

ROBERTO GRANDI

Roberto Grandi (nato a Bologna il 4/8/1946) si laurea nel 1970 all'Università di Bologna in Scienze Politiche.

Docente all'Università di Bologna dal 1974 al 2016. Professore Ordinario di *Sociologia della Cultura* dal 2001. Tra gli insegnamenti di questi anni, portati avanti in vari corsi di studio: *Comunicazione Pubblica, Comunicazioni di Massa, Comunicazione Politica, Sociologia dell'Informazione, Politiche di sviluppo delle imprese creative e nuove tecnologie*. Attualmente è Professore Alma Mater (Pam).

Direttore del Master Internazionale *Marketing, Communication and New Media* alla Bologna Business School (BBS) dal 2011.

Presidente della Associazione Collegio di Cina dal 2006.

Membro del Comitato Scientifico di Bologna Welcome e consulente della comunicazione dal 2015.

Responsabile scientifico del Bologna City Branding Project dal 2012 al 2014.

Dal 2009 al 2011 è stato Presidente di PromoBologna

Dal 2000 al 2009 è stato Pro Rettore alle Relazioni Internazionali all'Alma Mater Studiorum -Università di Bologna.

Dal 2005 al 2011 è stato membro del Board del Magna Charta Observatory.

Dal 2005 al 2011 è stato nominato dal Ministero dell'Università e della Ricerca Scientifica Bologna Promoter

Dal 1996 al 1999 è stato Assessore alla Cultura al Comune di Bologna e coordinatore del Comitato per Bologna Città Europea della Cultura del 2000.

Ha trascorso lunghi periodi di ricerca all'estero. Ha insegnato alla Annenberg School of Communications (University of Pennsylvania) e alla Tongji University (Shanghai). E' stato Visiting Professor a Stanford University e Brown University.

Ha portato avanti ricerche nell'ambito della comunicazione pubblica, della comunicazione politica, sociologia della cultura, comunicazione d'impresa, marketing territoriale, comunicazione giornalistica. Su questi stessi temi ha partecipato a numerosissimi convegni in Italia e all'estero e ha pubblicato articoli su riviste nazionali e internazionali.

Pubblicazioni:

2015 *E' Bologna. Progetto City Branding* (con Alice Prospero) Bologna: Urban Center Bologna.

2013 *Come si vincono le elezioni* (con Cristian Vaccari). Roma: Carocci.

- 2007 *La comunicazione pubblica. Teorie, casi, profili normativi*. Nuova Edizione. Roma: Carocci.
- 2007 *Elementi di comunicazione politica. Marketing elettorale e strumenti per la cittadinanza*. (con Cristian Vaccari). Roma: Carocci.
- 2006 *L'impresa che comunica. Come creare valore in azienda con la comunicazione*, (con Mattia Miani). Torino: Isedi/De Agostini.
- 2004 *Cofferati anch'io. Un anno di campagna elettorale a Bologna* (con Cristian Vaccari) Baldini Castaldi Dalai Editore, Milano.
- 2001 *La comunicazione pubblica. Teorie, casi, profili normativi*. Roma: Carocci.
- 1999 *Come vincere/perdere le elezioni*. Milano: Lupetti.
- 1996 *Prodi. Una campagna lunga un anno*. Milano: Lupetti.
- 1994 *Moda, stili di strada e ipermercato dei segni*. Livorno: Ed. Sillabe.
- 1994 *I mass media fra testo e contesto. Informazione, pubblicità, intrattenimento, consumo sotto analisi*. Milano: Lupetti. Traduzione in spagnolo, *Texto y Contexto en los Medios de Comunicaciòn*. Barcelona: Casa Editorial Bosch, 1995.
- 1987 *Come parla la pubblicità*. Milano: Il Sole 24 Ore.
- 1984 *Comunicazioni di massa. Teorie, contesti e nuovi paradigmi*. Bologna: CLUEB.
- 1980 *Radio e televisione negli Stati Uniti. Dal telegrafo senza fili ai satelliti*. Milano: Feltrinelli.
- 1976 *Le televisioni in Europa. Tv etere, tv cavo, videogruppi: crisi, innovazioni, involuzioni* (con G. Richeri), Milano: Feltrinelli.

