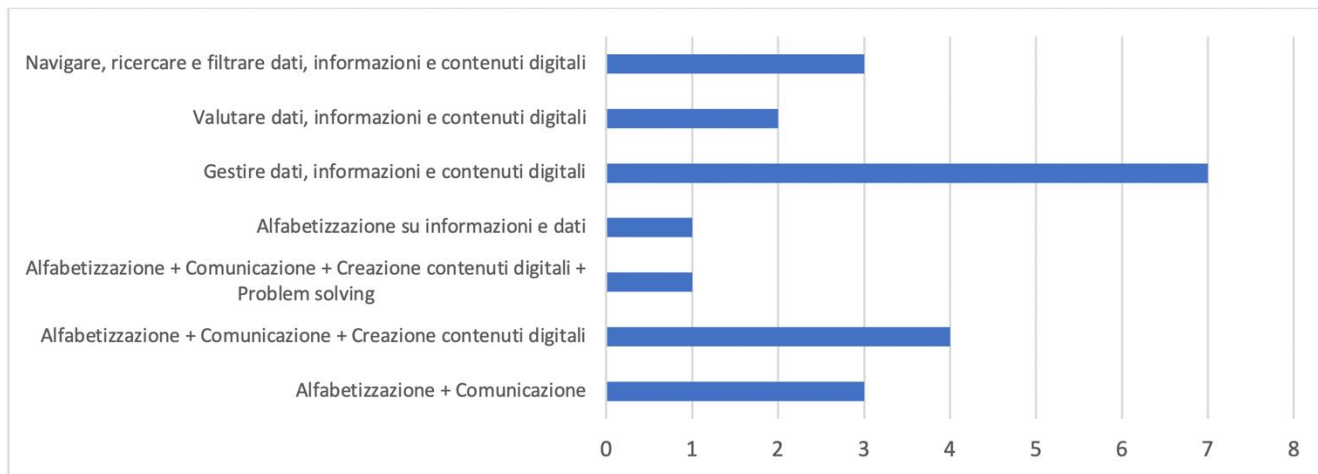


Figura 1 - Dimensioni delle competenze digitali promosse nei paper analizzati

Per quanto riguarda le metodologie e le strategie didattiche utilizzate nei contesti di apprendimento, non tutti i lavori hanno dichiarato queste caratteristiche specifiche. L'e-learning, il digital learning e le metodologie per la promozione de Pensiero critico sono tra quelle più utilizzate (6 pape per ciascuna di esse). Le attività di e-learning e l'inquiry-based learning sembrano essere le più efficaci per la sollecitazione della dimensione di *Alfabetizzazione su informazioni e dati*. Le metodologie di Pensiero critico sono sviluppate attraverso attività e compiti di argomentazione (1), spiegazione e dimostrazione (2), analisi e sintesi (1), problem solving (1) e discussione (1), in presenza e a distanza, sia con attività sincrone che asincrone. Le attività di collaborazione sono presentate solo in 2 paper relativi alla *Gestione di dati, informazioni e contenuti digitali*.

L'aspetto valutativo dei paper analizzati è la caratteristica più sottorappresentata (Figura 2). Solo 11 paper dichiarano gli strumenti e le metodologie di valutazione utilizzati nell'esperienza di apprendimento descritta. Ciò dimostra la necessità di progettare, validare e diffondere un maggior numero di strumenti per la valutazione dei percorsi di apprendimento, degli strumenti didattici utilizzati e delle metodologie di insegnamento impiegate in contesti di formazione professionale delle Industrie Creative. Tra gli strumenti descritti, si predilige l'uso di questionari di valutazione del corso, test di valutazione delle conoscenze/competenze promosse e griglie di valutazione per l'analisi qualitativa.

