

ALMA MATER STUDIORUM – UNIVERSITA' DI BOLOGNA

FACOLTA' DI SCIENZE POLITICHE

CORSO DI LAUREA SPECIALISTICA IN: COMUNICAZIONE PUBBLICA E D'IMPRESA

TESI DI LAUREA

IN COMUNICAZIONE E MARKETING

TITOLO

GLI UFFICI STAMPA E IL RAPPORTO CON I MEDIA: UN'ANALISI SUL SETTORE
CULTURA

CANDIDATO

Piera Pastore

RELATORE

Pina Lalli

APPELLO IV

ANNO ACCADEMICO 2015/2016

GLI UFFICI STAMPA E
IL RAPPORTO CON I
MEDIA: UN'ANALISI
SUL SETTORE
CULTURA

INDICE

INTRODUZIONE	7
CAPITOLO 1: UFFICI STAMPA E MEDIA	9
1. Che cos'è un ufficio stampa?	9
1.1. Gli uffici stampa della pubblica amministrazione	13
2. Gli interlocutori degli uffici stampa: i media	18
2.1. Le agenzie stampa	23
2.2. I quotidiani	25
2.3. I periodici	29
2.4. La radio	32
2.5. La televisione	34
2.6. Internet	37
3. La toolbox degli uffici stampa	41
3.1. Il comunicato stampa	41
3.2. La conferenza stampa	44
3.3. Il feedback: il recall e la rassegna stampa	46
CAPITOLO 2: GLI UFFICI STAMPA DELLA CULTURA: DUE CASI EMPIRICI	49
1. Gli uffici stampa e la cultura	49
1.1. Il giornalismo culturale	52
2. Culturalia: l'attività di un ufficio stampa privato nel settore cultura	54
3. L'ufficio stampa del Comune di Bologna – Area Cultura e Rapporti con le Università	58

CAPITOLO 3: GIORNALISTI E UFFICI STAMPA: UN RAPPORTO CONTROVERSO. I RISULTATI DELLA RICERCA	69
1. Metodologia della ricerca	69
2. I risultati della ricerca	72
CONCLUSIONI	83
APPENDICE	86
BIBLIOGRAFIA	89
SITOGRAFIA	95

INTRODUZIONE

“Attraverso i media si definisce un nuovo spazio pubblico più ampio. Se si assume l’affermazione per cui tutto ciò che accade nei media è notizia, si comprende facilmente come l’arricchimento del panorama mediale produca la crescita esponenziale del repertorio culturale (simboli, idee, valori, modelli culturali ecc.) potenzialmente accessibile per i consumatori di media” (Sorrentino, 2003, p. 34).

In relazione a ciò quindi, il mondo dell’informazione allo stato attuale si configura come un universo complesso, nel quale una vasta gamma di soggetti differenti interagiscono al fine di formulare una propria e specifica interpretazione della realtà. In questo contesto, uno degli attori coinvolti nel flusso relativo alla produzione e selezione di notizie è l’ufficio stampa.

Partendo dalla mia personale esperienza lavorativa all’interno dell’ufficio stampa Culturalia, il seguente elaborato è nato con lo scopo di delineare in maniera chiara ed esaustiva la cornice operativa nella quale si trovano a dover lavorare, attualmente, gli uffici stampa. La ricerca, quindi, è stata sviluppata seguendo un tracciato ben definito, relativo alla centralità assunta dalle relazioni negoziali che intercorrono tra addetti stampa e giornalisti nella produzione informativa.

Nel primo capitolo verranno definite nello specifico le caratteristiche riguardanti l’attività, gli strumenti (es: comunicati stampa, recall etc.) e le finalità degli uffici stampa, con un particolare approfondimento sulla normativa italiana in materia di comunicazione pubblica. La legge 150/00, come si vedrà in seguito, ha inserito la figura dell’addetto stampa all’interno della pubblica amministrazione, sottolineando quindi l’importanza dell’informazione rivolta ai media anche per le attività degli enti istituzionali.

Al fine di comprendere questo dialogo a due vie, nel quale l’addetto stampa deve necessariamente rapportarsi con i giornalisti, verranno descritti successivamente gli elementi che condizionano e danno vita alle logiche giornalistiche del *newsmaking*; nel dettaglio si illustreranno le differenti peculiarità che caratterizzano le diverse tipologie di media (agenzie stampa, quotidiani, radio etc.) e il diverso approccio operativo degli uffici stampa in base alle suddette caratteristiche.

