

DATI PERSONALI

E-mail	marcoluca.pedroni@unife.it (ufficio)
Attuale posizione	Professore Associato - Settore concorsuale 14/C2 - S.S.D. SPS/08 Università degli Studi di Ferrara Dipartimento di Studi Umanistici Via Paradiso 12 - 44121 Ferrara
Orcid ID	https://orcid.org/0000-0003-1040-5098
Google Scholar	https://scholar.google.it/citations?user=95w0FUMAAAAJ&hl=it
Abilitazione nazionale	Conseguita nel settore concorsuale 14/C2, I fascia con validità dal 10/07/2020 al 10/07/2029 (art. 16, comma 1, Legge 240/10)

ISTRUZIONE E FORMAZIONE

2009	Dottorato di ricerca in Sociologia e metodologia della ricerca sociale (XXI ciclo), con borsa di studio MIUR, conseguito presso l'Università Cattolica di Milano
2004	Laurea magistrale in Scienze della comunicazione: reti, processi, organizzazioni, conseguita presso l'Università Cattolica di Milano
2002	Laurea triennale in Scienze della comunicazione, conseguita presso l'Università Cattolica di Milano

ATTIVITÀ DIDATTICA

Titolarietà di moduli e corsi universitari all'interno di Corsi di laurea triennali e magistrali

a.a. 2020/21	Docente titolare del corso di Sociologia generale , Università di Ferrara , Dipartimento di Studi umanistici, Cds triennale in Scienze filosofiche e dell'educazione 12 CFU - S.S.D. SPS/07
Da a.a. 2017/18 ad a.a. 2020/21	Docente titolare del corso di Sociologia del benessere e degli stili di vita Università eCampus , Facoltà di Psicologia, Cds magistrale in Scienze e tecniche delle attività motorie preventive e adattate 6 CFU - S.S.D. SPS/08 (corso erogato in modalità telematica)

Da a.a. 2017/18 ad a.a. 2020/21	Docente titolare del corso di Sociologia del gioco Università eCampus , Facoltà di Giurisprudenza, Cds triennale in Scienze della comunicazione 9 CFU - S.S.D. SPS/08 (corso erogato in modalità telematica)
Da a.a. 2014/15 ad a.a. 2020/21	Docente titolare del corso di Sociologia della comunicazione e dell'informazione Università eCampus , Facoltà di Giurisprudenza, Cds triennale in Scienze della comunicazione e Facoltà di Psicologia, Cds triennale in Scienze dell'educazione e della formazione 9 CFU - S.S.D. SPS/08 (corso erogato in modalità telematica)
Da a.a. 2015/16 ad a.a. 2020/21	Docente titolare del corso di Comunicazione 2.0 Università eCampus , Facoltà di Giurisprudenza, Cds triennale in Scienze della comunicazione Da a.a. 2015/16 ad a.a. 2016/17:- 12 CFU - S.S.D. SPS/12 Da a.a. 2017/18 a oggi: - 9 CFU - S.S.D. SPS/12 (corso erogato in modalità telematica)
Da a.a. 2015/16 ad a.a. 2020/21	Presidente di commissione di esami del corso di Mutamento sociale ed analisi sociologica ed antropologica delle istituzioni Università eCampus , Facoltà di Giurisprudenza, Cds triennale in Scienze della comunicazione 12 CFU - S.S.D. SPS/12 (corso erogato in modalità telematica)
a.a. 2014/15	Docente titolare del corso di Sociologia dei processi culturali e comunicativi (docente a contratto) Politecnico di Milano , Scuola del Design, Cds triennale in Design della comunicazione 5 CFU - S.S.D. SPS/08 (50 ore)
a.a. 2014/15	Docente titolare del laboratorio di Pratiche di sharing economy all'interno del corso di Consumi e cittadinanza attiva (docente a contratto) Università Cattolica di Milano , Facoltà di Scienze politiche e sociali, Cds magistrale in Gestione del lavoro e comunicazione per le organizzazioni 3 CFU - S.S.D. SPS/08 (20 ore)
a.a. 2012/13	Docente titolare del corso di Sociologia della cultura (docente a contratto) Università di Bergamo , Dipartimento di Lingue, letterature straniere e comunicazione, Cds triennale in Comunicazione di massa pubblica e istituzionale 5 CFU - S.S.D. SPS/08 (30 ore)
a.a. 2012/13	Docente titolare del corso di Sociologia generale (docente a contratto) Politecnico di Milano , Scuola del Design, Cds triennale in Design della moda 5 CFU - S.S.D. SPS/07 (56 ore)
a.a. 2012/13	Docente titolare del corso di Comunicazione e società - Modulo: Teoria della comunicazione (docente a contratto) Politecnico di Milano , Scuola del Design, Cds magistrale in Design per il sistema moda 3 CFU - S.S.D. SPS/08 (26 ore)