Libri curati

- 2008 *Marketing e rappresentazione dei conflitti. Media, opinione pubblica, costruzione del consenso* (con Cristina Demaria). Bologna: Bnomia University Press.
- 1997 *Analisi comparata della pubblicità dei nuovi media in Italia, in Europa e negli Stati Uniti* (con S. Cavicchioli). Venezia: Centro Studi San Salvador (il candidato ha scritto l'introduzione, pp. 7-21).
- 1995 *Il pensiero e la radio. Cento anni di radio: una antologia di scritti classici*. Milano: Lupetti Editore (il curatore ha redatto l'introduzione insieme a S. Machiavelli, pp. 7-30).
- 1995 *Moda: regole e rappresentazione. Il cambiamento, il sistema, la comunicazione* (con G. Ceriani). Milano: Angeli.
- 1994 *Semiotica al marketing. Le tendenze della ricerca nel marketing, nel consumo, nella pubblicità*. Milano: Angeli.
- 1988 *TG, fatti così. Analisi del formato dei telegiornali* (con G. Manetti). Torino: ERI/VQPT.

Saggi in libri curati da altri

- 2009 "Election Campaigning and the New Media" (con Cristian Vaccari) in Daniele Albertazzi, Clodagh Brook, Charlotte Ross, Nina Rothenberg (eds.) "Resisting the Tide. Cultures of Opposition under Berlusconi (2001-06)" London/New York: Continuum, pp.46 - 56.
- 2007 "On the Promotion of Conflicts: the Media and War" in Constance Goh Bernard McGuirk (editors), "Happiness and Post-Conflict". Nottingham: Critical, Cultural and Communication Press. pp. 18 – 32.
- 2007 "Pubblicità e memoria" in Elena Agazzi Vita Fortunati (a cura di) "Memoria e saperi. Percorsi transdisciplinari". Roma: Meltemi Editore, pp.451 – 468.
- 2006 "Il marketing postmoderno e le contraddizioni della modernità" in Egeria Di Nallo Roberta Paltrinieri (a cura di) "Cum Sumo. Prospettive di analisi del consumo nella società globale". Bologna: Franco Angeli, pp. 112-123.