Questa prima parte della trattazione sarà volutamente dedicata a tutti gli aspetti organizzativi e operativi più tecnici, al fine di permettere al lettore di entrare nelle dinamiche tradizionali delle interrelazioni tra uffici stampa e mondo dei media.

Nel secondo capitolo si entrerà nel vivo della trattazione: ho scelto di focalizzare l'analisi sugli uffici stampa che operano all'interno del settore della cultura in base alla mia esperienza personale, citata inizialmente. Si riporterà, quindi, una breve descrizione analitica sul giornalismo culturale e le sue particolari peculiarità, per poi arrivare ad analizzare, nello specifico, due casi empirici di "uffici stampa della cultura": Culturalia e l'Ufficio Stampa del Comune di Bologna – Area Cultura e Rapporti con le Università. Soprattutto su quest'ultimo, si concentreranno alcuni interrogativi in relazione alle disposizioni di legge definite dalle norme in materia di comunicazione pubblica.

L'ultimo capitolo sarà infine dedicato alla presentazione della ricerca empirica da me svolta, nella quale si porteranno alla luce gli aspetti più interessanti concernenti il rapporto fiduciario (non sempre deontologicamente corretto) che esiste tra giornalisti e uffici stampa.

CONCLUSIONI

Da quanto emerso dalla ricerca, si può concludere che il rapporto tra uffici stampa e giornalisti risulta essere complicato e non bene definito. Soprattutto, si può affermare che attualmente entrambi i soggetti presi in esame non riescono a sfruttare a pieno le potenzialità date dalle nuove tecnologie. Siamo, molto spesso, di fronte ad attori che operano con ampia autoreferenzialità e distacco da quelli che dovrebbero essere i destinatari ultimi dell'informazione, ossia i cittadini.

Come già affermato in precedenza, il web ha cambiato le “regole del gioco”, sconvolgendo il “monopolio delle fonti”; continua però ad esistere un approccio molto tradizionalistico e “antico” nel *modus operandi* di uffici stampa e giornalisti, i quali si affacciano a questo mondo con un certo scetticismo e superficialità. Si nota, infatti, che, soprattutto nel mondo della cultura, l'informazione tende ad essere limitata ad un solo e specifico momento (così come accadeva in passato sulla stampa cartacea); per quanto riguarda gli uffici stampa, una volta ottenute le pubblicazioni richieste, il flusso comunicativo tende a cessare; stessa cosa vale per i giornalisti, che proiettati verso una determinata spettacolarizzazione della notizia, cercano sempre più novità e scoop senza concentrarsi sul contenuto dell'informazione trasmessa.

Nello specifico, se prendiamo come esempio una tradizionale campagna stampa relativa ad una mostra d'arte, si rileva che, una volta data ai giornalisti la notizia dell'inaugurazione e ricevuta successivamente la visibilità dalla testata giornalistica attraverso la pubblicazione, l'informazione destinata al cittadino (il quale sarà il reale fruitore dell'esposizione) finisce. Gli operatori del panorama informativo restano isolati e una volta svolto il proprio “compito” passano successivamente a qualcos'altro. Anche per queste ragioni, continuano ad esistere problemi relativi all'etica e alla deontologia della professione, in quanto l'informazione non viene trattata come un diritto da tutelare ma rappresenta per molti una merce di scambio. In questo contesto, internet potrebbe costituire uno strumento fondamentale e indispensabile al fine di favorire un passaggio dalla cosiddetta autoreferenzialità della professione all'apertura verso i cittadini nell'ottica della creazione di un dialogo realmente pubblico. Infatti, *“se si continua a ritenere il sistema dei media il luogo di produzione di una realtà spettacolarizzata, i processi comunicativi che si svilupperanno non potranno che ammiccare a tale*

convinzione, con rilevanti conseguenze nelle forme e nelle modalità di costruzione del nostro discorso pubblico” (Solito, Sorrentino, 2011, p. 169). L’interattività fornita dalla rete potrebbe concretamente trasformare l’informazione giornalistica, rendendo sia quest’ultima che l’evento oggetto della notizia un prodotto in divenire, costantemente in evoluzione e in dialogo con i cittadini fruitori.

“Il principale lavoro dell’ufficio stampa di fronte al web sarà quello di essere in grado di competere con la pluralità di voci in costante collegamento, attraverso la produzione e la diffusione di idee, messaggi e significati in grado di emergere dal coro per la loro credibilità e vivacità” (Carroggio, Mastroianni, Gagliardi, 2012, p. 264).