ATTIVITÀ DI RICERCA SCIENTIFICA

Posizioni ricoperte

2021-oggi	Università di Ferrara, Dipartimento di Studi umanistici Posizione: Professore Associato - tempo pieno S.S.D. SPS/08
2017-2021	Università eCampus, Facoltà di Psicologia Posizione: Professore Associato S.S.D. SPS/08
2014-2021	Università eCampus, Facoltà di Psicologia Posizione: RTDa - Ricercatore a tempo determinato (art. 24 c.3a L. 240/10) - S.S.D SPS/08

Assegni di ricerca

2013-2014	Università Cattolica di Milano, Facoltà di Scienze politiche e sociali Posizione: Assegnista di ricerca - S.S.D. SPS/08
2012-2013	Università di Bergamo, Dipartimento di Lettere, Arti e Multimedialità Posizione: Assegnista di ricerca - S.S.D. SPS/08 Finanziamento: PRIN 2009

Partecipazione alle attività di Centri di ricerca e Gruppi di ricerca universitari

2007-oggi	Membro dell' Extreme Anthropology Research Network http://www.extreme-anthropology.com/ Direttore: Tereza Kuldova, University of Oslo, Norway / University of Vienna, Austria
2016-2021	Membro del Comitato scientifico di ReCiPe - Centro di ricerca sui processi di integrazione e governance multilivello http://recipe.uniecampus.it/ Università eCampus. Direttore: Prof. Roberto Castaldi
2004-oggi	Membro di ModaCult - Centro per lo studio della moda e della produzione culturale https://centridiricerca.unicatt.it/modacult Università Cattolica di Milano. Direttore: Prof. Emanuela Mora

Partecipazione a comitati editoriali e scientifici di riviste e collane editoriali

2020-oggi	Co-editor della rivista <i>International Journal of Fashion Studies</i> , Intellect Books, ISSN: 2051-7106
2020-oggi	Membro del Comitato direttivo della rivista <i>Fata Morgana Web</i> , ISSN 2532-487X
2019-oggi	Membro del Comitato editoriale della rivista <i>Sociologia della Comunicazione</i> , ISSN 1121-1733 (triennio 2019-2021)

2019-oggi	Membro dell' Editorial board della rivista <i>IROCAMM-International Review Of Communication and Marketing Mix</i> , ISSN: 2605-0447
2017-oggi	Membro del Comitato scientifico di <i>Open Sociology</i> , collana edita da FrancoAngeli
2017-oggi	Membro dell' Editorial board della rivista <i>JEA: Journal of Extreme Anthropology</i> , Open Access Journal, ISSN 2535-3241
2013-2020	Editorial assistant della rivista <i>International Journal of Fashion Studies</i> , Intellect Books, ISSN: 2051-7106

Premi e riconoscimenti per attività di ricerca

2011	Premio Giovani Sociologia per la Persona 'Achille Ardigò' , sessione Processi Culturali, per la relazione <i>Il gioco d'azzardo. Uno sguardo sociologico</i> , presentata all'XI Incontro Giovani promosso da SPe e tenutosi presso la Certosa di Pontignano (SI) il 24 e 25 giugno 2011
2010	Premio Giovani Sociologia per la Persona 'Achille Ardigò' , sessione Processi Culturali, per la relazione <i>Ricerca scientifica e ricerca di mercato. Sinergie e conflitti tra campo accademico e campo del coolhunting</i> , presentata al X Incontro Giovani promosso da SPe e tenutosi presso la Certosa di Pontignano (SI) il 25 e 26 giugno 2010
2007	Selezione del contributo <i>La teoria della violenza simbolica in Pierre Bourdieu</i> per il Forum Giovani Sociologi 2007 organizzato dall'Associazione Italiana di Sociologia e svoltosi presso l'Università di Urbino il 13 settembre 2007