- 2006 "Il linguaggio della pubblicità" in Angelo Varni (a cura di) "Scuola di retorica". Bologna: Bononia University Press. 125 – 135.
- 2006 "Postmodernità e diritti di cittadinanza" in Alberto Abruzzese, Vincenzo Susca (a cura di). "Immaginari postdemocratici. Nuovi media, cybercultura e forme di potere". Milano: Franco Angeli. 52 –70.
- 2005 "La moda e l'ambigua rappresentazione dell'altro" in Giovanna Franci e Maria Giuseppina Muzzarelli (a cura di) "Il vestito dell'altro. Semiotica, arti, costume". Lupetti, Milano 17-34.
- 2005 "Vero e verosimile nella comunicazione politica" In Andrea Baravelli (a cura di) "Propagande contro. Modelli di comunicazione politica nel XX secolo". Carocci, Roma 51-71.
- 2004 "Tecnologie e linguaggio giovanile" (con Antonella Mascio) in Paolo Sorcinelli e Angelo Varni (a cura di) "Il secolo dei giovani. Le nuove generazioni e la storia del Novecento". Donzelli Editore, Roma 277-301.
- 2003 "Il processo di costruzione sociale della guerra e il ruolo del giornalismo" in Luisa Cicognetti, Lorenza Servetti, Pierre Sorlin (a cura di) "La guerra in televisione. I conflitti moderni tra cronaca e storia" Marsilio editori, Venezia, 59-72.
- 2003 "Prefazione" in Miani Mattia (a cura di) "La comunicazione politica in Internet. Guida pratica per politici, candidati ed eletti". Luca Sossella Editore, Roma, 7-21.
- 2002 "Per Alberto Abruzzese" in Giordano Valeria e Pezzini Isabella), Luca Sossella editore, Roma, 148-156.
- 2002 "Prefazione" in Carzo Domenico Centorrino Marco (a cura di) "Tomb Raider o il destino delle passioni. Per una sociologia del videogioco", Guerini e Associati, Milano, 9-16.
- 2002 "Derecho a la informacion y derechos ciudadanos en la era digital", in Jose Vidal Beneyto (a cura di) "La ventana global", Madrid: Santillana Ediciones Generales, 209-230
- 2001 "Identità, diritti di cittadinanza e nuove tecnologie nel processo di costruzione sociale delle città", in Bonora, P. (a cura di) *Comcities. Geografie della comunicazione*. Bologna: Baskerville, 191-208.
- 2001 "Il corpo della moda", in Abruzzese A. e Barile, N. *CommuniFashion. Sulla moda della comunicazione*. Roma: Luca Sossella Editore, pp. 99-132.
- 1998 "La sostenibile credibilità del leader" e "Lo 'stile' in politica", in AA. VV. *Leggere la comunicazione. Politica, Pubblicità, Internet*. Roma: Melteni, pp. 22-26 e 48-56.
- 1998 "La gioventù come sottocultura", in Varni, A. (a cura di) *Il mondo giovanile in Italia tra Ottocento e Novecento*. Bologna: Il Mulino, pp. 217-244.
- 1998 "Cultura d'impresa e corporate identity: valori, credenza, fiducia, cambiamento", in Ferraro, G. (a cura di) *L'emporio dei segni*. Roma: Melteni, pp. 173-196.
- 1997 "Post-Colonialism, New Historicism, and Audience Studies. Cultural Experience and Identity", in Franci, G. (ed.) *Remapping the Boundaries. A New Perspective in Comparative Studies*. Bologna: CLUEB, pp. 65-76.
- 1997 "Strategie a confronto", in Livolsi, M. e Volli, U. (a cura di) *Il televoto. La Campagna elettorale in televisione*. Milano: Angeli, pp. 83-106.
- 1996 "Il regime discorsivo del 'nuovo' nella comunicazione politica italiana", in Bentivegna S. (a cura di) *Comunicare politica nel sistema dei media*. Genova: Costa & Nolan, pp. 91-128.
- 1995 "L'efficacia normativa del sistema moda nel postmoderno", in R. Grandi e Ceriani, G. *Moda: regole e rappresentazione. Il cambiamento, il sistema, la comunicazione*. Milano: Angeli, pp. 54-81.
- 1995 "Elezioni politiche nazionali 1994. Strategie a confronto" (con S. Cavicchioli e Franceschetti, M.) in Livolsi, M. e Volli, U (a cura di) *La comunicazione politica tra prima e seconda repubblica*. Milano: Angeli, pp. 166-190.
- 1994 "La corporate image come oggetto semiotico", in R. Grandi (a cura di) *Semiotica al marketing. Le tendenze della ricerca nel marketing, nel consumo, nella pubblicità*. Milano: Angeli, pp. 135-154.