In conclusione, il rapporto tra uffici stampa e giornalisti appare ancora abbastanza problematico e colmo di perplessità nella prassi lavorativa. Nel futuro i suddetti soggetti dovranno intraprendere un’evoluzione rivolta verso un nuovo modo di fare informazione. L’evoluzione tecnologica, sicuramente, aprirà nuovi scenari di applicazione, solo se però gli addetti ai lavori abbandoneranno le logiche del giornalismo tradizionale, ormai forse troppo vecchie e obsolete. Come afferma d’altronde Roberto Grandi “sono abbastanza convinto che il giornalismo così come è fra vent’anni non ci sarà più, così come non ci saranno più le automobili con il guidatore”¹.

¹ <http://odg.bo.it/blog/la-post-verita-sta-diventando-molto-di-moda-spesso-si-parla-maniera-post-veritiera-della-post-verita-e-le-si-da-una-valenza-apocalittica-ma-e-la-rete-che-permette-un-effetto-vir/#more-9117>

BIBLIOGRAFIA

Adorno W. T., Horkheimer M. (1966), *L'Industria culturale*, in *Dialettica dell'illuminismo*, Giulio Einaudi Editore, Torino, pp. 130-151

Albanese F. (2004), *Pubblica amministrazione e media*, in Arena G. (a cura di), *La funzione di comunicazione nelle pubbliche amministrazioni*, Maggioli, Rimini, pp. 269-306

Alessandrini A., Alfonso L., Coruzzi M., De Fabritiz F. (2006), *La nuova comunicazione dell'ente locale*, Franco Angeli, Milano

Altamore G. (2006), *I padroni delle notizie. Come la pubblicità occulta uccide l'informazione*, Bruno Mondadori, Milano

Arena G. (2004), *La funzione pubblica di comunicazione*, in Arena G. (a cura di), *La funzione di comunicazione nelle pubbliche amministrazioni*, Maggioli, Rimini, pp. 31-54;

Barbano A. (2012), *Manuale di giornalismo*, Editori Laterza, Roma-Bari

Bechelloni G. (1995), *Televisione come cultura: i media italiani tra identità e mercato*, Liguori, Napoli

Bettanini A. (2003), *Principi organizzativi dell'Ufficio Stampa*, in Rolando S. (a cura di), *Teoria e tecniche della comunicazione pubblica. Dallo stato sovraordinato alla sussidiarietà*, Etas, Milano, pp. 120- 132

Bianda E., Sofi A. (2008), *Dal giornalismo monomediale alla convergenza crossmediale*, in Sorrentino C. (a cura di), *Attraverso la rete. Dal giornalismo monomediale alla convergenza crossmediale*, Rai-Eri, Roma, pp. 37-80

Bianda E., Sorrentino C. (2008), *Quale nuovo giornalismo?*, in Sorrentino C. (a cura di), *Attraverso la rete. Dal giornalismo monomediale alla convergenza crossmediale*, Rai-Eri, Roma, pp. 121-154

Bignardi I. (2001), *Che cos'è la verità nell'informazione? Limiti e aneddoti sul giornalismo culturale*, in *Problemi di informazione*, fascicoli 2-3, aprile-novembre, Il Mulino, Bologna, pp. 213-219

Canziani R. (2005), *Comunicare spettacolo. Teatro, musica, danza, cinema. Tecniche e strategie per l'ufficio stampa*, Franco Angeli, Milano

Capecchi S. (2015), *L'audience "attiva". Effetti e usi sociali dei media*, Carocci, Roma