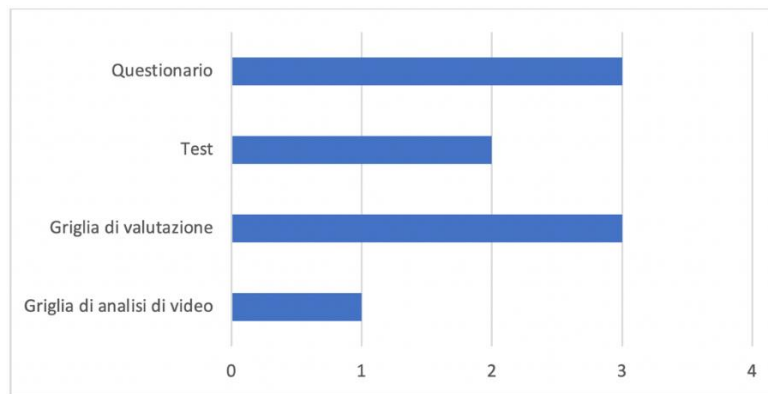


Figura 2 - Strumenti di valutazione individuati nei paper analizzati

L'assenza di informazioni specifiche sulla valutazione limita la replicabilità delle esperienze di apprendimento e insegnamento analizzate. In generale, questionari e sondaggi (3 paper) sono utilizzati per valutare l'esperienza di apprendimento, e non lo sviluppo delle competenze digitali, o per fare una prima analisi del contesto. Altri strumenti di valutazione, come le griglie di valutazione, sono utilizzati anche nelle attività di peer-review (1 paper) per valutare la qualità dei contenuti digitali prodotti all'interno del percorso di apprendimento. Vengono utilizzati anche test standardizzati per valutare l'acquisizione di contenuti e conoscenze specifiche (1 paper).

4.2 Questionario per stakeholder delle industrie creative e culturali

Il questionario *DigiCulture* è stato completato da 148 stakeholder del settore delle Industrie Creative e Culturali. Una breve analisi demografica dei 148 rispondenti rivela che il 35,4% risiede in Italia, il 24,3% in Lituania, il 12,5% nel Regno Unito, l'8,3% in Danimarca, il 10% in Romania e il 7% in Irlanda. Gli altri Paesi di provenienza degli intervistati sono Stati Uniti, Austria, Francia, Repubblica Ceca, Ucraina, Andorra, Australia e India.

Per quanto riguarda l'occupazione e il ruolo dei rispondenti, la percentuale più alta lavora in musei, gallerie e biblioteche (42%). Il 35% di loro ricopre una posizione esecutiva (Manager: 21%, Amministratore Delegato: 9%, Vicedirettore: 4%, Fondatore: 2%), mentre il 23% dei lavoratori di Musei, gallerie e biblioteche ha un ruolo nel settore educativo (Educatori museali: 18%, seguiti dai Project Manager: 5%).

Il 30% dei rispondenti ricopre ruoli esecutivi nelle proprie organizzazioni, seguito dal 13% che opera nel settore educativo e dall'11% che ricopre una posizione nel campo della formazione professionale o nella ricerca. Il 9% ricopre posizioni di coordinatore di progetti o programmi, mentre l'8% si è definito come professionista delle arti, delle scienze umane e del patrimonio culturale (cioè artisti, grafici, archeologi, bibliotecari, curatori, catalogatori).

Le Competenze digitali sono in generale considerate essenziali dalla grande maggioranza dei partecipanti all'indagine. In particolare, la dimensione *Comunicazione e collaborazione* ha ottenuto il maggior numero di punteggi assegnati dagli intervistati, 612 su un massimo di 715 punti, seguita da *Creazione di contenuti digitali* (587 punti), *Risolvere i problemi* (573 punti), *Sicurezza* (572 punti) e *Alfabetizzazione su informazioni e dati* (568 punti). Per quanto riguarda il miglioramento delle Competenze digitali tra i dipendenti delle Industrie Creative, per i rispondenti è necessario promuovere maggiormente le competenze informatiche e digitali: in particolare, la *Gestione e la*

valutazione di dati, informazioni e contenuti digitali (Figura 3) deve essere migliorata e/o sollecitata per oltre il 61% dei partecipanti, soprattutto nel settore dei musei, delle gallerie e delle biblioteche (24 rispondenti su 81) e nel settore della musica, delle arti dello spettacolo e delle arti visive (6 rispondenti su 8). I rispondenti del settore del turismo preferiscono promuovere la competenza di *Navigare, ricercare e filtrare dati, informazioni e contenuti digitali* (4 partecipanti su 7). La competenza di *Proteggere i dati personali e la privacy* dovrebbe essere sollecitata ulteriormente per il 77,8% degli stakeholder. Questo dato è particolarmente rilevante, soprattutto se messo in comparazione con i risultati della *literature review* che vedono una totale assenza di interventi educativi per la promozione di questa area di competenza in professionisti del settore.

