

## Publication List

### Prof. Giuseppe Richeri

#### Peer-reviewed articles

- Richeri, G. (forthcoming). La via italiana alla televisione commerciale, *Comunicazioni sociali*, 13(1).
- Balbi G., Fari S., Calvo S., Richeri G. (forthcoming). Specialità svizzere. L'influenza della Confederazione elvetica sull'origini dell'Unione Telegrafica, 1855-1875, *Tst: Transportes, Servicios y telecomunicaciones*, 22.
- Richeri G. (2011). Dinamiche economiche e dinamiche socioculturali nel cambiamento dei media, il caso della tv, *Problemi dell'informazione*, 2.
- Cucco M., Richeri G. (2011). Film Commission e sviluppo territoriale: esperienze a confronto e bilanci, *Economia della cultura*, 21(2): 171-185. (\*)
- Calvo S., Balbi G., Fari S., Richeri G. (2011). La voie suisse aux télécommunications. Politique, économie, technologie et société (1850–1915), *Revue Suisse d'Histoire*, 61(4): 435-453.
- Richeri, G. (2010). 'I prodotti mediali nella rete mercato fra editori e consumatori', *Economia della Cultura*, 3.
- Quing, L., Richeri, G. (2010). 'When West Met East through the Beijing Olympics', *The International Journal of the History of Sport*, Vol. 27 (special issue "Encoding the Olympics – The Beijing Olympic Games and the Communication Impact Worldwide", guest editors: Qing Luo and Giuseppe Richeri).
- Richeri, G. (2009), 'Il concetto di industrie creative', *Economia della Cultura*, Vol. 1, pp.5-10.
- Richeri G. (2008). 'Nuevos desafios para la investigacion. Los medios de comunicacion entre la empresa, el público y el Estado, in *Telos No.14*, pp. 6-12.
- Richeri, G., (2007), 'I media tra le imprese, il pubblico e lo stato: nuove sfide per la ricerca', *Problemi dell'informazione*, Giugno, pp. 143-157.
- Richeri, G., (2007), 'La pubblicità e la vulnerabilità dei media', *Economia della Cultura*, n. 3, pp. 267-278.
- Richeri, G., (2006), 'The Media amidst the Enterprises, the Public and the State. New Challenges for Research', *Studies in Communication Sciences*, 6/2 , pp.131-144.
- Richeri, G., (2006), 'Digital Tv and the Problem of Audience Fragmentation in European Countries', *Scientific Journal*, n. 06/268, pp.70-83.
- Richeri, G., (2006), 'Digital Tv and the Problem of Audience Fragmentation in European Countries', *Asia Communication & Media Studies*, 118-132.
- Richeri, G., (2005), 'Reflexion sur Gramsci et le journalism', *Quaderni*, n.57, pp.85-93.
- Richeri, G., (2005). 'Quel coût pour le numérique?', *Mèdia Morphoses*, pp. 39-44.
- Richeri, G., (2005). 'Il passaggio alla tv digitale terrestre', *Quaderni di Sociologia*, No. 37.
- Richeri, G., (2005). 'Ha ancora un senso l'intervento pubblico nella televisione?', *Economia della Cultura*, n.3, pp.295-307.
- Candeloro, J.P., - Richeri, G., (2004) 'La fiction televisiva nel mercato unico europeo', in *Studies in Communication Sciences*, n.1, pp.9-29.
- Richeri, G., (2004). 'Una actividad en pleno crecimiento. La industria del copyright en la economía de Estados Unidos', *TELOS. Quaderns de comunicació, tecnologia i societat*, No. 60.
- Richeri, G., (2004). 'La televisión digital terrestre en Europa. Un camino plagado de incertidumbres', *TELOS. Quaderns de comunicació, tecnologia i societat*, No. 58.
- Richeri, G., (2004). 'Le prospettive della televisione digitale alla luce dell'esperienza internazionale', *L'industria della comunicazione in Italia, Settimo Rapporto IEM*, Torino: Guerini e Associati.