- Carroggio M., Mastroianni B., Gagliardi F. (2012), *La relazione con i media. L'ufficio stampa delle istituzioni senza scopo di lucro*, Aracne, Roma
- Castiglioni C., De Rosa P. (2016), *Positive news: per un nuovo racconto della pubblica amministrazione*, in *Problemi dell'informazione*, fascicolo 2, agosto, Il Mulino, Bologna, pp. 387-406
- Cavalli S.P., Pivetti P. (1997), *L'ufficio stampa e pubblicità, Informazione e promozione editoriale nei processi della comunicazione*, Editrice bibliografica, Milano
- Ceotto M. (2010), *Condurre la danza. La negoziazione quotidiana tra addetti stampa e giornalisti*, in *Problemi dell'informazione*, fascicoli 1-2, marzo-giugno, Il Mulino, Bologna, pp. 193-208
- Chieffi D. (2011), *Online media relations: l'ufficio stampa su internet ovvero il web raccontato ai comunicatori*, Il Sole 24 Ore, Milano
- Cicconi M. (2007), *La comunicazione e l'informazione: le pagine culturali*, in Volpi C. (a cura di), *I mestieri dell'arte*, Electa, Milano, pp. 208-211
- Conti P. (2007), *L'arte di comunicare arte nei nostri giorni*, in Volpi C. (a cura di), *I mestieri dell'arte*, Electa, Milano, pp. 212-213
- Farinelli G., Paccagnini E., Santambrogio G., Villa A.I., (2004), *Storia del giornalismo italiano. Dalle origini a oggi*, Utet, Torino
- Ferrigolo A. (2003), *La notizia, l'immagine, la storia. Come racconti la fotografia nel giornalismo?*, in *Problemi di informazione*, fascicolo 4, dicembre, Il Mulino, Bologna, pp. 497-514
- Foglio A. (2005), *Il marketing della cultura. Strategia di marketing per prodotti/servizi culturali, formativi, informativi, editoriali*, Franco Angeli, Milano
- Gaitano G. N. (2004), *Obiettiva, imparziale, neutrale e veritiera. L'informazione giornalistica tra modello e realtà*, in *Problemi dell'informazione*, fascicolo 3, settembre, Il Mulino, Bologna, pp. 405-413
- Giannantonio P. (1994), *Letteratura e giornalismo*, in Neiger A (a cura di), *Terza Pagina. La stampa quotidiana e la cultura*, Edizioni QM/Quadrato Magico, Trento, pp. 13-26
- Giovannini G. (2016), *Le intuizioni di Achille Ardigò*, in Cipolla C, Colozzi I., Moruzzi M. (a cura di), *Per una città metropolitana solidale e innovativa*. Ardigò e Bologna, Franco Angeli, Milano, pp.79-85

- Giua C., Tedeschini Lalli M. (2010), *Nuovi giornalismo: il tempo dei cervelli. Vecchie o nuove, separate o integrate, le redazioni devono sviluppare una cultura digitale*, in *Problemi dell'informazione*, fascicolo 4, dicembre, Il Mulino, Bologna, pp. 317-327
- Giuliani F. (2007), *L'arte della cronaca. Riflessi quotidiani della vita culturale di una metropoli*, in Volpi C. (a cura di), *I mestieri dell'arte*, Electa, Milano, pp.214-217
- Grandi R. (2007), *La comunicazione pubblica. Teorie, casi, profili normativi*, Carocci, Roma
- Grassi S. (1976), *Gli uffici stampa degli organi pubblici*, in Barile P. e Cheli E. (a cura di), *La stampa quotidiana tra crisi e riforma*, Il Mulino, Bologna, pp. 147-176
- Jaakkola M. (2015), *Witnesses of a cultural crisis: Representations of mediarelated metaprocesses as professional metacriticism of arts and cultural journalism*, in *International Journal of Cultural Studies*, vol. 18(5), pp. 537-554
- Kristensen, N. N., From, U. (2015). *Cultural Journalism and Cultural Critique in a Changing Media Landscape*, in *Journalism Practice*, vol. 9(6), pp. 760-772.
- Lalli P. (2004), *I cittadini e l'informazione. Una ricerca sulle dinamiche di formazione delle opinioni*, Clueb, Bologna
- Lalli P. (2008), *Arene pubbliche di comunicazione: imperativi di visibilità o battaglie di cittadinanza?*, in Morcellini M., Stella R. (a cura di), *Spazi comunicativi contemporanei*, Editori Riuniti University Press, Roma, pp. 69-89
- Lalli P. (2012), *Communication in public bodies: can it support new public spheres?*, in *Communication with the Public. From the local government perspective*, Ad Librum Ltd, Budapest, pp. 47 – 64
- Lemieux C. (2009), *De la difficulté des journalistes à respecter leur déontologie: une approche sociologique*, in Gardini G., Lalli P. (a cura di), *Per un'etica dell'informazione e della comunicazione*, Franco Angeli, Milano, pp. 186-208
- Lovari A. (2016), *Comunicatori pubblici dietro la timeline. La sfida dei social media tra nuove competenze professionali e vecchie resistenze al cambiamento*, in *Problemi dell'informazione*, fascicolo 1, aprile, Il Mulino, Bologna, pp. 61-85
- Maistrello S. (2010), *Giornalismo e nuovi media. L'informazione al tempo del citizen journalism*, Apogeo, Milano
- Maggiorelli S. (2016), *Che fine ha fatto il giornalismo culturale?*, in *Left*, 08 novembre, EditorialeNovanta, Roma pp. 50-53