PUBBLICAZIONI

Monografie

1. M. Pedroni, *Coolhunting. Genesi di una pratica professionale eretica*, FrancoAngeli, Milano, **2010**, pp. 1-187. ISBN: 9788856824384
2. G. Boccia Artieri, F. Pasquali, L. Gemini, S. Carlo, M. Farci, M. Pedroni, *Fenomenologia dei social network. Presenza, relazioni e consumi mediali degli italiani online*, Guerini e associati, Milano, **2017**, pp. 1-180. ISBN: 9788881074082

Curatele

1. M. Pedroni, P. Volonté (a cura di), *La creatività nelle professioni*, Bolzano University Press, Bolzano, **2008**, pp. 1-134. ISBN: 9788860460158
2. M. Pedroni, P. Volonté (a cura di), *Moda e arte*, FrancoAngeli, Milano, **2012**, pp. 1-222. ISBN: 9788856848861
3. M. Pedroni, *From Production to Consumption: The Cultural Industry of Fashion*, Inter-disciplinary, Oxford, **2013**, pp. i-xlii, 1-203. ISBN: 9781848881655
4. E. Mora, M. Pedroni (a cura di), *Fashion Tales: Feeding the Imaginary*, Peter Lang, Berna, **2017**, pp. 1-464. ISBN: 9783034327879

Curatele di Special issues

1. A. D'Aloia, M.A. Baronian, M. Pedroni (a cura di), *Fashioning Images: Audiovisual Media Studies Meet Fashion*, Special issue, *Comunicazioni Sociali. Journal of Media, Performing Arts and Cultural Studies*, vol. 1/**2017**, pp. 1-130. ISBN: 9788834333853 [RIVISTA DI CLASSE A - AREA 14]
2. M. Pedroni, C. Perez-Curiel, G. Jiménez Marín, E. Villena Alarcón (a cura di), *La investigación en moda:*

Articoli in riviste scientifiche di classe A (Area 14 - Classificazione Anvur)

1. M. Pedroni, *Genio individuale o pratica sociale? Le mille facce della creatività*, Studi di Sociologia, Vol. 4, 2005, pp. 439-466. ISSN: 0039-291X
2. M. Pedroni, *Ricerca scientifica e ricerca di mercato. Sinergie e conflitti tra campo accademico e campo del coolhunting*, Studi di Sociologia, Vol. 3, 2010, pp. 323-345. ISSN: 0039-291X
3. M. Pedroni, P. Volonté, *Art Seen from Outside: Non-artistic Legitimation within the Field of Fashion Design*, Poetics, Vol. 43, 2014, pp. 102-119. ISSN: 0304-422X
4. M. Pedroni, *The «Banker» State and the «Responsible» Enterprises: Capital Conversion Strategies in the Field of Public Legal Gambling*, Rassegna Italiana di Sociologia, a. LV, n. 1, 2014, pp. 71-97. ISSN: 0486-0349
5. M. Pedroni, *Fabbricanti di immaginario. Gli intermediari culturali di seconda generazione nel campo della moda*, Studi Culturali, 2014, a. XI, n. 3, pp. 401-424. ISSN: 1824-369X
6. M. Pedroni, *“Stumbling on the Heels of My Blog”. Career, Forms of Capital and Strategies in the (Sub)Field of Fashion Blogging*, Fashion Theory, Vol. 19 (2), Special issue: ‘Fashion Blogs’, a cura di A. Rocamora e E. Mora, 2015, pp. 179-199. ISSN: 1362-704X
7. A. D’Aloia, M.A. Baronian, M. Pedroni, *Fashioning Images: Audiovisual Media Studies Meet Fashion*, Comunicazioni Sociali. Journal of Media, Performing Arts and Cultural Studies, vol. 1, 2017, pp. 3-12. ISSN: 9788834333853. doi 10.1400/251256
8. M. Pedroni, *Pratiche e retoriche della condivisione. Operatori della sharing economy e forme di innovazione economica, sociale e normativa*, Studi di Sociologia, Vol. 2, 2018, pp. 157-174. ISSN: 0039291X. doi: 10.26350/000309_000034
9. L. Lombi, M. Pedroni, *Rethinking the Approach to Gambling Disorder: The Case of the Italian Healthcare Services*, Italian Sociological Review, vol. 9, n. 3, 2019, pp. 383-412. DOI: <http://dx.doi.org/10.13136/isr-v9i3.265> (open access)
10. M. Pedroni, *Narrazioni virali: Decostruire (e ricostruire) il racconto dell'emergenza coronavirus*, Media-scapes Journal, Vol. 15, 2020, pp. 24-43. ISSN: 2282-2542 (open access)
11. M. Bassoli, M. Marzulli, M. Pedroni, *Anti-gambling Policies: Framing Morality Policy in Italy*, Journal of Public Policy, Vol. 41, Issue 1, 2021 (pubblicata online il 13/1/2020), pp. 137-160. ISSN: 0143-814X. DOI:10.1017/S0143814X19000345 (open access)

