

E-journal databases: banche dati della produzione giornalistica italiana

CATRIN ZULIAN - VALERIE MATARESE¹

Nonostante l'abbondante produzione giornalistica in Italia, la disponibilità in Rete di queste risorse risulta limitata. Ancora maggiormente circoscritta è la creazione di banche dati all'interno di questo settore, cioè archivi strutturati che permettono all'utente di eseguire ricerche mirate (e non solo quindi la digitalizzazione dei documenti presentati in versione cartacea o lo spoglio elettronico degli indici). La "Guida alle banche dati italiane" offre uno spunto iniziale di riflessione indicizzando e descrivendo l'offerta informativa presente nel panorama italiano ed analizzando alcune tendenze di settore. A gennaio 2006 sono stati identificati 43 e-journal database, di cui 20 periodici, 18 quotidiani e 5 newswire offerti direttamente dal produttore o tramite aggregatori. Dal 1999 è stata rilevata una tendenza di crescita nel settore anche se il tasso di turnover dei prodotti all'ultimo aggiornamento è stato notevole. In base alla complessiva offerta informativa di e-journal databases è possibile ipotizzare una difficoltà di proporre nel mercato italiano "informazioni" come prodotti, forse limitando la capacità competitiva della nazione in un contesto globale.

Parole chiave: Banche dati - Produzione giornalistica - Italia - Aggregatori - Distributori - Archivi

Introduzione

Il concetto di banca dati o database risulta tanto più frequentemente utilizzato quanto più evanescente è la sua determinazione. Secondo una nota definizione data da Longo², il termine "banca dati" descrive un insieme di informazioni registrate in un formato leggibile da un elaboratore elettronico e relative ad una determinata area di conoscenza.

Tale definizione risulta però in parte imprecisa essendo applicabile concettualmente anche ad altri "digital objects".

Una definizione più recente indica di «considerare banche dati solo quelle ampie collezioni (ad accesso gratuito o tariffato) di dati fortemente strutturati (spesso arti-

¹ Curatrici dell'aggiornamento 2006 della "Guida alle banche dati italiane". Per informazioni, rivolgersi a Catrin Zulian <catrinzu@yahoo.com> e a Valerie Matarese <vmatarese@uptoit.org>.

² Longo Brunella, *Banca dati*. Roma : Bibliografica, 1993.

colati in record e campi) che vengono prevalentemente utilizzate per la consultazione attraverso specifiche tecniche di information retrieval e solo talvolta per la navigazione attraverso legami ipertestuali, ma quasi mai per la lettura distesa e sequenziale, e che si possono distinguere in primarie (o di fonte), quando contengono informazioni direttamente utilizzabili, e in secondarie (o di riferimento) quando permettono di individuare documenti non disponibili direttamente ma da procurarsi successivamente per altre vie»³.

Le informazioni risultano pertanto contenute ed organizzate allo scopo di poter essere consultate in modalità diverse tra loro dai propri utenti. Il contenuto di una banca dati può variare nei modi di archiviazione e negli "oggetti" in essa contenuti: infatti è possibile ritrovare collezioni di file in formato di testo, tabelle, dati numerici elaborati in statistiche, immagini. Queste informazioni possono essere rese accessibili in modalità libera, libera ad utenti registrati o predeterminati, oppure a pagamento, anche qui suddividendosi in abbonamento (temporali o a "pacchetti" di informazioni) oppure in modalità *pay per view*. Le stesse collezioni possono essere depositate presso siti server, la cui consultazione richiede un collegamento alla rete Internet, oppure tramite processi di *download* in client remoto, nonché trasferite, e quindi visibili, su nastri magnetici (caso sempre più raro) o dischi ottici, CD-Rom o DVD-Rom.

La produzione di banche dati risulta in funzione di settori specifici di attività e su argomenti tra loro eterogenei. Il fattore che accomuna tale versatilità nella creazione di questi strumenti elettronici è la loro destinazione: generalmente un *target* di utilizzo prestabilito e sostanzialmente molto specifico. Sono quindi poco numerose le banche dati che si possono definire di interesse per un pubblico generalista (ad esempio elenchi telefonici od orari dei treni): principalmente opere di "reference", annuari, repertori biografici, enciclopedie, giornali o periodici di carattere collettivo.