- Marini R. (2006), *Mass media e discussione pubblica. Le teorie dell'agenda setting*, Editori Laterza, Roma-Bari
- Minetti P. (2004), *La comunicazione pubblica: manuale per gli operatori degli enti locali*, Halley Editore
- Niro M. (2005), *Verità e informazione: critica del giornalismo contemporaneo*, Dedalo, Bari
- Nobile R. (2007), *Ufficio stampa: regole, soggetti e modalità*, in *Guida al pubblico impiego*, vol. 4, aprile, Bancadati24, Gruppo Il Sole 24 ore, p. 59
- Novelli E. (2016), *I media e le politiche, a cura di Luigi Bobbio e Franca Roncarolo*, in *Problemi dell'informazione*, fascicolo 2, agosto, Il Mulino, Bologna, pp. 411-423
- Panarari M. (2011), *Terza pagina? In pensione. Il giornalismo culturale: servizio, sceneggiatura e controversialità*, in *Problemi dell'informazione*, fascicolo 1, marzo, Il Mulino, Bologna, pp. 95-104
- Pancotto P.P. (2007), *Storico dell'arte-giornalista: una testimonianza*, in Volpi C. (a cura di), *I mestieri dell'arte*, Electa, Milano, pp. 222-223
- Papini A. (2014), *Post-comunicazione. Istituzioni, società e immagine pubblica nell'età delle reti*, Guerini, Milano
- Papuzzi A. (2010), *Professione giornalista. Le tecniche, i media, le regole*, Manuali Donzelli, Roma
- Pira F. (2000), *Di fronte al cittadino. Linee di comunicazione dell'ente pubblico nel territorio*, Franco Angeli, Milano
- Poggiali V. (2010), *Uffici stampa. Dottrina e tecnica della comunicazione "timbrata" di aziende, enti, istituzioni*, Centro documentazione giornalistica, Roma
- Pratellesi M. (2003), *L'informazione in rete*, in Sorrentino C. (a cura di), *Il giornalismo in Italia. Aspetti, processi produttivi, tendenze*, Carocci Editore, Roma, pp. 151-169
- Pratellesi M. (2004), *New Journalism. Teorie e tecniche del giornalismo multimediale*, Bruno Mondadori, Milano
- Pratellesi M. (2005), *Serve a tutti. Con l'online il giornalismo può riprendersi*, in *Problemi dell'informazione*, fascicolo 2, giugno, Il Mulino, Bologna, pp. 228-236
- Priulla G. (2008), *La comunicazione delle pubbliche amministrazioni*, Editori Laterza, Roma-Bari

- Ollivier-Yaniv C. (2009), *La "communication publique", entre propagande et idéal démocratique: questions ériques*, in Gardini G., Lalli P. (a cura di), *Per un'etica dell'informazione e della comunicazione*, Franco Angeli, Milano, pp. 156-168
- Rolando S. (1998), *La comunicazione pubblica in Italia alle porte del Duemila*, in *Micro & Macro marketing*, vol. 2, agosto, pp. 267-284
- Rolando S. (2003), *Le relazioni con i media*, in Rolando S. (a cura di), *Teoria e tecniche della comunicazione pubblica. Dallo stato sovraordinato alla sussidiarietà*, Etas, Milano, pp. 113-119
- Roversi G., Rovinetti A. (1988), *L'ufficio stampa e l'informazione locale. Manuale per gli addetti stampa degli Enti Pubblici*, Maggioli, Rimini
- Rovinetti A. (2005), *Diritto di parola. Strategie, professioni, tecnologie della comunicazione pubblica*, Il Sole 24 Ore, Milano
- Rovinetti A. (2010), *Comunicazione pubblica. Sapere & fare*, Il Sole 24 Ore, Milano
- Severino F. (2004), *La responsabilità del giornalismo culturale. Tra l'omologazione dell'informazione e il potere di pubblicità e uffici stampa*, in *Problemi dell'informazione*, fascicolo 3, settembre, pp. 427-431
- Severino F. (2007), *La cultura sui media. I rapporti tra giornalismo e produzione culturale*, in *Problemi dell'informazione*, fascicolo 1, marzo, Il Mulino, Bologna, pp. 121-131
- Solito L., Sorrentino C. (2011), *Asincronie e peculiarità della comunicazione in Italia*, in *Società Muramento Politica*, vol. 2, n. 3, Firenze University Press, pp. 169-189
- Solito L., Splendore S. (2016), *Questioni in comune: giornalismo e comunicazione pubblica tra social media e open data*, in *Problemi di informazione*, fascicolo 1, aprile, Il Mulino, Bologna, pp. 2-11
- Sorrentino C. (1995), *I percorsi della notizia. La stampa quotidiana italiana tra politica e mercato*, Baskerville, Bologna
- Sorrentino C. (2007), *Tutto fa notizia. Leggere il giornale, capire il giornalismo*, Carocci, Roma
- Sorrentino C. (2008), *La fine della deadline e i nuovi formati giornalistici tra fiducia e memoria*, in Sorrentino C. (a cura di), *Attraverso la rete. Dal giornalismo monomediale alla convergenza crossmediale*, Rai-Eri, Roma, pp. 9-36
- Sorrentino C. (2008), *La società densa. Riflessioni intorno alle nuove forme di sfera pubblica*, Le Lettere, Firenze