Altri articoli in riviste

Riviste scientifiche (Area 14 - Classificazione Anvur)

1. M. Pedroni, F. Pasquali, S. Carlo, *«My Friends are my Audience»: Mass-mediation of Personal Content and Relations in Facebook*, Observatorio (OBS*) Journal, vol. 8, n. 3, 2014, pp. 97-113. ISSN: 1646-5954. DOI: <http://dx.doi.org/10.15847/obsOBS832014739>
2. M. Pedroni, M.P. Pofi, *Commodifying the Followers or Challenging the Mainstream? The Two-Sided Potential of Curvy Fashion Bloggers*, Observatorio (OBS*) Journal, Special issue on The co-option of audiences in the attention economy, 2018, pp. 5-27. ISSN: 1646-5954. DOI: <http://dx.doi.org/10.15847/obs-OBS0001383>
3. M. Pedroni, *Sharing Economy as an Anti-Concept*, First Monday, vol. 24, n. 2, 2019, <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/author/proofGalleyFile/9113/7732>. ISSN 1396-0466. DOI: <http://dx.doi.org/10.5210/fm.v24i2.9113>

Riviste indicizzate Scopus / Web of Science

4. M. Pedroni, *Meso-Celebrities, Fashion and the Media: How Digital Influencers Struggle for Visibility*, Film, Fashion & Consumption, vol. 5, n. 1, 2016, pp. 103-121. ISSN: 2044-2823. DOI:10.1386/ffc.5.1.103_1 [SCOPUS + WOS EMERGING SOURCES CITATION INDEX]
5. M. Pedroni, C. Perez-Curiel, *Investigación en moda: Cambio, comunicación e industria* (Editorial), Prisma Social, vol. 24, n. 1, Special issue “La investigación en moda: Nuevos formatos de comunicación y consumo”, 2019, pp. 1-8. ISSN: 1989-3469. http://isdfundacion.org/wp-content/uploads/2019/01/N24_editorial.pdf [WOS EMERGING SOURCES CITATION INDEX]