- Richeri, G., (2004). 'Evoluzione, struttura e prospettive del mercato televisivo: un confronto tra l'Italia e gli altri Paesi europei', L'industria della comunicazione in Italia, Sesto Rapporto IEM, Torino: Guerini e Associati.
- Richeri, G. (2003). 'L'industria del copyright nell'economia degli Stati Uniti', Economia della Cultura, n.2.
- Richeri, G. (2002). 'Il fattore tempo nel consumo di beni culturali', Economia della Cultura, n.2.
- Richeri, G. (2001). 'Prospettive del mercato dei media audiovisivi: opportunità e vincoli per lo sviluppo delle risorse', Economia della Cultura, n.2.
- Richeri, G. (2001). 'O cinema rumoao digital', Observatorio, n.3, pp.85-97.
- Richeri, G. (2001). 'La television numerique et l'evolution de l'audiovisuel en Europe', Reseau, n.101.
- Richeri, G. (2001). 'As plataformas digitales en Europa', Observatorio, n.2, pp. 119-125.
- Richeri, G., (2001). 'Verso il tutto digitale. Nuove tecnologie di diffusione cinematografica', Cinecittà, n. 3/4.
- Richeri, G. (1999). 'Piattaforme digitali e industria audiovisiva', Economia della Cultura, n.3, pp.249-262.
- Richeri, G. (1997). 'La consommation des medias en Italie, inerties et innovations', Quaderni, n.32, pp.95-106
- Richeri, G. (1997). 'Producció de soroll i producció de sentit als mitjans de comunicació de massa', Analisi, n.19, pp 95-104
- Richeri, G., (1996). 'Internet e i suoi fratelli. Economia, attori, strategie', Problemi dell'Informazione, n.1, pp. 16-26.
- Richeri, G., (1996). 'Le politiche della convergenza multimediale in Europa', Europa Europe, n.2-3, pp.223-244
- Richeri, G., (1994). 'Le autostrade dell'informazione', Economia della Cultura, n.2, pp.116-124.

### Monographs and edited volumes

- Cucco, M., Richeri, G. (forthcoming: October 2013). Il mercato delle location cinematografiche, Venezia: Marsilio.
- Richeri, G. (2012). Economia dei media, Roma-Bari: Editori Laterza.
- Luo, Q., Richeri, G. (2012) Encoding the Olympics. The Beijing Olympic Games and the Communication Impact Worldwide (eds), Routledge.
- Cola, M., Prario, B., Richeri, G. (2010). Media, tecnologie e vita quotidiana: la domestication, Roma: Carocci.
- Pilati, A., Richeri, G., (2009). 创意工厂 意大利传媒市场 - La fabbrica delle idee, Beijing: CUC Press.
- Richeri, G. (ed.) (2008). Doyle, G. Introduzione all'economia dei media, Milano: Hoepli.
- Lasagni, M.C., Richeri, G., (2006). Television y calidad. Buenos Ayres: La Crujia.
- Richeri, G., (ed.), (2005). Le televisioni pubbliche nelle regioni d'Europa, Roma: Eri Edizioni Rai.
- Perrucci, A., Richeri, G., (eds), (2003). Il mercato televisivo italiano nel contesto europeo, Bologna: Il Mulino.
- Pilati, A., Richeri, G., (2000). La fabbrica delle idee, Bologna: Baskerville.
- Bianchi, F., Richeri, G., (eds), (1996). Telecommunication, New Dynamic and Driving Forces, Oxford: IOS Press.
- Lasagni, M.C., Richeri, G., (1996). Televisione e qualità, Roma: Eri Edizioni Rai.
- Richeri, G., (1995). L'economia dell'industria editoriale e le reti mercato, Venezia: Centro Studi San Salvador, Telecom Italia.
- Richeri, G., (1994). La transicion de la television, Barcelona: Editorial Bosch.