La tendenza delle banche dati sin dalla loro nascita è quella di essere uno strumento di ricerca bibliografico e informativo, spesso altamente professionale, per ottenere risposte specifiche in modo veloce e con un'intrinseca connotazione tecnologica. Possono essere consultate sia direttamente attraverso l'entità che le ha prodotte, quindi con un accesso derivato dal sito web o tramite l'acquisto di un supporto ottico, sia tramite soggetti incaricati dall'azienda madre di distribuire il prodotto nel settore commerciale (distributori). Un ulteriore strumento di consultazione delle banche dati sono gli aggregatori, una realtà sempre più diffusa negli ultimi anni.

³ Ridi Riccardo, *La biblioteca digitale: definizioni, ingredienti e problematiche*. "Bollettino AIB", 44 (2004), n. 3, p. 273-344. Disponibile anche in <<http://eprints.rclis.org/archive/00002535/>> (p. 12) (ultima consultazione 2006-08-29).

Gli aggregatori di database offrono infatti servizi integrati a vario livello, in particolare modo tramite l'acquisto degli archivi di diversi produttori, che consentono, sia con parametri di ricerca semplici che con parametri più raffinati per utilizzatori esperti, di effettuare contemporaneamente un esame di più banche dati e quindi di avere con un unico *input* più risultati di ricerca.

Interessante in questo senso è il settore dei periodici elettronici, talvolta riuniti in archivi strutturati ed interrogabili con strumenti di ricerca specifici. Il termine stesso, periodico elettronico, deriva dalla forma anglosassone *electronic journal* o *e-journal*, per la quale non esiste ancora una definizione italiana efficace che trasporti il significato dalla realtà consolidata del periodico tradizionale alla mutazione avvenuta grazie al cibernazio⁴, e soprattutto non esiste una terminologia che identifichi con precisione quanto questo termine nella sua lingua originale definisce⁵.

Infatti il concetto di "electronic journal" assume una connotazione non assimilabile tanto al concetto italiano di giornale o rivista elettronica quanto a quello di periodico. Anche il termine "rivista" si identifica frequentemente in modo ambiguo, passando dal concetto di periodico scientifico altamente specialistico a quello di pubblicazione ad alta divulgazione, di interesse principalmente popolare, mentre il concetto di "giornale" viene appiattito principalmente nel significato di pubblicazione giornaliera, quotidiana.

Sostanzialmente con "periodico elettronico" si identificano pubblicazioni che talvolta nascono in formato digitale, ma più spesso in questo formato vengono veicolate dal cartaceo, e che mantengono in parte le caratteristiche della periodicità della pubblicazione a stampa.

Spesso infatti un *e-journal* è la semplice versione in formato digitale del periodico che trova la propria origine in formato cartaceo. Talvolta invece queste caratteristiche si confondono con quelle di versioni propriamente elettroniche, originando modelli atipici che creano perplessità in un pubblico non esperto.

Negli anni Ottanta e Novanta il mercato italiano ha sviluppato una scarsa tendenza alla creazione di questi prodotti, spesso offrendo al nuovo pubblico solo gli estratti delle loro pubblicazioni periodiche su carta e solo raramente versioni a pieno testo accessibili in modalità gratuita⁶. Soltanto dopo il 2000 le crisi dei nuovi mercati elettronici, il mancato riscontro di crescita dei proventi derivati dai sistemi di

⁴ De Robbio Antonella, *Periodici elettronici nel cibernazio*. "Bibliotime", IV (2001), n. 3 (novembre).

⁵ De Robbio Antonella, *I periodici elettronici e la persistenza della memoria cartacea: un problema di definizioni*. "Bibliotime", III (2000), n. 2 (luglio).

⁶ Longo Brunella, *La nuova editoria. Mercati, strumenti e linguaggi in Internet*. Roma : Bibliografica, 2001.

pubblicità *online* e l'introduzione di nuovi sistemi editoriali hanno spinto una parte degli editori italiani a riversare nel web la loro produzione esistente in cartaceo rendendola accessibile principalmente a pagamento⁷.

Guida alle banche dati italiane

Un caso interessante nell'analisi dei movimenti e delle tendenze di mercato in questo settore risulta la "Guida alle banche dati italiane"⁸.