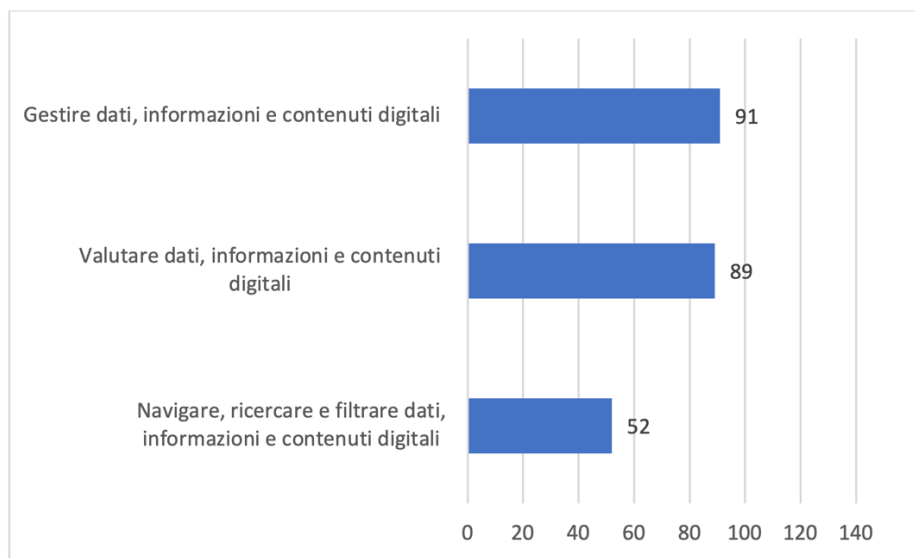


Figura 3 - Bisogni educativi per gli stakeholder rispondenti in termini di "Alfabetizzazione su informazioni e dati"

I contenuti necessari da includere in un percorso di apprendimento per i professionisti delle Industrie Creative sono stati così identificati:

- strumenti multimediali digitali online e mobile (57% dei rispondenti), in modo pressoché uniforme in tutti i settori delle Industrie Creative rappresentate dai rispondenti;
- social media per la cultura (57% dei rispondenti), soprattutto nel settore dei Musei, gallerie e biblioteche (28%), Design (19%) e Pubblicità e Marketing (10%);
- comunicazione digitale e presentazioni (56% dei rispondenti, divisi in 25% del settore Musei, gallerie e biblioteche, 18% del settore Musica, arti dello spettacolo e delle arti visive, 10% Turismo, 3% Design);
- Internet, World Wide Web e introduzione al mondo digitale (56% dei rispondenti provenienti da tutti i settori delle Industrie creative rappresentate);
- protezione dei dati e licenze aperte (51% dei rispondenti, in particolare IT e servizi informatici, software e sviluppo web/mobile – 30%, Artigianato 11% e Musei, gallerie e biblioteche 10%);
- gestione digitale nella cultura (51% dei rispondenti, selezionata soprattutto dal settore Musei, gallerie e biblioteche – 25% e Musica, arti dello spettacolo e delle arti visive – 13%).

Solo il 27,8% dei rispondenti dichiara di aver partecipato a un corso online su una piattaforma MOOC (Figura 4): 9 stakeholder su 40 hanno utilizzato la piattaforma Coursera

(<https://www.coursera.org>), 6 hanno partecipato al MOOC Mu.SA (<http://www.project-musa.eu/blog/2018/07/13/mu-sa-project-mooc/>) e 5 hanno utilizzato FutureLearn (<https://www.futurelearn.com>). Solo 2 rispondenti hanno partecipato a un corso online sul Digital Storytelling, sebbene questo argomento sia considerato interessante in termini di formazione dal 48% dei partecipanti all'indagine. Il dato circa la formazione tramite MOOC dei professionisti intervistati risulta particolarmente indicativo in termini di abitudini della formazione dei professionisti del settore creativo e culturale in epoca pre-pandemica, soprattutto se messo in relazione con le indicazioni OECD 2020 che raccomandano l'implementazione di attività di formazione e aggiornamento professionale tramite modalità di e-learning per migliorare l'inclusione e la sostenibilità del settore stesso.