Ulteriori riviste accademiche

6. M. Pedroni, L. Ruggerone, *Cross-fertilization tra moda e tecnologia. Il caso di Framis Italia*, Sistema Design Italia Review, Vol. 4, **2006**. ISSN: 1824-2219
7. M. Pedroni, L. Ruggerone, *Cross-fertilization tra moda e arte. Il caso di Piazza Sempione*, Sistema Design Italia Review, 4, **2006**. ISSN: 1824-2219
8. M. Pedroni, *Dal fashion forecasting al coolhunting. Un nuovo modello di ricerca per le aziende italiane? / From fashion forecasting to coolhunting. A new research model for Italian companies?*, ZoneModa Journal, vol. 2: La cultura della moda italiana – made in Italy, **2011**, pp. 112-118. ISSN: 2283-7043
9. M. Pedroni, От модного прогноза к кулхантингу. О роли и методах предвидения в моде и производстве объектов материальной и нематериальной культуры, ТЕОРИЯ МОДЫ. ОДЕЖДА. ТЕЛО. КУЛЬТУРА № 24, ЛЕТО 2012 [Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture, 24, Estate **2012**]. ISSN: 1992-5646
10. M. Pedroni, *Extreme Losers: On Excess and Profitless Expenditure of Male Gamblers*, Journal of Extreme Anthropology, vol. 1, n. 3, **2017**, pp. 61-82. ISSN: 2535-3241. DOI: 10.5617/jea.5574 (open access)

Contributi in volume

1. M. Pedroni, L. Ruggerone, *La moda nelle discipline sociali*, in P. Bertola, G. Conti (a cura di), *La moda e il design. Il trasferimento di conoscenza a servizio dell'innovazione*, Poli.Design, Milano, **2007**, pp. 41-50. ISBN: 9788887981926
2. M. Pedroni, *La teoria della violenza simbolica in Pierre Bourdieu*, in Associazione Italiana di Sociologia, *Giovani Sociologi 2007*, ScriptaWeb, Napoli, **2008**, pp. 113-128. ISBN: 9788889543832
3. M. Pedroni, *La questione della creatività. Un'introduzione*, in M. Pedroni, P. Volonté (a cura di), *La creatività nelle professioni*, Bolzano University Press, Bolzano, **2008**, pp. 5-17. ISBN: 9788860460158
4. M. Pedroni, M. Marzulli, *Il musulmano immaginato. Il caso della moschea di Magenta e la sua rappresentazione mediatica*, in M. Ambrosini, F. Berti (a cura di), *Persone e migrazioni. Integrazione locale e sentieri di co-sviluppo*, F. Angeli, Milano, **2009**, pp. 151-167. ISBN: 9788856806380
5. M. Pedroni, *Incoscienza di classe: un profilo dei professionisti creativi milanesi*, in M. Santoro (a cura di), *La cultura come capitale. Consumi, produzioni, politiche, identità*, Il Mulino, Bologna, **2009**, pp. 197-222. ISBN: 9788815133489
6. M. Pedroni, *La moda come Lebensform nell'analisi di Georg Simmel*, in C. Corradi, D. Pacelli, A. Santambrogio (a cura di), *Simmel e la cultura moderna. Vol. II: Interpretare i fenomeni sociali*, Morlacchi, Perugia, **2010**, pp. 441-460. ISBN: 9788860743381