La Guida nasce come progetto sperimentale nel 1999 e si basa sull'indicizzazione di banche dati che rispettano tre criteri di selezione principali:

1. l'oggetto del database (orientato principalmente verso il panorama italiano o che ad esso sia dedicato);
2. la possibilità di effettuare la ricerca tramite criteri selezionati o impostati dall'utente;
3. l'autorità che deriva dal database stesso (seguita monitorando, per quanto possibile, la gestione dello stesso, la consistenza, l'aggiornamento e le caratteristiche specifiche).

La particolarità di questo progetto risiede nell'attenzione prestata nel proporre per ogni database indicizzato una scheda tecnica e descrittiva dello stesso nella quale riassumere quante più notizie possibile, in merito alle modalità di accesso, agli eventuali costi, alle caratteristiche di consistenza e di aggiornamento; mantenendo aggiornata la Guida con cadenza poco più che annuale; eliminando i database che nel tempo hanno perso o non hanno mantenuto le caratteristiche che ne avevano determinato l'inserimento, ma alimentando un archivio storico della vita della Guida. Il primo rapporto redatto, nel quale si era tentato di descrivere il mercato presente in quel momento, è stato pubblicato in lingua inglese nella sezione "Documenti" del sito web aziendale. Nel secondo rapporto è stato possibile quantificare alcune tendenze di mercato riscontrate, ed è stato presentato nel VII Convegno Nazionale di AIDA nel 2003⁹, mentre una versione in lingua inglese è

⁷ Longo Brunella, *Gli archivi dei giornali on line*. "Biblioteche Oggi", XXIV (2006), n. 1 (gennaio-febbraio).

⁸ A cura di Up To infotechnologies, <<http://www.uptoit.org>> (ultima consultazione 2006-08-29).

⁹ Matarese Valerie, *Banche dati italiane 2002: valutazione quantitativa-qualitativa e analisi delle tendenze*, in *AIDAventi. Vent'anni di AIDA: la documentazione fra teoria e applicazioni. Atti del 7° Convegno nazionale AIDA. Roma, CNR, 2-3 ottobre 2003*, a cura di C. Basili e D. Bogliolo. Roma: AIDA, 2003, p. 201-215.

stata pubblicata nello stesso sito, dove attualmente è in linea l'aggiornamento della Guida concluso a gennaio 2006¹⁰.

La scheda creata per effettuare l'inserimento delle banche dati¹¹ risulta particolarmente ricca di spunti di riflessione. I dati rilevati richiamano, oltre al nome e all'Ente produttore/distributore del prodotto (con indicazioni anagrafiche specifiche), un breve *abstract* in lingua inglese e italiana, la tipologia di accesso, il formato in cui viene presentato, la classe di costo, le lingue in cui è possibile effettuare la ricerca, la frequenza di aggiornamento, una classificazione del prodotto e la data di inserimento della scheda nonché l'ultimo aggiornamento effettuato e quindi di visita alla banca dati.



Questo è quanto appare all'utente finale; ma nel versante gestionale sono state ulteriormente rilevate la presenza di *cookies* nella navigazione e l'interrogazione tramite differenti *browser* (Explorer per Microsoft, Mozilla e Firefox per Linux, Mozilla

¹⁰ Matarese Valerie - Zulian Catrin, Guida alle Banche Dati Italiane <<http://www.uptoit.org/ital/monitor/monitor.htm>> (2006) (ultima consultazione 2006-08-29).

¹¹ L'inserimento dei prodotti indicizzati è riservato all'ideatrice del progetto ed ai suoi collaboratori. Tale scelta, se da una parte consente di analizzare preventivamente i prodotti proposti per l'inserimento in base ai requisiti identificati all'inizio del progetto, lascia tuttavia ampia discrezionalità in fase di ricerca di prodotti non potendo garantire requisiti di completezza sul panorama di banche dati in uno specifico settore.

e Safari per Macintosh) per poter approfondire il carattere delle scelte operate dai produttori dello specifico servizio¹².