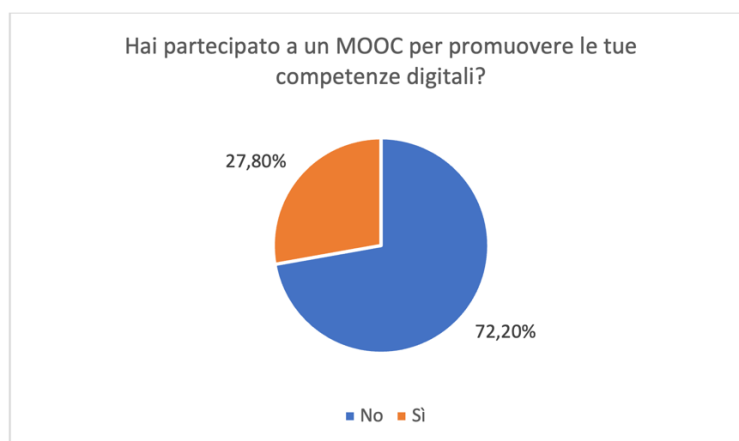


Figura 4 - Formazione professionale tramite MOOC

Il 48,3% degli intervistati ritiene che la promozione delle Competenze digitali per i lavoratori delle Industrie Creative apporterebbe un valore aggiunto allo specifico settore professionale. Il dato risulta sicuramente incoraggiante in termini di raggiungimento degli obiettivi definiti dal progetto *DigiCulture*.

4.3 Interviste con esperti del settore

22 interviste totali sono state realizzate in seno al progetto *DigiCulture*. La maggior parte degli esperti lavora nel campo della Musica, arti dello spettacolo e delle arti visive (9), seguito dai settori dell'artigianato (4) e dei musei, gallerie e biblioteche (4). Altri settori delle industrie creative rappresentati dagli intervistati sono Design (1), Film, TV, radio e fotografia (1), Design di prodotto, grafica e moda (1), Pubblicità e marketing (1), Architettura (1). I ruoli di coloro che lavorano nel settore Musica, arti performative e visive includono soprattutto professioni musicali (3) e posizioni manageriali (2), seguite da artisti visivi (1) e formatori professionali (1).

Agli intervistati è stato chiesto di indicare quali strumenti digitali devono utilizzare nella loro pratica professionale per supportare il loro lavoro o il loro processo creativo (Figura 5), al fine di identificare gli strumenti da includere in un percorso di formazione destinato alla sollecitazione delle competenze digitali.

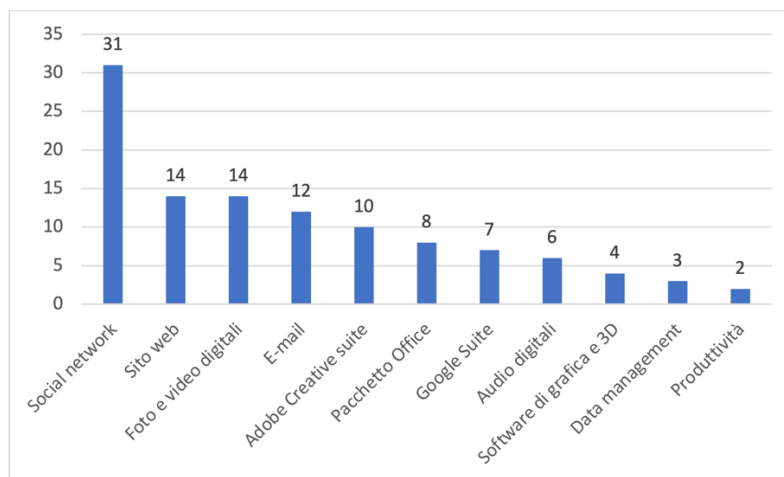


Figura 5 - Software e tool digitali da inserire in percorsi di formazione professionale

Come evidenziato dalla figura 5, diversi risultano gli strumenti individuati dagli intervistati come fondamentali per la pratica lavorativa nel campo delle Industrie Creative: sono citati, *in primis*, quelli inerenti la comunicazione digitale (Social network, sito web e email), i software per la presentazione digitale (tra cui il Pacchetto Office e le diverse suite per la gestione e condivisione di documenti online) e quelli per la realizzazione di prodotti digitali (immagini, audio, video) anche di natura creativa. In generale, gli strumenti relativi alla creazione e all'editing di contenuti online sono considerati i più richiesti nei professionisti del settore poiché trasversali ai diversi settori rappresentati dagli intervistati: tale dato risulta particolarmente in linea con la natura intrinseca dell'Industria Creativa, ovvero la realizzazione di prodotti culturali e creativi che, in contesti digitali, devono sapersi trasformare per essere tecnologicamente disponibili al pubblico.

