

# Italia: α Media Creative Nation

	<b>OBIETTIVI DI QUESTA RICERCA</b>	<b>3</b>
<b>1.</b>	<b>L'IMPORTANZA DELLE INDUSTRIE CREATIVE NELLA SOCIO-ECONOMIA DELLE NAZIONI</b>	<b>4</b>
<b>2.</b>	<b>L'EVOLUZIONE DELLA FRUIZIONE MEDIALE NEL NUOVO HABITAT DIGITALE</b>	<b>40</b>
<b>3.</b>	<b>LE INDUSTRIE CREATIVE DI FRONTE ALLA SFIDA DELLA DIGITALIZZAZIONE E DEL WEB</b>	<b>54</b>
<b>4.</b>	<b>LA PIRATERIA TOLLERATA E LA FAVOLA DELLA GRATUITÀ: IL CANCRO DELL'INDUSTRIA CREATIVA</b>	<b>70</b>
<b>5.</b>	<b>PER UNA ECOLOGIA DEL SISTEMA CULTURALE: APOLOGIA DEL COPYRIGHT?</b>	<b>80</b>
	<b>CONCLUSIONI</b>	<b>107</b>
	<b>INDICE</b>	<b>118</b>

una ricerca



commissionata da