Attualmente all'interno della Guida sono indicizzate 240 banche dati italiane con un incremento più che doppio rispetto alla sua fase iniziale (118%). A ciascuno degli aggiornamenti della Guida sono state apportate modifiche rispetto ai prodotti indicizzati, sia in incremento sia in eliminazione di quelli che non rispettavano più le caratteristiche che inizialmente avevano portato al loro inserimento: l'analisi di queste variazioni ha evidenziato due indici piuttosto significativi, il tasso di innovazione ed il tasso di *turnover*¹³.

E-journal databases all'interno della Guida

All'ultimo aggiornamento (gennaio 2006), la Guida alle banche dati italiane presentava 43 *e-journal database*, cioè banche dati della produzione giornalistica italiana. Come è possibile notare dalla Tabella 1 (si veda a pag. 15), le schede che riguardano gli *e-journal database* sono divise tra periodici specialistici (n. 20), quotidiani (n. 18), *newswire*¹⁴ (n. 5). I produttori con il più alto numero di *e-journal database* sono Il Sole 24 Ore e RCS (con 5 prodotti ciascuno), seguiti da ANSA, Gruppo Editoriale l'Espresso, Ipoa Editore (ora Wolters Kluwer), Monrif, e VNU Business Publications Italia (con 3 prodotti ciascuno). Altri 13 produttori (si tratta quasi esclusivamente di case editrici) propongono 1 o 2 *e-journal database* ciascuno.

Questa veloce panoramica sulla Guida evidenzia da un lato la bassa produzione di *e-journal database* da parte delle principali case editrici e dall'altro la mancanza di riviste scientifiche.

I motivi di questa mancata introduzione nella Guida sono molteplici e complessi: principalmente dalle nostre ricerche non sembrano esistere riviste di questo tipo che presentino i tre requisiti essenziali scelti per l'inserimento. Essa infatti recensisce prodotti che si riferiscono al contesto italiano geograficamente inteso, senza vincoli concettuali di argomento: per tale motivo non risultava pertinente includere riviste

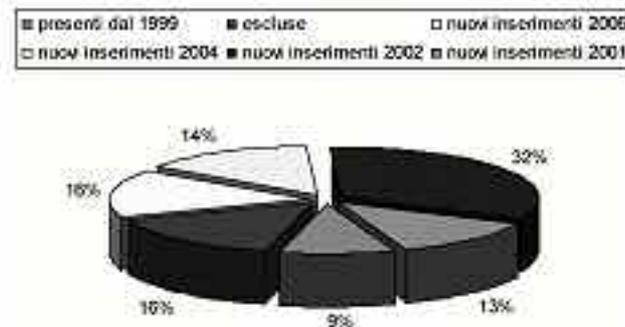
¹² Si è scelto di non rendere direttamente visibili agli utenti queste informazioni ma di pubblicarle in un *report* specifico. Ulteriori informazioni sono disponibili presso <www.uptoit.org/ital/monitor/monitor.htm> (ultima consultazione 2006-10-04).

¹³ Con "tasso di innovazione" si intende identificare la percentuale di nuovi prodotti inseriti nei periodici monitoraggi nel panorama delle banche dati italiane. Con "tasso di rotazione" invece si intende identificare con un indice il numero dei prodotti eliminati. I risultati dell'ultima indagine saranno pubblicati in un *report* statistico analitico.

¹⁴ Con questo termine si intendono identificare le notizie emesse dalle agenzie di stampa che fungono da supporto per la produzione giornalistica.

anche italiane che però non facessero esplicito riferimento alla nazione. Nel contempo, i "trade journals" caratterizzati da informazioni specifiche in settori produttivi, pertanto su prodotti o aziende italiane e le problematiche correlate al settore, sono presenti in distributori come Factiva in centinaia di file per quanto riguarda altri mercati ma molto ridimensionati per il panorama nazionale, creando un *gap* di "dis-informazione" importante per ricercatori dei settori produttivi legati a questo contesto. Un altro elemento che ha condizionato l'indicizzazione di banche dati deriva proprio dalla necessità che questi prodotti offrano strumenti di ricerca interna (*searchable tools*) quindi che non si tratti di semplici archivi (contenitori) digitali accessibili *online*¹⁵.