Per quanto concerne i materiali didattici da integrare all'interno dei percorsi digitali di formazione, la maggior parte degli intervistati sottolinea come essi dovrebbero avere le seguenti caratteristiche:

- sostenere l'auto-motivazione (per 12 intervistati su 22);
- alta qualità (per 10 intervistati su 22);
- promuovere l'interazione tra professionisti del settore e tra studenti dei MOOCs (per 8 intervistati su 22).

Tali risultati sono molto utili in sede di progettazione di MOOC, in quanto evidenziano scelte procedurali specifiche, come l'inserimento di attività che metta in contatto i partecipanti al MOOC, il costante aggiornamento dei contenuti, case studies di alto valore formativo e l'ideazione di un percorso che supporti il riconoscimento personale e esterno delle conoscenze apprese e le competenze sollecitate.

Non a caso, tutti i MOOCs *DigiCulture* vedono la presenza di almeno due attività di interazione e scambio con i partecipanti al corso (es. forum di discussione, attività di peer review), e l'ottenimento di un certificato alla fine del corso, al fine di fornire un riconoscimento ai partecipanti e aumentare le possibilità di accesso al mercato del lavoro.

Anche la necessità di un supporto continuo da parte di tutor durante i MOOCs è stata evidenziata dagli esperti intervistati (7), assieme all'uso di strategie innovative di insegnamento e apprendimento (8) e l'utilizzo di casi di studio (5). Le attività e i compiti specifici assegnati nei MOOC dovrebbero riguardare i diversi settori delle Industrie Creative, al fine di consentire ai discenti di costruire la loro esperienza di apprendimento in base alle specifiche esigenze professionali e personali. Gli

intervistati hanno fatto riferimento anche all'uso di strumenti inclusivi integrati nei corsi: requisiti tecnici troppo rigidi e attività di valutazione troppo difficili dovrebbero essere evitati per promuovere l'inclusione sociale dei partecipanti e tenere conto delle difficoltà degli studenti. La struttura e gli obiettivi chiari del MOOC sono condizioni essenziali per l'efficacia educativa del percorso di apprendimento per 15 intervistati su 22.

5. La fase pilota del corso “Digital Storytelling”

A partire dai risultati della ricerca sopra esposti, il progetto DigiCulture ha visto la realizzazione di 13 MOOC, testati durante la fase pilota del progetto realizzatasi nel 2021. Tra i 13 MOOC, ne è stato realizzato uno dal titolo *Digital Storytelling* con la finalità di promuovere le competenze digitali in adulti in formazione attraverso la strategia del Digital Storytelling. I temi principali del MOOC *Digital Storytelling* sono i seguenti:

- L'arte dello storytelling;
- il Digital Storytelling come strategia di apprendimento e insegnamento;
- il Digital Storytelling per promuovere le competenze 4C (Creatività, Comunicazione, Collaborazione e Pensiero critico);
- strumenti digitali per la progettazione, la creazione e la valutazione di video di Digital Storytelling;
- il Digital Storytelling per la cultura e il patrimonio (musei, siti archeologici, biblioteche).

Come è evidente dai contenuti del corso, il MOOC è destinato a professionisti del settore Musei, gallerie e biblioteche. Organizzato in cinque diversi moduli, il MOOC *Digital Storytelling* presenta diverse attività di apprendimento: OERs, forum di discussione; attività di ricerca; realizzazione di video di Digital Storytelling, valutazione tra pari e attività di valutazione. Il MOOC *Digital Storytelling* è disponibile in inglese, italiano, rumeno, danese, tedesco, lituano e irlandese. La versione in lingua inglese, di cui si riportano i risultati in questo contributo, è accessibile tramite il link <https://digiculture.eu/en/digiculture-course/?id=18>.

Tenendo in considerazione i risultati del progetto *DigiCulture*, sintetizzati nei paragrafi precedenti, il MOOC *Digital Storytelling* è stato progettato con le seguenti caratteristiche:

- presenza di case studies internazionali di alto valore scientifico (Whitney Museum, USA; Museums Victoria, Australia; Museo dell'Acropoli di Atene, Grecia; Spotlight heritage Timisoara, Romania);
- attività di interazione tra i partecipanti del MOOC (un forum di discussione; un'attività di peer-review);
- riferimento ai principali strumenti utili per la realizzazione di video-storytelling e tutorial sul loro utilizzo;
- attività di valutazione critica di specifici *case-studies*;
- attività di realizzazione di un video storytelling per l'ente presso cui si lavora;
- supporto costante di un tutor didattico, anche in termini di monitoraggio del percorso;
- email cadenzate e messaggi personalizzati per ricordare le scadenze e/o invogliare a terminare il corso;
- certificato di fine corso.

