

Indice

- 3 *Capitolo 1 – I social in politica, i social per la politica locale*
di Claudio Riva e Giovanni Diamanti
- 3 1.1 Introduzione
- 5 1.2 La politica mediatizzata
- 10 1.3 La popolarizzazione della comunicazione politica online
- 14 1.4 Prima la TV, poi i social: le sfide del marketing politico
nella politica locale
- 19 1.5 Le campagne elettorali e la politica locale
- 23 1.6 Questo volume
- 27 *Capitolo 2 – La presenza sui social media dei sindaci italiani*
di Matteo Cavallaro, Giulia Coppo, Martina Carone,
Claudio Riva
- 27 2.1 L'oggetto di studio
- 28 2.2 Cosa sappiamo degli amministratori locali sui social
- 32 2.3 Chi c'è e chi non c'è: tra account multipli e profili
lucchettati, chi è più aperto tra i sindaci online?
- 36 2.4 Quanto pubblica il sindaco! Un profilo dell'attività
social dei sindaci italiani
- 39 2.5 Questione di stile: uno sguardo alla competenza social
dei sindaci online
- 41 2.6 Conclusioni

- 47 *Capitolo 3 – Raccontare l'imprevedibile: i sindaci italiani su Facebook durante la pandemia da COVID-19*
di Matteo Cavallaro, Martina Carone, Claudio Riva
- 48 3.1 Raccontare la crisi: sindaci e social media durante la pandemia
- 50 3.2 Uno strumento utile? Quanto e come i sindaci hanno usato Facebook durante la pandemia
- 57 3.3 Le parole e i temi della comunicazione pandemica
- 63 3.4 Conclusioni
- 65 *Capitolo 4 – Gli Amministratori Locali e la visual-presence: profili e pratiche d'uso su Instagram*
di Alessandra Micalizzi, Tiziana Piccioni, Giulia Coppo
- 65 4.1 Networked citizen e politica pop: cosa è cambiato
4.1.1 La comunicazione per immagini in politica e Instagram, p. 66
- 68 4.2 Introduzione all'analisi: nota metodologica
- 71 4.3 Analisi di Instagram-Scape: modelli e pratiche in un social visuale
4.3.1 I selfie dei politici sul social dei giovani, p. 80 – 4.3.2 Il Potere simbolico e narrativo dei testi visuali complessi, p. 83 – 4.3.3 Dall'analisi alla sintesi: l'evoluzione del modello SMePI, p. 85
- 88 4.4 I resistenti confini tra pubblico e privato
- 94 4.5 La politica territoriale su Instagram: considerazioni a margine
- 99 *Capitolo 5 – Leadership femminili alla prova del voto*
di Matteo Cavallaro, Martina Carone, Giovanni Diamanti, Claudio Riva
- 99 5.1 Una ricerca sulla comunicazione della leadership femminile
5.1.1 Le domande di ricerca, p. 100 – 5.1.2 Il dataset, p. 102
- 105 5.2 Le differenze di genere nello stile e nel successo digitale

- 113 5.3 I casi studio di Appendino 2016, Meloni 2016,
Marchionini 2019
- 119 *Capitolo 6 – Social media e politica locale: la ricerca empirica*
di Valerio Belotti, Marco Callegaro, Matteo Cavallaro,
Giulia Coppo
- 119 6.1 Definizione dei gruppi campionari e rilevazione
dell'attività social
- 121 6.2 Il crawler
- 122 6.3 La campagna di interviste
- 125 *Riferimenti bibliografici*
- 143 *Profilo delle autrici e degli autori*