- 1993 "La comunicaciòn politica", "Relaciòn entre marketing politico y marketing comercial", "El rol del noticiero televisivo en la programaciòn de canales". In Escudero, L. e O, Corna (a cura di), *Comunicacion, Discursos*. Rosario: Universidad Nacional de Rosario Editoria, pp.245-260.
- 1992 "Paradigma del consumo e comunicazione". In P. Magli G. Manetti e P. Violi, a cura di, *Semiotica. Storia, teoria, interpretazione. Intorno a Umberto Eco*. Milano: Bompiani, pp. 321-336.
- 1990 "La comunicazione pubblicitaria in una logica di marketing". In V. Meroni, a cura di, *Marketing della pubblicita*. Milano: Il Sole 24 Ore, pp. 477-514.
- 1989 "Il linguaggio televisivo". In AA.VV. *Studiare da giornalista. Vol.IV. Radio e televisione. Pubblicita*. Roma: Ordine dei Giornalisti-Consiglio Nazionale, pp. 31-45.
- 1989 "L'intruso cortese". In AA.VV. *I persuasori non occulti*. Milano: Lupetti & Co, pp. 63-84.
- 1988 "Italy". In P.T. Rosen (ed.), *International Handbook of Broadcasting System*. New York: Greenwood Press, pp. 163-172.
- 1987 "Timidi e nudi davanti al televisore". In AA.VV. *Consumatori con stile. L'evoluzione dei consumi in Italia 1940-1986*. Milano: Longanesi, pp. 121-128.
- 1987 "Relazione introduttiva della sezione: 'Possibili utilizzi dei mezzi di comunicazione di massa per l'educazione sanitaria'". In AA.VV. *L'uomo e la salute: educazione sanitaria e processi di comunicazione*. Bologna: Regione Emilia Romagna-Dipartimento Sicurezza Sociale. Studi e Documentazione, pp.83-96.
- 1986 "Tendenze di sviluppo del sistema televisivo statunitense". In AA.VV. *Libertà di antenna*. Rimini: Maggioli Editore, pp. 37-52.
- 1985 "Ricerca sociale e contesto telematico". In AA.VV. *Il villaggio elettronico: la democrazia elettronica. Atti del Convegno Internazionale*. Roma: Gesualdi Editore, pp.319-326.
- 1983 "Le role des radios locales dans la promotion de la creativité". In AA.VV. *Creation musicale et industries culturelles*. Strasbourg: Conseil de l'Europe, pp. 21-27.
- 1983 "Sistema politico e sistema delle comunicazioni di massa in presenza dello sviluppo delle nuove tecnologie della comunicazione". In AA.VV. *Studi di base-Quarta Conferenza Economico Sociale*. Vol. I. Milano: Angeli, pp. 425-444.
- 1983 "Los criterios de programaciòn en los aparatos televisivos: el caso de Europa. In AA.VV. *La television: entre servicio público y negocio*. Barcelona: Ediciones G. Gili, pp. 180-204.
- 1982 "Sistema delle telecomunicazioni e crisi di governabilità del sistema politico statunitense". In AA.VV. *Comunicazioni di massa e sistema politico*. Milano: Angeli, pp. 123-148.
- 1982 "La società telematica: destino ineluttabile o opzione ancora aperta?". In AA.VV. *Nuove forme del potere*. Milano: Angeli, pp. 77-105.
- 1982 "L'intrattenimento nella programmazione televisiva: analisi comparata a livello internazionale". In M. Wolf (a cura di), *Tra informazione ed evasione: i programmi televisivi di intrattenimento*. Roma: RAI-VPT, pp.67-90.
- 1981 "L'informazione nell'universo telematico". In G. Richeri (a cura di), *Il video negli anni'80*. Bari: De Donato, pp. 55-80.
- 1980 "European Radio and Television in Transition: Perspectives and Experiences as Regards Demonopolisation and the Balance Between Public and Private Broadcasting". In AA.VV. *The State's Role Vis-à-Vis the Culture Industries*. Strasbourg: Council for Cultural Co-Operation, Council of Europe, pp. 100-106.
- 1980 "I quotidiani popolari negli USA". In AA.VV. *Un quotidiano "popolare"?*. Milano: Angeli, pp. 91-94.
- 1980 "La televisione locale nel sistema radiotelevisivo statunitense". In P.Barile, E. Cheli e R. Zaccaria (a cura di) *Radiotelevisione pubblica e privata in Italia*. Bologna: Il Mulino, pp. 435-459.

1978 "Democratisation of Communication Processes Through Local Cultural Policy". In Mennel, S. (ed.), *Explorations in Cultural Policy and Research*. Strasbourg: Education and Culture-Council of Europe, pp. 33-39.