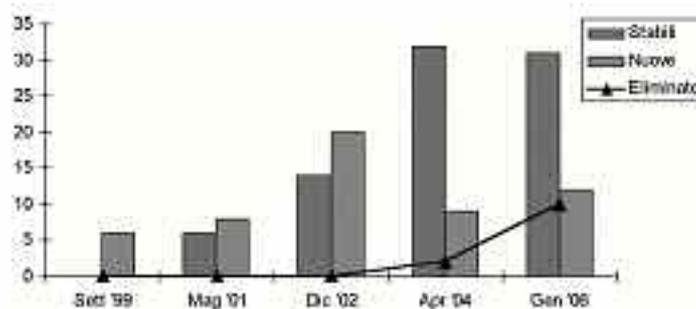
Il grafico sottostante mostra la vita degli *e-journal database* inseriti all'interno della Guida: il 14% di questi è presente sin dalla prima edizione. È tuttavia curioso notare il rapporto tra nuovi inserimenti e schede escluse dagli ultimi 3 aggiornamenti: infatti dal 2004 al 2006 il numero totale dei prodotti è rimasto sostanzialmente invariato (da 41 a 43), ma il tasso di *turnover* nel 2006 è stato alto (10 schede escluse dai 41 precedenti).



Le fonti principalmente usate per l'inserimento derivano dalla consultazione di siti "proprietary", cioè appartenenti alle principali case editrici che avessero le caratteristiche già delineate per l'inserimento nella Guida, nonché dal patrimonio documentario offerto da due aggregatori, Factiva e Dialog¹⁶.

¹⁵ Non sono state considerate le riviste che riportavano esclusivamente il formato digitalizzato di fascicoli editi su carta e che proponessero come elemento di ricerca lo spoglio degli indici.

¹⁶ Factiva <<http://www.factiva.org>>; Dialog <<http://www.dialog.com>> (ultima consultazione 2006-08-29).



È fondamentale sottolineare che alcuni prodotti sostanzialmente simili (differenziati per consistenza e copertura dell'archivio o per supporto di vendita) sono proposti commercialmente come prodotti distinti dalle aziende produttrici: ne è un caso il quotidiano de Il Sole 24 Ore proposto in cinque prodotti differenziati tra loro dalla copertura d'archivio disponibile del periodico, dalla possibilità di visualizzare gli allegati (tutti o in parte) e dalla strutturazione dell'offerta dell'archivio corrente.

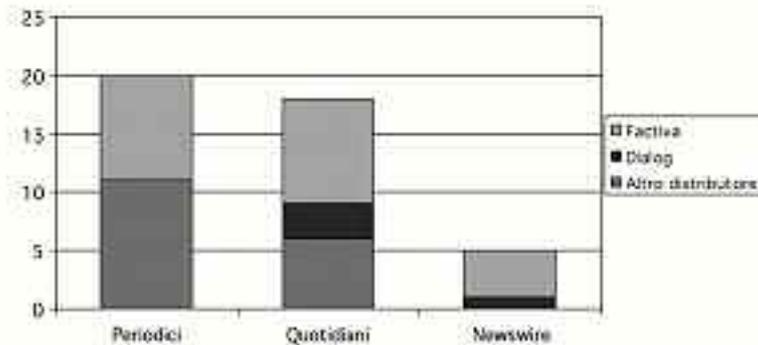
Come è possibile vedere dalla Tabella 1 di p. 15, 17 degli inserimenti appartengono a case editrici che mettono a disposizione il proprio patrimonio relativamente ai periodici in visualizzazione completa dal sito, mentre 26 prodotti sono stati affidati ai distributori di cui sopra.

Factiva nasce nel 1999 come *joint venture* tra Reuters Groups e Dow Jones & Company. Il servizio viene concepito come supporto alla ricerca di informazioni mirate e specializzate, eseguendo una ricerca in modalità web componendo tra loro diversi *input* informativi che, all'interno di un archivio contenente oltre 10.000 fonti di 152 Paesi, porta ad una risposta univoca. La ricerca può essere fatta a testo libero oppure inserendo filtri particolari, come gli operatori booleani o come la scelta di determinate fonti escludendone altre, o con l'aggiunta di termini di indicizzazione e nove lingue di interfaccia. Per quanto riguarda il nostro specifico interesse, questo aggregatore conserva al suo interno 84 fonti informative attinenti a quotidiani o periodici specialistici riguardanti il panorama italiano (dati aggiornati a luglio 2006) in archivi correnti e aggiornati regolarmente, ma anche discontinui nell'intervallo di aggiornamento oppure non più aggiornati. Per quanto riguarda la Guida sono state redatte 22 schede madri¹⁷ che ricoprono l'intera offerta degli archivi attivi proposti da Factiva a gennaio 2006.