7. M. Pedroni, *Tendenze socio-culturali e coolhunting: una prospettiva storico-critica*, in P. Bertola, C. Colombi (a cura di), *MetaModa. Percorsi di ricerca per il design del prodotto moda*, Maggioli Editore, Santarcangelo di Romagna (RN) **2010**, pp. 88-119. ISBN: 9788838744440
8. M. Pedroni, *Sellers of Experience: The New Face of Fashion Retail*, in B. Brownie, L. Petican and J. Reponen (a cura di), *Fashion: Exploring Critical Issues*, Interdisciplinary, Oxford (**2012**), ebook, pp. 283-294. ISBN: 9781848881655
9. M. Pedroni, P. Volonté, *Introduzione. Oggetti, pratiche e istituzioni di due campi sociali correlati*, in M. Pedroni, P. Volonté (a cura di), *Moda e arte*, FrancoAngeli, Milano, **2012**, pp. 9-32. ISBN: 9788856848861
10. M. Pedroni, *L'ispirazione industrializzata*, in M. Pedroni, P. Volonté (a cura di), *Moda e arte*, FrancoAngeli, Milano, **2012**, pp. 137-152. ISBN: 9788856848861
11. M. Pedroni, *Il sociologo e le sirene digitali. Verso una generazione di sociologi nativi digitali?*, in C. Cipolla, A. De Lillo, E. Ruspini (a cura di), *Il sociologo, le sirene e gli avatar*, FrancoAngeli, Milano, **2012**, pp. 159-179. ISBN: 9788820403645
12. M. Pedroni, *From Fashion Forecasting to Coolhunting. Prevision Models in Fashion and in Cultural Production*, in J. Berry (a cura di), *Fashion Capital: Style Economies, Cities and Cultures*, Inter-disciplinary, Oxford, **2012**, pp. 97-113. ISBN: 9781848881433
13. M. Pedroni, *Persona e drammaturgia sociale*, in I.S. Germano, E. Ferone (a cura di), *La persona nella teoria sociologica contemporanea*, L'Harmattan, Torino, **2012**, pp. 187-206. ISBN: 9788878922136
14. M. Pedroni, *Dignità dell'effimero, ambivalenza e violenza simbolica. Tre lezioni da Die Mode*, in M.C. Federici, M. Picchio (a cura di), *Pensare Georg Simmel: eredità e prospettive*, Morlacchi, Perugia, **2013**, pp. 299-317. ISBN: 9788860744791
15. M. Pedroni, *The Crossroad between Production and Consumption: An Introduction to Fashion as a Cultural Industry*, in Idem (a cura di), *From Production to Consumption: The Cultural Industry of Fashion*, Inter-disciplinary, Oxford, **2013**, pp. vii-xlvi. ISBN: 9781848881655
16. M. Pedroni, *Sellers of Experience: The New Face of Fashion Retail and the Role of Consumers as 'Store Readers'*, in Idem (a cura di), *From Production to Consumption: The Cultural Industry of Fashion*, Inter-disciplinary, Oxford, **2013**, pp. 127-144. ISBN: 9781848881655

