

*Hanno collaborato al presente volume*

*Vando Borghi* professore associato presso la Facoltà di Scienze politiche di Bologna, insegna Sociologia dello sviluppo e Sociologia dell'organizzazione. È membro della direzione del *Centro Internazionale di Studi Sociologici sui Problemi del Lavoro* (Cidospel - Dipartimento di Sociologia), vice-direttore di *Sociologia del lavoro* e membro del Comitato Scientifico di *Partecipazione e conflitto*. È direttore scientifico dell'*Istituto di ricerca economica e sociale* della Cgil-Emilia Romagna.

*Federico Chicchi* ricercatore confermato presso la Facoltà di Scienze politiche di Bologna, insegna Sociologia del lavoro e Organizzazione e impresa. Fa parte del *Centro Internazionale di Studi Sociologici sui Problemi del Lavoro* (Cidospel - Dipartimento di Sociologia) ed è un membro del comitato scientifico dell'*Istituto di ricerca economica e sociale* della Cgil-Emilia Romagna. È socio fondatore del centro studi sulla biopolitica (Bbps) che ha sede presso l'Università di Salerno.

*Giovanna Russo* dottore di ricerca in Sociologia e politiche sociali, è docente di Consumi e cambiamento sociale, al corso di Laurea magistrale in Marketing, consumi e distribuzione commerciale dell'università Iulm di Milano.

*Ariela Mortara* insegna Sociologia dei consumi presso la Facoltà di Comunicazione, relazioni pubbliche e pubblicità dell'Università Iulm di Milano e Comunicazione aziendale presso la Facoltà di Economia di Trento.

*Giovanni Boccia Artieri* è docente di Sociologia dei new media all'Università "Carlo Bo" di Urbino e vicedirettore del LaRiCA (Laboratorio di Ricerca sulla Comunicazione Avanzata) e del Dipartimento di Scienze della Comunicazione. È presidente del corso di laurea in Scienze della comunicazione e coordinatore del dottorato in Sociologia della comunicazione e scienze dello spettacolo. È membro dal 2007 del direttivo dell'Associazione Italiana di Sociologia.

*Vanni Codeluppi* insegna Sociologia dei consumi e Comunicazione pubblicitaria presso la Facoltà di Scienze della comunicazione e dell'economia dell'Università di Modena e Reggio Emilia.

*Mauro Ferraresi* insegna Sociologia dei consumi e Linguaggi della pubblicità presso l'Università Iulm di Milano e Linguistica dei Testi alla Università di Ginevra.

*Piergiorgio Degli Esposti* insegna Mercato e comportamenti di consumo e Marketing dell'innovazione presso la Facoltà di Scienze politiche e Sociologia dei consumi alimentari, presso la Facoltà di Agraria dell'Università di Bologna; Economia del consumo della marca e dell'esperienza, presso la Facoltà di Sociologia della Università "Carlo Bo" di Urbino.

*Nicoletta Giusti*

*Roberta Paltrinieri* insegna Sociologia e Sociologia dei consumi presso la Facoltà di Scienze politiche dell'Università di Bologna.

*Roberta Bartoletti* professore associato di Sociologia dei processi culturali e comunicativi presso il Dipartimento di Scienze della comunicazione. Media linguaggi spettacolo, insegna Sociologia dei consumi all'Università "Carlo Bo" di Urbino.

*Carla Lunghi* insegna Le professioni della comunicazione nel Made in Italy e Comunicazione sociale presso la Facoltà di Scienze politiche dell'Università Cattolica di Milano.

*Paola Parmiggiani* insegna Sociologia, comunicazione sociale e Etica dei consumi presso la Facoltà di Scienze politiche dell'Università di Bologna.

*Pierluigi Musarò* insegna Politiche del benessere e Sociologia del marketing politico presso la Facoltà di Scienze politiche dell'Università "Roberto Ruffilli" di Forlì.

*Antonella Mascio* insegna Tecniche della comunicazione visiva e Sociologia della moda e della comunicazione presso la Facoltà di Lettere e Filosofia dell'Università di Bologna, sede di Rimini.

*Francesco Orazi* ricercatore in Sociologia dei processi economici e del lavoro presso la Facoltà di Economia "Giorgio Fuà" dell'Università Politecnica delle Marche, Ancona, insegna Comunicazione sociale e istituzionale e Sociologia economica.