¹⁷ In Factiva, spesso prodotti editoriali collegati, che figurano come allegati o inserti alla pubblicazione principale e che non godono di una loro indipendenza, vengono trattati separandoli tra loro con schede autonome, diversamente da quanto scelto nella Guida alle banche dati italiane.

Il caso di Dialog invece risulta più complesso. Il prodotto di riferimento è Dialog Datastar, che propone particolari approfondimenti nei settori farmaceutico, biomedico, informatico, ingegneria, salute, media e *news*, dedicata interamente all'Europa, e che consente l'accesso ad oltre 280 database con copertura internazionale in un'unica lingua di interrogazione. È possibile effettuare ricerche semplici, avanzate oppure interrogare il campo di soggettazione dando anche la possibilità di produrre un proprio database di risorse.

La disponibilità degli *e-journal database* tramite gli aggregatori oppure da altro distributore (spesso il produttore stesso) è illustrata nel grafico seguente. L'offerta di Factiva comprende tutti i tre tipi di *e-journal database* analizzati, mentre quella di Dialog Datastar è limitata ai quotidiani e *newswire*.



Dall'analisi effettuata nella Guida è stata riscontrata dal 1999 una scarsa attenzione all'innovazione ed al mantenimento dell'offerta informativa da parte di Dialog per quanto riguarda il settore Italia, quasi interamente proposta oggi da Factiva.

Conclusioni

In base alle indagini statistiche presentate si registra una tendenza nell'offerta di banche dati nel settore dei periodici elettronici in evoluzione rispetto alle prime rilevazioni effettuate, con una notevole mobilità dei prodotti inseriti.

Benché riferito alla casistica ben delimitata della Guida, se ne possono trarre indicazioni più generali.

Appare degno di riflessione sottolineare la tipologia di banche dati verificate nel settore degli *e-journal*: risultano infatti carenti banche dati di periodici specialistici, ma è sentita soprattutto la mancanza di accessibilità in questo formato di periodici

settoriali. Il numero degli *e-journal* disponibili in formato di database è infatti solo una parte degli *e-journal* disponibili in formato elettronico ed una minima parte di tutta la produzione giornalistica cartacea¹⁸. Gli stessi produttori di banche dati di *e-journals* offrono esclusivamente un assaggio del loro patrimonio editoriale: tale scelta potrebbe identificare una scarsa determinazione da parte dei produttori nell'esplorare questo settore, probabilmente supportata anche da un'incertezza del mercato che sembra essere colpito da un alto tasso di *turnover*, come riscontrato nell'indagine eseguita.

L'offerta informativa attraverso lo strumento digitale appare pertanto nel mercato italiano ancora un fattore di nicchia, che ri-propone una piccola parte dell'intera produzione editoriale periodica specifica. A parziale dimostrazione è ad esempio la dismissione dell'offerta informativa data in precedenza da Dialog, che mantiene attivo il proprio patrimonio seppur non incrementando ed aggiornando i prodotti offerti, mentre Factiva ha aumentato l'offerta con copertura non solo di numeri d'archivio ma anche delle pubblicazioni correnti. Questa osservazione potrebbe significare una diversa capacità di proporre nel mercato italiano informazioni limitandone forse la capacità competitiva in un contesto globale.

Il percorso di ricerca dell'informazione e della disponibilità della stessa risulta piuttosto travagliato complicando indubbiamente la metodologia di ricerca tanto in sede specialistica quanto per altri attori che spesso interagiscono in questo scenario, come figure di professionisti dell'informazione, ma anche per più semplici ricerche di *reference*. L'auspicio rimane che la tendenza di crescita verso una maggiore informatizzazione dei contenuti (o specializzazione degli stessi) nel settore industriale sia solo l'inizio di un percorso che spinga ad un maggior coinvolgimento da parte dei produttori di informazione, in modo da stimolare la curiosità di distributori o aggregatori nella proposta di un'offerta informativa specifica che possa quindi raggiungere con meno ostacoli chi di essa si nutre.

