

# Indice

|                                                                                                                              |           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Introduzione                                                                                                                 | VII       |
| <b>1. La pubblicità: storia ed evoluzione di un concetto</b>                                                                 | <b>3</b>  |
| 1. Il luogo della pubblicità: la società civile                                                                              | 3         |
| 2. L'espressione della società civile: l'opinione pubblica                                                                   | 18        |
| 3. La teoria dell'opinione pubblica in Habermas                                                                              | 26        |
| <b>2. Pubblicità e Parlamento: gli albori</b>                                                                                | <b>34</b> |
| 1. Le principali tappe di un rapporto conflittuale                                                                           | 34        |
| 2. La pubblicità dei lavori del Parlamento nel pensiero inglese                                                              | 41        |
| 3. Pubblicità e libertà di stampa nel pensiero francese                                                                      | 53        |
| 4. Tocqueville: democrazia, associazionismo civile e comunicazione                                                           | 57        |
| <b>3. Pubblicità e comunicazione pubblica oggi</b>                                                                           | <b>62</b> |
| 1. Processi di differenziazione sociale e sviluppo dello stato sociale                                                       | 62        |
| 2. I diritti di cittadinanza                                                                                                 | 67        |
| 3. La nuova arena dei media                                                                                                  | 72        |
| 4. L'esplosione degli anni '80                                                                                               | 79        |
| 5. Luhmann e i temi della comunicazione                                                                                      | 86        |
| 6. Deutsch e i «nervi del potere»                                                                                            | 91        |
| <b>4. Il dizionario della comunicazione pubblica</b>                                                                         | <b>95</b> |
| 1. Tipologie della comunicazione pubblica                                                                                    | 95        |
| 2. Comunicazione funzionale e di integrazione simbolica: un modo più appropriato di distinguere informazione e comunicazione | 98        |
| 3. Comunicazione autoprodotta ed eteroprodotta                                                                               | 104       |

---

|                                                                                                                    |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4. Comunicazione interna ed esterna                                                                                | 107 |
| 5. Trasparenza e comunicazione                                                                                     | 111 |
| 6. Mutamento sociale e modelli di comunicazione pubblica                                                           | 113 |
| 7. Il ritardo italiano                                                                                             | 117 |
| <br>                                                                                                               |     |
| 5. La comunicazione dell'istituzione pubblica in Italia                                                            | 121 |
| 1. Il Parlamento «nella bufera» della visibilità                                                                   | 121 |
| 2. I problemi dell'informazione parlamentare in Italia                                                             | 125 |
| 3. Governo, amministrazione pubblica e comunicazione negli anni '70-'80                                            | 129 |
| 4. I processi di modernizzazione della pubblica amministrazione nel decennio 1990-2000: la legge sulla trasparenza | 134 |
| 5. L'istituzionalizzazione del campo della comunicazione pubblica e la legge n. 150/2000                           | 140 |
| <br>                                                                                                               |     |
| 6. La comunicazione politica                                                                                       | 143 |
| 1. Il nuovo scenario della campagna elettorale tra complessità e differenziazione sociale                          | 143 |
| 2. La fase della comunicazione di apparato                                                                         | 145 |
| 3. Mass media e apparati di partito: un rapporto subalterno                                                        | 148 |
| <br>                                                                                                               |     |
| 7. La comunicazione politica ed elettorale nell'età dei media                                                      | 155 |
| 1. I nuovi soggetti della sfera pubblica                                                                           | 155 |
| 2. Le modificazioni sul partito politico                                                                           | 158 |
| 3. Il potere della televisione                                                                                     | 162 |
| 4. Professionalizzazione, tecnologia e costi della campagna elettorale                                             | 167 |
| 5. Il dibattito sulla spettacolarizzazione della politica                                                          | 170 |
| 6. La personalizzazione della politica                                                                             | 173 |
| 7. La regolamentazione della comunicazione politica                                                                | 176 |
| <br>                                                                                                               |     |
| 8. La comunicazione sociale: tra compiti routinari ed emergenze                                                    | 183 |
| 1. Chi fa comunicazione sociale?                                                                                   | 183 |
| 2. Gli oggetti della comunicazione sociale                                                                         | 190 |
| 3. La comunicazione di pubblico servizio                                                                           | 193 |
| 4. La comunicazione sociale propriamente intesa                                                                    | 195 |
| 5. L'esperienza di Pubblicità progresso                                                                            | 200 |
| 6. La comunicazione delle responsabilità sociali                                                                   | 203 |
| <br>                                                                                                               |     |
| 9. La comunicazione delle altre istituzioni «quasi pubbliche»                                                      | 206 |
| 1. La comunicazione degli imprenditori                                                                             | 206 |
| 2. La comunicazione dei sindacati                                                                                  | 208 |
| 3. La lunga tradizione della Chiesa                                                                                | 213 |
| <br>                                                                                                               |     |
| Conclusioni. La trasparenza tecnologica                                                                            | 219 |
| <br>                                                                                                               |     |
| Riferimenti bibliografici                                                                                          | 225 |