17. M. Pedroni, *From Fashion Forecasting to Coolhunting: Previsional Models in Fashion and in Cultural Production*, in M. Vaccarella, J.L. Foltyn (a cura di), *Fashion-Wise*, Inter-disciplinary, Oxford, **2013**, ebook, pp. 295-304. ISBN: 9781848881600
18. M. Pedroni, *La moda. Dinamiche di innovazione e spinte conservatrici nel campo*, in G. Balbi, C. Winterhalter (a cura di), *Antiche Novità. Una guida transdisciplinare per interpretare il vecchio e il nuovo*, Orthotes, Napoli, **2013**, pp. 99-115. ISBN: 9788897806417
19. M. Pedroni, P. Volonté, *L'obesità nella società contemporanea*, in P. Volonté, M. Canina (a cura di), *Overfashion*, **2014**, pp. 41-60. ISBN: 9788820473792
20. M. Pedroni, *Collaboration, Antagonism, Exploitation: Which is the Relation Between Fashion Blogging and Fashion Journalism?*, in M. Torregrosa, C. Sánchez-Blanco, T. Sádaba (a cura di), *Digital Development in the Fashion Industry: Communication, Culture and Business*, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra, Pamplona, **2014**, pp. 87-101. ISBN: 9788480814201
21. M. Pedroni, R. Bueso, *Mediatización de la moda*, in T. Sadaba, C. Sánchez Blanco (a cura di), *La moda en el entorno digital*, Eunsa, Barañáin (Navarra), **2015**, pp. 123-139. ISBN: 9788431330262
22. M. Pedroni, *Quasi giochi d'azzardo*, in S. Caneppele, M. Marchiaro (a cura di), *Gioco d'azzardo patologico: Monitoraggio e prevenzione in Trentino*, Transcrime – Università di Trento, Trento, **2015**, pp. 42-47. ISBN: 9788884435972
23. M. Pedroni, *Much More than a Game: The Role of Commercial Advertising in the Struggle between the Advocates and Opponents of Gambling*, in A. Ocaña (a cura di), *Clashing Wor(l)ds: From International to Intrapersonal Conflict*, Inter-disciplinary, Oxford (**2016**), ebook, pp. 83-96. ISBN: 9781848883642
24. M. Pedroni, *Il banco e il tablet. I nuovi media e il loro ruolo nei contesti educativi*, in L. Rosati, E. Bocciolesi, A. Rosati (a cura di), *Orientamenti educativi. Tecnologia, comunicazione e società*, Anicia, Roma (**2016**), pp. 91-110. ISBN: 9788867092406
25. M. Pedroni, *Le dimensioni della precarietà e la resistenza all'università come industria culturale*, in V. Pellegrino (a cura di), *R/esistenze precarie Lavoratori universitari e capitalismo cognitivo*, Ombre Corte, Verona (**2016**), pp. 99-112. ISBN: 9788869480256
26. E. Mora, M. Pedroni, *Editoria off e online. I fashion media e l'avvento del digitale*, in P. Bertola e V. Linfante (a cura di), *Il nuovo vocabolario della moda italiana*, Mandragora, Firenze (**2016**)
27. M. Pedroni, *Culture*, in L. Lombi, M. Marzulli (a cura di), *Theorising Sociology in the Digital Society*, FrancoAngeli, Milano (**2017**), pp. 38-55. ISBN: 9788891748515
28. C. Pérez Curiel, L. Clavijo Ferreira, S. Luque Ortiz, M. Pedroni, *Social Media y Comunicación Corporativa. Nuevo reto en las empresas de Moda*, in J. Herrero e C. Mateos (a cura di), *Cuadernos Artesanos de Comunicación - CAC 13. Del verbo al bit*, 2ª edición ampliada, ebook, Sociedad Latina de Comunicación Social, La Laguna, Tenerife (**2017**), pp. 2019-2059. ISBN: 9788416458769. DOI: 10.4185/cac116edicion2
29. E. Mora, M. Pedroni, *New Frontiers of the Fashion Imaginary*, in E. Mora, M. Pedroni (a cura di), *Fashion Tales: Feeding the Imaginary*, Peter Lang, Berna (**2017**), pp. 13-25. ISBN: 9783034327879
30. M. Pedroni, T. Sádaba, P. SanMiguel, *Is the Golden Era of Fashion Blogs Over? An Analysis of the Italian and Spanish Fields of Fashion Blogging*, in E. Mora, M. Pedroni (a cura di), *Fashion Tales: Feeding the Imaginary*, Peter Lang, Berna (**2017**), pp. 105-124. ISBN: 9783034327879
31. M. Pedroni, *'Let Me Dream with the Betting Sheet in my Hand': Gambling Advertising Narratives and the Destigmatisation of Gamblers*, in P. Bray, M. Rzepecka (a cura di), *Communication and Conflict in Multiple Settings*, Brill Press, Leiden (**2018**), pp. 183-202. ISBN 9789004371255
32. M. Pedroni, M. Moscatelli, *Ponti o barriere? Gli usi sociali dei beni di consumo*, in S. Bolognini (a cura di), *Ermeneutica del ponte. Materiali per una ricerca*, Mimesi, Milano (**2019**), pp. 67-76. ISBN 9788857553405
33. M. Pedroni, *Apologia del runner*, in R. De Gaetano, A. Maiello (a cura di), *Virale. Il presente al tempo dell'epidemia*, L. Pellegrini, Cosenza (**2020**), ebook, pp.249-256. ISBN: 9788868229092
34. M. Pedroni, *The Crossroad between Production and Consumption*, in M. Barnard (a cura di), *Fashion Theory: A Reader*, 2nd edition, Routledge, Londra (**2020**), pp. 483-504. ISBN: 9781138296947
35. M. Pedroni, *Una carnagione moralmente rosa: 'Gli impiegati' di Siegfried Krakauer*, in R. De Gaetano, A. Canada (a cura di), *FataMorganaWeb 2020: Un anno di visioni*, L. Pellegrini, Cosenza (**2021**), pp.555-558. ISBN: 9788868229597
36. A. D'Aloia, M. Pedroni, *#Ferragnez: Anatomia di un sincretismo mediale*, in L. Barra, F. Guarnaccia (a cura di), *Supertele. Come guardare la televisione*, Minimum Fax, Roma (**2021**), pp. 81-92.