Stringa P. (2007), *Che cos'è un ufficio stampa*, Carocci, Roma

Tamborini S. (2003), *Basi normative*, in Rolando S. (a cura di), *Teoria e tecniche della comunicazione pubblica. Dallo stato sovraordinato alla sussidiarietà*, Etas, Milano, pp. 61-86

Veneziani S. (2007), *Organizzare l'ufficio stampa. Nuove regole e nuovi strumenti di comunicazione con i media*, Il Sole 24 Ore, Milano

Wizeman A. (2003), *Cultura*, in Rolando S. (a cura di), *Teoria e tecniche della comunicazione pubblica. Dallo stato sovraordinato alla sussidiarietà*, Etas, Milano, pp. 366-375

Zanchini G. (2009), *Giornalismo culturale*, Carocci, Roma

Zanchini G. (2012), *La stampa italiana e le pagine culturali. L'estate di San Martino?*, in *Problemi dell'informazione*, fascicolo 3, dicembre, Il Mulino, Bologna, pp. 421-438

Zanchini G. (2014), *Mediatori nel guado*, in *Problemi dell'informazione*, fascicolo 2, agosto, Il Mulino, Bologna, pp. 243-252

SITOGRAFIA

- ❖ Adnkronos, www.adnkronos.com/, consultato il 15/12/2016
- ❖ ADS – Accertamenti Diffusione Stampa, [www.adsnotizie.it/ dati.asp](http://www.adsnotizie.it/dati.asp), consultato il 17/12/2016
- ❖ Agenzia Italia, www.agenziaitalia.it/, consultato il 15/12/2016
- ❖ Agenda del Giornalista, www.agendadelgiornalista.it/, consultato il 10/12/2017
- ❖ Altalex, Legge sul procedimento amministrativo, www.altalex.com/documents/codici-altalex/2014/12/09/legge-sul-procedimento-amministrativo, consultato il 12/12/2016
- ❖ Ansa, www.corporate.ansa.it/it/, consultato il 15/12/2016
- ❖ Askanews, Chi Siamo, www.askanews.it/chi-siamo_71126767.htm, consultato il 15/12/2016
- ❖ Assostampa, Formazione e deontologia, www.assostampa.it/formazione-e-deontologia/, consultato il 14/12/2016
- ❖ Auditel, Sintesi annuale 2015, www.auditel.it/media/filer_public/03/96/039643bb-4ecf-4eaa-bc27-f29145749b04/sintesi_annuale_2015.pdf, consultato il 21/12/2016
- ❖ Bologna Agenda Cultura, www.agenda.comune.bologna.it/cultura/, consultato il 31/01/2017
- ❖ Bologna Agenda Cultura, La Via Zamboni, www.agenda.comune.bologna.it/cultura/la-via-zamboni, consultato il 02/02/2017
- ❖ Bologna Cultura, Fondazione Cineteca Bologna, www.comune.bologna.it/cultura/istituzioni/cineteca-di-bologna-1, consultato il 27/01/2017
- ❖ Bologna Cultura, Istituzioni, www.comune.bologna.it/cultura/istituzioni, consultato il 26/01/2017
- ❖ Bologna Cultura, Hello Stranger | 25 anni di Motus, www.comune.bologna.it/cultura/news/hello-stranger-25-anni-di-motus, consultato il 26/01/2017
- ❖ Cineteca Bologna, www.cinetecadibologna.it/, consultato il 27/01/2017