¹⁸ Consideriamo ad esempio i 150 quotidiani e le 2.500 riviste recensite presso L'Agenda del Giornalista <<http://www.agendadelgiornalista.it>> (ultima consultazione 2006-08-29).

Reuters Italia Spa (Factiva)

Tabella 1 - I periodici elettronici all'interno della Guida alle banche dati italiane. Il distributore è stato elencato solo quando diverso dal produttore.

Database	Produttore (distributore)
Periodico specialistico	
Ambiente - Raccolta delle Annate Arretrate	Ipsa Editore Srl
Archivio di ItaliaOggi	Class Editori Spa
Archivio E&M (Economia & Management)	SDA ScuoladiDirezioneAziendale dell'UniversitàBocconi
ASICRA Assicura	EDIPIEdizioniperleProfessionieImpreseSrl(Factiva)
Azienda & Fisco - Raccolta delle Annate	Ipsa Editore Srl
AZINDB Azienda Banca	EDIPIEdizioniperleProfessionieImpreseSrl(Factiva)
Biblioteche Oggi - Ricerca Indici	Editrice Bibliografica Spa
CORDES Corriere della Sera	RCS Quotidiani Spa (Factiva)
ELETTO Elettronica Oggi	VNU Business Publications Italia Srl (Factiva)
Fallimento - Raccolta delle Annate	Wolters Kluwer Spa (già Ipsa Editore Srl)
Foro e Cassazione Civile	Zanichelli Spa
Infagri	Edizioni L'Informatore Agrario Spa
L'Archivio de Il Mondo	RCS Periodici Spa
MFArchivio	Milano Finanza Editori Spa
MFINZA Milano Finanza	Milano Finanza Editori Spa (Factiva)
MOND Il Mondo	RCS Periodici Spa (Factiva)
MRKUP Markup	Editoriale QUASAR Srl (Factiva)
PCMAG PC Magazine	VNU Business Publications Italia Srl (Factiva)
PROGET Progettare	VNU Business Publications Italia Srl (Factiva)
Repertorio del Foro Italiano	Zanichelli
Quotidiani	
Corriere della Sera Archivio	RCS Quotidiani Spa
GDS Gazzetta dello Sport	RCS Quotidiani Spa (Factiva)
GIONLE Il Giornale	Società Europea di Edizioni Spa (Factiva)
GIORNO Il Giorno	Monrif Spa (Factiva)
Il Sole 24 Ore CD-ROM	Il Sole 24 Ore Spa
La Repubblica Archivio	Gruppo Editoriale L'Espresso Spa
LAREP La Repubblica	Gruppo Editoriale L'Espresso Spa (Factiva)
Libero	C.E.L. Cooperativa Editoriale Libero Pscrl
LNAZIO La Nazione	Monrif Spa (Factiva)
OGGI ItaliaOggi	Class Editori Spa (Factiva)
Repubblica Extra	Gruppo Editoriale L'Espresso Spa
RESCAR Il Resto del Carlino	Monrif Spa (Factiva)
Sistema Banche Dati - Il Sole 24 Ore	Il Sole 24 Ore Spa
SO05 Il Sole 24 Ore Archive File	Il Sole 24 Ore Spa (Dialog)
SOLE Il Sole 24 Ore	Il Sole 24 Ore Spa (Factiva)
SOLE Il Sole 24 Ore	Il Sole 24 Ore Spa (Dialog)
STAA La Stampa	Editrice La Stampa Spa (Dialog)
STMA La Stampa	Editrice La Stampa Spa (Factiva)
Newsire	
AGI Agenzia Giornalistica Italia	AGI Agenzia Giornalistica Italia Spa (Factiva)
ANSA English News Service	ANSA Agenzia Nazionale Stampa Associata Scrl (Factiva)
ANSA Italian General News Service	ANSA Agenzia Nazionale Stampa Associata Scrl (Dialog)
ANSA News Services	ANSA Agenzia Nazionale Stampa Associata Scrl (Factiva)
REUTIT Reuters Notizie in Italiano	