Inoltre, specifiche fasi e strumenti di valutazione sono stati progettati e realizzati in seno al corso.

5.1 Fasi e strumenti di valutazione

Il MOOC *Digital Storytelling* prevede che i partecipanti rispondano a un questionario di autovalutazione delle competenze digitali (realizzato secondo il modello *task-based questionnaire* di Nunan, 2004) e a un test di valutazione finale delle conoscenze acquisite (Hougaard & Knoche, 2020).

Il questionario di autovalutazione delle competenze digitali viene somministrato ai partecipanti prima e alla fine delle attività del corso: composto da 3 item, è progettato per raccogliere dati sulla percezione del livello di tre specifiche competenze digitali, *Navigare, ricercare e filtrare dati, informazioni e contenuti digitali, Integrare e rielaborare contenuti digitali* e *Collaborare attraverso le tecnologie digitali*.

Il test di valutazione finale del corso è composto da 11 domande a stimolo chiuso e risposta chiusa volte a valutare l'acquisizione dei contenuti del corso, tra cui le caratteristiche del Digital Storytelling come strategia di apprendimento; il Digital Storytelling per lo sviluppo delle competenze del XXI secolo; strumenti e fasi per la realizzazione del Digital Storytelling. Il punteggio massimo per questo strumento di valutazione è di 10 punti.

I dati raccolti sono stati analizzati attraverso analisi statistiche di base.

5.2 Alcuni risultati

Alla fase pilota del corso hanno partecipato 83 professionisti del settore Musei, gallerie e biblioteche: di questi, 52 hanno completato interamente in corso, ottenendo la certificazione finale.

I risultati del test di valutazione finale delle conoscenze acquisite mostrano un buon livello di acquisizione dei contenuti da parte dei partecipanti. La media del test di valutazione finale è di 8,12 punti su 10 (DevSt=1,76), con un indice di curtosi pari a 0,23. L'Alpha di Cronbach del test è pari a 0,789. Quasi tutte le domande hanno ricevuto più dell'80% di risposte giuste: la domanda con la percentuale più bassa di risposte giuste (66%) è la domanda numero 4, che mirava a indagare le caratteristiche narrative lineari o non lineari di un video di Digital Storytelling. Questo dato risulta particolarmente positivo rispetto agli obiettivi del corso: le attività formative progettate, infatti, assieme al supporto dei tutor del corso ha portato la maggior parte dei partecipanti ad acquisire le conoscenze relative alle caratteristiche del Digital Storytelling come strumento di comunicazione digitale.

I risultati più incoraggianti dell'esperienza pilota riguardano l'autovalutazione delle competenze digitali. I livelli di autovalutazione delle competenze digitali sotto analisi migliorano al termine del corso, sia per quanto concerne la competenza di *Navigare, ricercare e filtrare dati, informazioni e contenuti digitali* (Figura 6), sia di *Integrare e rielaborare contenuti digitali* che di *Collaborare attraverso le tecnologie digitali*. Il test t di Student a campioni dipendenti è condotto sulle medie dei risultati raggiunti dai partecipanti all'inizio e alla fine del MOOC attraverso il questionario. I risultati mostrano una differenza statisticamente significativa tra il questionario in entrata e quello in uscita nella competenza di *Navigare, ricercare e filtrare dati, informazioni e contenuti digitali*: prima del corso (M=1.75, DS=0.91); dopo il corso (M=3.13, DS=0.72) $t=1.85$ $p<0.001$.

