

Indice

- 7 *Prefazione* di Carlo Formenti
- 13 *Introduzione* di Carlo Formenti
- PAOLO MELE e PASQUA FLORE
- 29 I. Facebook in numeri: analisi di una campagna
- DEBORA DE FAZIO
- 85 II. La lingua e i contenuti
- STEFANO CRISTANTE
- 117 III. Gli spin-doctor tra pianificazione strategica,
appalti ad hoc e addetti stampa
- LUDOVICO FONTANA
- 125 IV. Il caso EmiLab
- APPENDICE
- Interviste agli strateghi delle campagne online
- LUDOVICO FONTANA
- 131 Prima intervista a Sergio Magliocchi, amministratore unico di Amors
(durante la campagna)
- LUDOVICO FONTANA
- 137 Seconda intervista a Sergio Magliocchi
(dopo le elezioni)
- STEFANO CRISTANTE E CARLO FORMENTI
- 140 Prima intervista a Dino Amenduni, coordinatore di EmiLab
(durante la campagna)
- LUDOVICO FONTANA
- 144 Seconda intervista a Dino Amenduni (dopo le elezioni)
- MATTEO PAGLIARA
- 150 Prima intervista a Pierpaolo Lala, addetto stampa di Loredana Capone
(durante la campagna)

- 157 MATTEO PAGLIARA
Seconda intervista a Pierpaolo Lala (dopo le elezioni)
- 162 MARILENA LOCOROTONDO
Prima intervista alla redazione di Salento Web Tv
(durante la campagna)
- 167 ROSITA SERRA
Seconda intervista alla redazione di Salento Web Tv
(dopo le elezioni)
- 172 MARCO SARACINO
Intervista a Mascalzoni Salentini, gruppo di supporto ad Adriana
Poli Bortone (durante la campagna)
- 179 *Postfazione* di Stefano Cristante
Facebook nel marasma della scelta dei candidati
- 190 Biografie