

Indice del volume

Introduzione	V
1. All'alba della Repubblica: 1946-1960	3
1. I protagonisti: partiti di massa e militanti, p. 12 - 2. Gli strumenti: comizi e manifesti, p. 15 - 3. Le campagne elettorali, p. 19 - 3.1. 1946: prove di democrazia, p. 20 - 3.2. 1948: la campagna elettorale di massa, p. 27 - 3.3. 1958: segni di innovazione, p. 34	
2. L'arrivo della televisione: 1960-1974	44
1. I protagonisti: partiti e «copywriters», p. 49 - 2. Gli strumenti: «Tribuna elettorale», cinema, sondaggi, p. 51 - 3. Le campagne elettorali, p. 60 - 3.1. 1963: i persuasori occulti, p. 60 - 3.2. 1974: i comitati del referendum sul divorzio e la stampa d'opinione, p. 71	
3. Verso la modernità: 1975-1990	81
1. I protagonisti: telecandidati, partiti elettorali e agenzie di pubblicità, p. 87 - 2. Gli strumenti: televisioni private e spot, p. 92 - 3. Le campagne elettorali, p. 96 - 3.1. 1979 e 1980: la prima volta degli spot, p. 96 - 3.2. 1983-1987: la campagna permanente fra spettacolo e politica, p. 103	
4. La Seconda Repubblica nell'arena televisiva: 1994-2005	112
1. I protagonisti: leader di coalizione, sindaci e consulenti, p. 117 - 2. Gli strumenti: talk show e marketing politico, p. 122 - 3. Le campagne elettorali, p. 129 - 3.1. 1993: l'elezione diretta dei sindaci, p. 129 - 3.2. 1994: la campagna maggioritaria e bipolare, p. 134 - 3.3. 1999: Emma for President, la campagna all'americana, p. 140	

5. L'epoca della rete: 2005-2013	147
1. I protagonisti: leader social, militanti digitali, cittadini, p. 152 - 2. Gli strumenti: rete e social network, p. 156 - 3. Le campagne elettorali, p. 159 - 3.1. 2005: i candidati di coalizione e i volontari, p. 159 - 3.2. 2013: la campagna ibrida e i volontari digitali, p. 164 - 3.3. 2013: le Quirinarie e il presidente del popolo di Internet, p. 176	
 Bibliografia	 183
 Indice dei nomi di persona e dei programmi televisivi	 195