- Pilati, A., Richeri, G., (eds) (1994). L'economia dei media. Questioni teoriche, Milano: Quaderni dell'Istituto di Economia dei media.
- Richeri, G., (1993). La tv che conta. Televisione come impresa, Bologna: Baskerville.
- Richeri, G., (ed.) (1988). Los satellites de television en Europa. Historia, Politica y economia, Madrid: Fundesco.
- Lasagni, M.C., Richeri, G., (eds) (1986). L'altro mondo quotidiano. Telenovelas, tv brasiliana e dintorni, Torino: ERI-Edizioni Rai.
- Richeri, G., (1984). El universo telematico, Barcelona: Editorial Mitre.
- Richeri, G., (ed.) (1983). La television entre servicio publico y negocio. Estudios sobre la transformacion televisiva en Europa Occidental, Barcelona: Gustavo Gili ed.
- Richeri, G., (1983). L'universo telematico. Il lavoro e la cultura del prossimo domani, Bari: De Donato.
- Doglio, D., Richeri, G., (1980). La radio, origine, storia, modelli, Milano: Mondadori.
- Iseppi, F., Richeri, G., (eds) (1980). Il decentramento televisivo in Europa, Milano: Franco Angeli.
- Richeri, G., (ed.) (1981). Il video negli anni '80, Bari, De Donato.
- Grandi, R., Richeri, G., (eds) (1976). Le televisioni in Europa. Tv etere, tv cavo, videogruppi; crisi, innovazione, involuzione, Milano: Feltrinelli.

### Contributions to books

- Prario, B., Richeri, G. (in press), Media ownership and concentration in Italy, in E. Noam (ed.), International Media Concentration, Oxford: Oxford University Press.
- Benecchi E., Richeri G. (2012), Tv to talk about. Engaging with American tv series through the Internet, in Abbruzzese, A., Fortunato L. (eds), The New Television Ecosystem, Peter Lang, Bern.
- Richeri, G. (2011), 'Ambigüedades desde la economía; las debilidades de la creatividad', in E. Bustamante (ed.), Las industrias creativas. Polémica sobre una moda polifacética, Gedisa.
- Richeri, G. (forthcoming), 'The Media Amidst Enterprises, the Public and the State: New Challenges for Research', in J. Wasko, G. Murdock, H. Sousa (eds.), Handbook of Political Economy of Communications.
- Richeri, G. (2010). 'Internet in Cina', in E. Lupano (ed.), Media in Cina oggi, Milano: Franco Angeli.
- Richeri, G. (2009). 'Economia e management delle comunicazioni', in D.E. Viganò (ed.), Dizionario della comunicazione, Roma: Carocci.
- Richeri, G. (2009). 'Le tre fasi della tv in Italia', in A. Bonomi e A. Abbruzzese (eds.), La cultura in Italia, Torino: Utet.
- Colapinto, C., Prario, B., Richeri, G. (2009). 'Telecommunication development in the EuroMediterranean area', in AA.VV., The Media as driver of Information Society, Lisbon: Formalpress.
- Richeri, G., (2008). 'Il mercato dei media in Italia', in G. Doyle, Introduzione all'economia dei media (edited by G. Richeri), Milano: Hoepli.
- Richeri, G., (2006). 'State Intervention in the New Broadcasting Landscape: Less is Best', in M. Roboy, F. Sauvageau (eds.) The Role of the State in Broadcasting Governance, Vancouver: Canadian Media Research Consortium.
- Richeri, G., (2005). 'A industria discografica e o desafio da rede', in J.M. Paquete de Oliveira et al. (eds.) Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação, Lisboa: Bond Quimera.
- Richeri, G., (2005). 'L'economia dei contenuti e l'evoluzione delle reti', in A. Perrucci e A. Pilati, Economia della conoscenza, Bologna: il Mulino.
- Richeri, G., (2004). 'The History of Interactive Tv', in Fausto Colombo (ed.) Tv and Interactivity in Europe, Milano: VP Strumenti.