- ❖ Culturaliart, www.culturaliart.com/, consultato il 20/01/2017
- ❖ Culturaliart, Alberto Biasi: gli Ambienti, www.culturaliart.com/archivio/biasi/CS%20ALBERTO%20BIASI-AMBIENTI.pdf, consultato il 09/12/2017
- ❖ Demos & Pi, Gli italiani e l'informazione, www.demos.it/a01201.php, consultato il 21/12/2016
- ❖ Dire, Chi siamo, www.dire.it/chi-siamo/, consultato il 15/12/2016
- ❖ Eco della Stampa, www.ecostampa.it/it, consultato il 11/01/2017
- ❖ Emilia Romagna Teatro Fondazione, www.emiliaromagnateatro.com/, consultato il 27/01/2017
- ❖ Federazione Nazionale Stampa Italiana, www.fnsi.it, consultato il 15/02/2017
- ❖ Federazione Relazioni Pubbliche Italiane, Per un'etica del rapporto tra giornalisti e relatori pubblici: una riflessione sul rapporto media-fonti, www.ferpi.it/per-UNETICA-DEL-RAPPORTO-TRA-GIORNALISTI-E-RELATORI-PUBBLICI-UNA-RIFLESSIONE-SUL-RAPPORTO-MEDIA-FONTI/, consultato il 27/11/2016
- ❖ Gazzetta Ufficiale, Direttiva 7 febbraio 2002, www.gazzettaufficiale.biz/atti/2002/20020074/02A03449.htm, consultato il 14/12/2016
- ❖ Iperbole, Area Cultura e Rapporti con le Università. www.comune.bologna.it/comune/organigramma/17:1083/8245/, consultato il 26/01/2017
- ❖ Iperbole, Comunicati Stampa, www.comunicatistampa.comune.bologna.it/home/data/, consultato il 28/01/2017
- ❖ Iperbole, Comunicati Stampa, La Via Zamboni, successo per la prima giornata dedicata all'Arte che registra oltre 7000 ingressi alle sedi coinvolte nel programma, www.comunicatistampa.comune.bologna.it/2016/undefinedla-via-zamboniundefined-successo-per-la-prima-giornata-dedicata-allarte-che-registra-oltre-7000-ingressi-alle-sedi-coinvolve-nel-programma, consultato il 02/02/2017
- ❖ Iperbole, Giunta Comunale, www.comune.bologna.it/giuntacomunale/persone/124:15140/7044/, consultato il 01/02/2017

- ❖ Iperbole, Organigramma, www.comune.bologna.it/media/files/allegato_a_organigramma_pg_342073_2016_1.pdf, consultato il 25/01/2017
- ❖ Iperbole, Regolamento sull'ordinamento generale degli uffici e servizi, www.comune.bologna.it/media/files/pg_349478_2014_progr_310_2014_reg_ord_gen_uffici_e_servizi_in_vigore_da_1_7_2015.pdf, consultato il 01/02/2017
- ❖ Iperbole, Ufficio Stampa e Comunicazione, www.comune.bologna.it/comune/organigramma/17:1083/16126/, consultato il 25/01/2017
- ❖ Introduction to Journalism, Hard news vs Soft News, www.collegejournalism.wordpress.com/2008/07/15/hard-news-vs-soft-news/, consultato il 13/12/2016
- ❖ Istituzione Biblioteche di Bologna, www.bibliotechebologna.it, consultato il 27/01/2017
- ❖ Istituzione Bologna Musei, www.museibologna.it/, consultato il 27/01/2017
- ❖ Media Consultants: Audiradio, www.mcs.it/il_mondo/audiradio/html/totaudir.htm, consultato il 20/12/2016
- ❖ Ordine dei Giornalisti, Carta dei doveri del giornalista degli uffici stampa, http://www.odg.it/files/Carta%20doveri%20uffici%20Stampa_nov.2011_2.pdf, consultato il 14/12/2016
- ❖ Ordine dei Giornalisti, Legge n. 69/1963, www.odg.it/content/legge-n-691963, consultato il 13/12/2016
- ❖ Ordine dei Giornalisti, Legge n. 150/200, www.odg.it/content/legge-n-1502000, consultato il 13/12/2016
- ❖ Ordine dei Giornalisti, Testo unico dei doveri del giornalista, www.odg.it/content/testo-unico-dei-doveri-del-giornalista, consultato il 13/12/2016
- ❖ Ordine Giornalisti Emilia Romagna, La post-verità sta diventando molto di moda. Spesso si parla in maniera post-veritiera della post-verità e le si dà una valenza “apocalittica”. Ma è la Rete che permette un effetto virale, www.odg.bo.it/blog/la-post-verita-sta-diventando-molto-di-moda-spesso-si-parla-mania-post-veritiera-della-post-verita-e-le-si-da-una-valenza-apocalittica-ma-e-la-rete-che-permette-un-effetto-vir/#more-9117, consultato il 04/03/2017