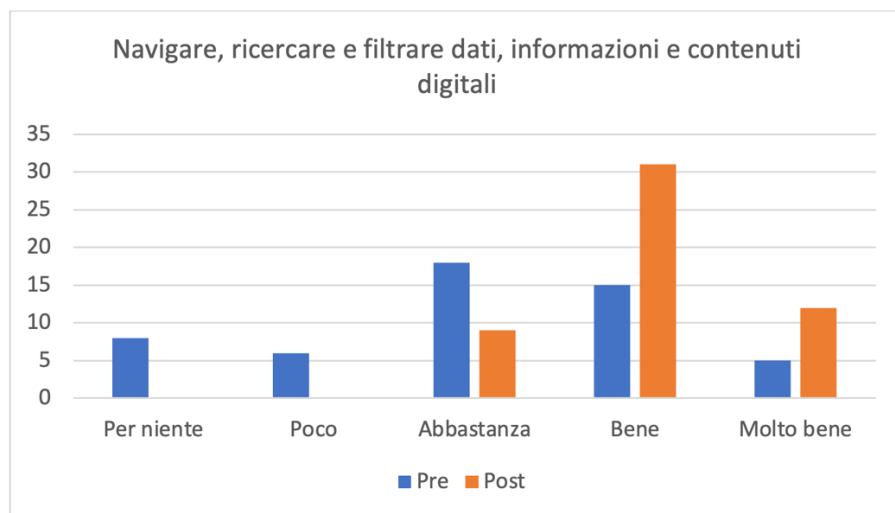


Figura 6 - Frequenze dei punteggi assegnati dai partecipanti nel questionario di autovalutazione delle competenze digitali

6. Conclusioni

La situazione di emergenza didattica globale, causata dalla diffusione della pandemia di Covid-19, ha ulteriormente evidenziato l'urgenza di promuovere le competenze digitali tra i professionisti dell'Industria Creativa. Mai come prima, infatti, il bisogno di utilizzare criticamente la strumentazione digitale, nonché di comunicare con il mondo esterno e di collaborare digitalmente per la realizzazione di attività culturali si è mostrato in modo così preponderante. Il connubio digitale e cultura, sempre più saldo, vede nel modo odierno la necessità di rinforzarsi sempre di più e di definire azioni educative efficaci per la formazione del personale attualmente operante nel settore e i professionisti futuri.

I risultati del progetto *DigiCulture*, qui sintetizzati, indicano alcune tra le modalità educative maggiormente efficaci per progettare e realizzare percorsi di formazione a distanza per gli adulti che lavorano nel settore culturale. Come emerge dalle analisi effettuate, una forte connessione tra le competenze di *Alfabetizzazione su informazione e dati* e di *Collaborazione e comunicazione* è evidenziata dai risultati dei questionari e delle interviste, soprattutto per quanto concerne la competenza di *Gestione di dati, informazioni e contenuti digitali*. Le Competenze digitali sono spesso associate ad altre competenze del XXI secolo, come il Pensiero Critico e la Comunicazione, favorendo così l'inclusione culturale e sociale degli studenti e dei professionisti in una prospettiva di apprendimento permanente. Le competenze di *Sicurezza digitale* dovrebbero essere promosse in tutti i professionisti del settore, soprattutto in relazione alla protezione dei dati e all'uso delle licenze dei prodotti digitali: tale necessità educativa, sottolineata sia dai rispondenti al questionario che dagli intervistati, dovrebbe essere inoltre approfondita dagli studi del settore pedagogico, in quanto ambito di studio poco sviluppato. Da migliorare anche la progettazione, realizzazione e validazione di strumenti per la valutazione delle competenze digitali nei professionisti del settore creativo e culturale, di cui la letteratura del settore ci dà poche informazioni.

In termini di progettazione di MOOCs, essenziali sono definiti alcuni accorgimenti, che gli esiti del MOOC *Digital Storytelling* hanno dimostrato essere efficaci nei partecipanti: il supporto da parte dei tutor per tutta la durata del corso, il riferimento a casi di studio di alto valore e di contesto internazionale nonché la presenza di attività destinate a contesti specifici del settore. Si ricordi,

inoltre, la progettazione di attività che promuovano l'interazione tra i partecipanti del MOOC e l'approfondimento circa le modalità di utilizzo di specifici programmi per la comunicazione e la presentazione digitale, al fine di migliorare il livello di conoscenze specifiche dei partecipanti stessi e le competenze relative alla realizzazione di prodotti digitali.

Riferimenti bibliografici:

- Alcácer, J., Cantwell, J., Piscitello, L. (2016). Internationalization in the Information Age: A New Era for Places, Firms, and International Business Networks?. *Journal of International Business Studies*, 47(5), 499–512.
- Andone, D. (2019). Development of DigiCulture Educational Program for Digital Skills Training for Adults in Creative Industries. *EDULEARN19 Proceedings* (p. 10255). Palma: IATED.
- Azevedo, J. P., Hasan, A., Goldemberg, D., Iqbal, S. A., & Geven, K. (2020). *Simulating the Potential Impacts of COVID-19 School Closures on Schooling and Learning Outcomes: A Set of Global Estimates*. Policy Research Working Paper; No. 9284. World Bank, Washington, DC. © World Bank.
- Commissione Europea (2017). *Europe's Digital Progress Report EDPR 2017*. Estratto da <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/europes-digital-progress-report-2017>
- Cybulski, J., Keller, S., Nguyen, L., Saundage, D. (2015). Creative Problem Solving in Digital Space Using Visual Analytics. *Computers in Human Behavior*, 42, 20–35.
- Department for Culture, Media, and Sport (DCMS) (2013). *Classifying and Measuring the Creative Industries Consultation on Proposed Changes*. Estratto da https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/203296/Classifying_and_Measuring_the_Creative_Industries_Consultation_Paper_April_2013-final.pdf
- Earnshaw, R. (2017). Technology Transfer for the Creative Industries and Wider Industrial Applications. In R. Earnshaw (Ed.), *Research and Development in the Academy, Creative Industries and Applications*, (pp. 27–136), Cham: Springer.
- EU (2020). *Digital Education Action Plan*. Disponibile al link <https://education.ec.europa.eu/focus-topics/digital-education/digital-education-action-plan>
- Hennekam, S., Bennett, D. (2017). Creative Industries Work across Multiple Contexts: Common Themes and Challenges. *Personnel Review*, 46(1), 68–85.
- Hoffmann, J., Ivcevic, Z., Brackett, M. (2016). Creativity in the Age of Technology: Measuring the Digital Creativity of Millennials. *Creativity Research Journal*, 28(2), 149–153.
- Hougaard, B. I., Knoche, H. (2020). *Design and integration of Open Badges. Digital Skills E-Assessment Tool*. Disponibile al link <https://digidculture.eu/wp-content/uploads/2020/12/O4.1-Digital-Skills-E-Assessment-Tool-Interim-Report-Draft-v0.2.docx.pdf>
- Mangematin, V., Sapsed, J., Schüßler, E. (2014). Disassembly and Reassembly: An Introduction to the Special Issue on Digital Technology and Creative Industries. *Technological Forecasting and Social Change*, 83, 1–9.
- Müller, K., Rammer, C., Trüby, J. (2009). The Role of Creative Industries in Industrial Innovation. *Innovation: Management, Policy and Practice*, 11(2), 148–168.
- Nunan, D. (2004). *Task-based language teaching*. Cambridge: Cambridge University Press.
- OCSE (2018). *Education at a Glance: OECD Indicators*. Parigi: OECD Publishing.

©Anicia Editore

QTimes – webmagazine

Anno XV – vol. 2., n. 1, 2023

www.qtimes.it

doi: 10.14668/QTimes_15172

- OECD (2020). Shock Cultura: Covid-19 e settori Culturali e Creativi. Disponibile al link https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=136_136489-igqp5v2dxn&title=Shock-cultura-COVID-19-e-settori-culturali-e-creativi
- ONU (2015). *Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development*. Disponibile al link <https://sdgs.un.org/publications/transforming-our-world-2030-agenda-sustainable-development-17981>
- Parlamento Europeo (2019). *Employment in the cultural and creative sectors*. Disponibile al link [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_BRI\(2019\)642264](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_BRI(2019)642264)
- Poce, A. (2019). Information and data literacy skills development in Creative Industries Adult Education: the DigiCulture project. *Pedagogia Oggi*, 17(2), 184-201.
- Re, M.R. (2022). Applicazione delle tecniche digitali in contesti di educazione per gli adulti: le linee guida per le industrie creative del progetto europeo DigiCulture / Using digital skills within adult education context: the DigiCulture project Guidelines for Creative Industries. In A.M. Pietro Lucisano (Ed.), *Quale scuola per i cittadini del mondo? A cento anni dalla fondazione della Ligue Internationale de l'Éducation Nouvelle* (pp. 763-773), Lecce: Pensa MultiMedia Editore.
- Samuel, K. (2020). Neoliberalism, Digital Communication Technologies and the Cultural and Creative Industries. *Advanced Journal of Social Science*, 6(1), 96–108.
- Secundo, G., Rippa, P., Meoli, M. (2020). Digital transformation in entrepreneurship education centres: Preliminary evidence from the Italian Contamination Labs network. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 26(7), 1589–1605.
- van Laar, E., van Deursen, A., & van Dijk, J. (2022) Developing policy aimed at 21st-century digital skills for the creative industries: an interview study with founders and managing directors, *Journal of Education and Work*, 35(2), 195-209.
- UNESCO (2016). What do we Mean by the Cultural and Creative Industries? Disponibile al link <https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/What%20Do%20We%20Mean%20by%20CCI.PDF>