

Indice

<i>Introduzione</i> di M. Marino	9
<i>Premessa</i>	13
Parte I	
<i>Questioni teoriche</i>	25
1.1. <i>Il ruolo del call center nella attention economy</i>	25
1.2. <i>Gli operatori telefonici come lavoratori della conoscenza</i>	30
1.3. <i>Il ruolo della conoscenza nel capitalismo</i>	37
1.4. <i>La produttività del singolo operatore della conoscenza</i>	44
1.5. <i>Formazione ed economia biopolitica: il modello antropogenetico</i>	48
1.6. <i>L'intellettualità diffusa e l'istruzione di massa</i>	55
1.7. <i>Formazione e occupabilità nel capitalismo postfordista</i>	60
Parte II	
<i>L'esperienza sul campo</i>	69
2.1. <i>L'identikit degli operatori: titolo di studio e aspettative</i>	69
Studenti-lavoratori	72
Operatori laureati	83
Operatori esclusivamente diplomati	90
2.2. <i>L'organizzazione del lavoro</i>	94
Lavoro inbound del tipo a	99
Lavoratori inbound del tipo b	104
Lavoratori outbound	110
2.3. <i>La formazione on the job</i>	121
Formare operatori inbound del tipo a	125
Formare operatori inbound del tipo b	127
Formare operatori outbound	131
2.4. <i>La formazione off the job</i>	132
Studenti lavoratori	135

Operatori laureati	137
Operatori esclusivamente diplomati	139
2.5. <i>Interesse e lavoro gratificante</i>	141
2.6. <i>Il controllo</i>	147
2.7. <i>Dimensione precaria e qualità del lavoro</i>	152
2.8. <i>Sindacalizzazione e conflitti</i>	157
Sindacalizzazione	159
Hai mai desiderato danneggiare direttamente o indirettamente l'azienda?	161
<i>Bibliografia</i>	169