- ❖ Paolo Pozzi, I nuovi padroni della pubblicità. La mappa di chi comanda e investe sui media, in Italia, www.key4biz.it/files/000283/00028330.pdf, consultato il 20/02/2017
- ❖ Pubblica Amministrazione di qualità, Ufficio Stampa, www.qualitapa.gov.it/relazioni-con-i-cittadini/organizzare-uffici-e-servizi/ufficio-stampa/, consultato il 13/12/2016
- ❖ Radiocor Il Sole 24 Ore, www.radiocor.ilsole24ore.com/, consultato il 15/12/2016
- ❖ Repubblica, Il disincanto digitale: la metà degli italiani si informa su Internet ma la fiducia va in crisi, www.repubblica.it/politica/2015/12/06/news/il_disincanto_digitale_la_meta_degli_italiani_si_informa_su_internet_ma_la_fiducia_va_in_crisi-128887933/ consultato il 21/12/2016
- ❖ Repubblica Bologna, Via Zamboni a porta aperto, esperimento da proseguire, www.bologna.repubblica.it/cronaca/2016/10/24/news/via_zamboni-150431652/, consultato il 02/02/2017
- ❖ SetUp Contemporary Art Fair, Area Press, www.setupcontemporaryart.com/2017/area-press/dicono-di-noi/, consultato il 11/01/2017
- ❖ Teatro Comunale di Bologna, www.tcbo.it/, consultato il 27/01/2017
- ❖ Treccani, Blog, www.treccani.it/enciclopedia/blog/, consultato il 04/01/2017
- ❖ Treccani, Citizen Journalism, [www.treccani.it/enciclopedia/citizen-journalism_\(Lessico-del-XXI-Secolo\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/citizen-journalism_(Lessico-del-XXI-Secolo)/), consultato il 04/01/2017
- ❖ Treccani, Diritto all'informazione, www.treccani.it/enciclopedia/diritto-all-informazione/, consultato il 08/12/2016
- ❖ Treccani, Prosumer, [www.treccani.it/enciclopedia/prosumer_\(Enciclopedia-della-Scienza-e-della-Tecnica\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/prosumer_(Enciclopedia-della-Scienza-e-della-Tecnica)/), consultato il 04/01/2017
- ❖ Treccani, Radio, [www.treccani.it/enciclopedia/radio_\(Dizionario-di-Storia\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/radio_(Dizionario-di-Storia)/), consultato il 19/12/2016
- ❖ Treccani, Televisione, www.treccani.it/enciclopedia/televisione_%28Dizionario-di-Storia%29/, consultato il 19/12/2016
- ❖ Wikipedia, Agenzia di stampa, [www.it.wikipedia.org/wiki/Agenzia di stampa](http://www.it.wikipedia.org/wiki/Agenzia_di_stampa), consultato il 14/12/2016

- ❖ Wikipedia, Adnkronos, www.it.wikipedia.org/wiki/Adnkronos, consultato il 13/12/2016
- ❖ Wikipedia, Freelance, www.it.wikipedia.org/wiki/Freelance, consultato il 11/12/2016
- ❖ Wikipedia, Pubbliredazionale, www.it.wikipedia.org/wiki/Pubbliredazionale, consultato il 12/12/2016
- ❖ Wikipedia, Quotidiano, www.it.wikipedia.org/wiki/Quotidiano, consultato il 13/12/2016
- ❖ Youtube, Treccani Channel, La terza pagina diventerà l'ultima?, www.youtube.com/watch?v=Sko2pEl6-WM, consultato il 15/01/2017