- Spada, C., Richeri, G., (2004). 'Introduzione', in C. Bodo e C. Spada, Rapporto sull'economia della cultura in Italia 1990-2000, Bologna: il Mulino.
- Richeri, G., (2004). 'La televisione', in C. Bodo e C. Spada, Rapporto sull'economia della cultura in Italia 1990-2000, Bologna: il Mulino.
- Richeri, G., Spada, C., (2004). 'Audiovisivi', in C. Bodo e C. Spada, Rapporto sull'economia della cultura in Italia 1990-2000, Bologna: il Mulino.
- Richeri, G., (2004). 'L'araba fenice della qualità televisiva', in Loredana Cornero, Una felice anomalia, Roma: Eri Edizioni Rai.
- Richeri, G., (2004). 'Il passaggio alla tv digitale terrestre', in Gino Frezza and Michele Sorice (eds), La tv che non c'è. Scenari dell'innovazione televisiva in Europa e nel Mediterraneo, Salerno: 10/17 Edizioni.
- Richeri, G., (2004). 'Broadcasting and the Market: the Case of Public Television', in Andrew Calabrese and Colin Sparks (eds.), Toward a Political Economy of Culture, Oxford: Rowman & Littlefield Publishers.
- Richeri, G., (2004). 'A indústria discográfica e o desafio da rede', in J.M.P. de Oliveira, G.L. Cardoso and J.J. Barreiros, Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação, Quimera Editores.
- Richeri, G., (2004). 'Le prospettive della tv digitale alla luce dell'esperienza internazionale', in AA.VV., L'industria delle comunicazioni in Italia. Quali mercati dopo la crisi, Milano: Edizioni A. Guerini.
- Richeri, G., (2002). Evoluzione, struttura e prospettive del mercato televisivo: il confronto tra Italia e altri paesi europei, in E.Pucci (ed.), L'industria delle comunicazioni in Italia, Milano: Guerini e Assicaiti.
- Porro, R., Richeri, G., (1999). 'Italy: Big archipelago of small TV stations', in M.de Moragas, C.Garitoneindia, B.Lopez (eds.) Television on your doorstep, Luton: University of Luton Press.
- Richeri, G., (1999). 'Medios de comunicacion y opinion publica', in M.Giusti - M.I.Merino (eds), Ciudadanos en la sociedad de la Informacion, Lima: P.U.C. del Peru', Lima.
- Richeri, G., (1997). 'Condizioni e prospettive di crescita dell'industria dei contenuti in Italia', in AA.VV., La tecnologia dell'informazione e della comunicazione in Italia. Rapporto 1996, Milano: Franco Angeli.
- Richeri, G., (1996). 'Verso le reti a larga banda', in E.Pucci (ed.), L'industria delle comunicazioni in Italia 1994-1995, Torino: La Rosa editore.
- Richeri, G., (1996). 'Tra commercio e servizio: le reti telematiche come mercato', in F.Di Spirito, P.Ortoleva, C.Ottaviano (eds.), Lo strabismo telematico, Torino: Utet.
- Richeri, G., (1996). 'Italy: Regional television without e regional vocation', in M.de Moragas, C.Garitoneindia (eds.), Decentralization in the Global Era, London: John Libbey.
- Richeri, G., (1995). 'La dimension economica de la comunicacion en un mundo globalizado', in AA.VV., Los Medios de Comunicacion Y sus Publicos: los Desafios de la Globalizacion, Pontificia Università Católica de Chile.
- Richeri, G., (1995). 'La convergence, les reseaux-marché et l'economie des industries de l'edition', in J.G.Lacroix, G.Trablly (eds.), Les autorutes de l'information. Un produit de la convergence, Montreal : Presse de l'Université du Quebec.
- Richeri, G., (1993). 'Gli aspetti economici della televisione ad alta definizione', in A. Pilati (ed.) Mind-L'industria della comunicazione in Europa, Roma: Sipi.
- Richeri, G., (1993). 'The Fininvest Group, Its International Strategy and Its Activities Toward Easterns European Countries', in J.Baker and A.Butrimenko (eds.), Europe Speaks to Europe, Moscow: ICSTI.

#### **Prefaces to other authors' volumes**

- Balbi, G. (2012). Le origini del telefono in Italia. Politica, economia, tecnologia, società, Milano: Bruno Mondadori.

- Cucco, M. (2010). Il film blockbuster. Storia e caratteristiche delle grandi produzioni hollywoodiane, Roma: Carocci.
- Bustamante, E., (2007), Storia della Radio e Televisione in Spagna, Roma: Rai-Eri.
- Doglio, D., (2007). Media & Copyright. Guida al mercato dei diritti, Roma: Cooper editore.
- Padovani, C., (2007). Un'attrazione fatale. Televisione pubblica e politica in Italia, Trieste: Asterios.
- Padovani, C., (2005). A Fatal Attraction. Public Television and Politics in Italy, New York: Rowman & Littlefield.
- Musso, P., (2004). Berlusconi, le nouveau prince, Paris: Editions de l'Aube.