

**FRANCA RONCAROLO**  
**PRINCIPALI PUBBLICAZIONI**

MONOGRAFIE E CURATELE

- 2015 *I media e le politiche. Come i giornali raccontano le scelte pubbliche che riguardano la vita dei cittadini*, (curato con L. Bobbio), Bologna, il Mulino.
- 2008 *Leader e media. Campagna permanente e trasformazioni della politica in Italia*, Milano, Guerini
- 1997 *I media come arena elettorale. La campagna 1996 nella tv e sui giornali*, (con R. Marini), Roma, Eri, Rai/Vqpt.
- 1994 *Controllare i media. Il presidente americano e gli apparati nelle campagne di comunicazione permanente*, Milano, F. Angeli.
- 2016 *Political Communication and Political Science*, (con F. Amoretti) numero monografico di *IPS – The Professional Review of the Italian Political Science Association*, n. 1.
- 2014 *Nessun vinca! La campagna elettorale 2013 in un sistema che cambia*, (con G. Legnante) numero monografico di *Comunicazione politica*, XV, n. 1, Bologna, il Mulino.
- 2010 *Voting for Europe? La campagna per le europee 2009*, numero monografico di *Comunicazione politica*, XI, n. 1, Bologna, il Mulino.

WORKING PAPERS

- 2021 *Populist Governance in Regional and Local Governments* (with E. Pano, L. Medir, J. Magre, V. Havlik, G. Dobos, M. Belluati, G. Bobba, A. Seddone and O. Sahin), Working Paper, DEMOS - Democratic Efficacy and the Varieties of Populism in Europe. The project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement No 822590.

ARTICOLI SU RIVISTE

- 2021b *Losers get sick? The effects of electoral defeat on perceptions of pandemic risk*, (with G. Bobba, M. Mancosu, A. Seddone and F. Vegetti) *Italian Journal of Electoral Studies*, QOE-IJES, 84(2), pp. 79-91.
- 2021a *How Do «Easy» and «Tough» Media Shape Candidates' Evaluation? Effects of Visibility and Tone on Voters during the Election Campaign* (with M. Mancosu, A. Seddone, G. Bobba, C. Cremonesi, P. Mancini and G. Legnante), *Comunicazione politica*, 22(1), pp. 47-78.
- 2019b *European versus domestic politics: Media negativity during the 2019 European Elections campaign in Italy* (with A. Seddone & G. Bobba), in *IPS Italian Political Science*, 14 (2), pp. 73-92.
- 2019a *Political Information Exposure and Populist Attitudes in the «Laboratory of Populism». An Exploratory Analysis of the 2018 Italian General Election Campaign* (with C. Cremonesi, G. Bobba, G. Legnante, M. Mancosu and A. Seddone). *Comunicazione politica*, 20(1), pp. 39-62.
- 2018a *The traditional media, political parallelism and public opinion on contentious issues in the 2018 Italian election campaign* (with P. Mancini). *Contemporary Italian Politics*, 10 (3), 243-266.
- 2018b *Emozioni e politica alla prova dell'urna. Spunti per un'agenda di ricerca*, in *Comunicazione politica*, XVIII, 1: pp. 3-12.

- 2018c The likeability of populism on social media in the 2018 Italian general election. (con G. Bobba), *IPS Italian Political Science*, 13 (1), 1-12.
- 2016 Political Communication and Political Science: looking for a shared research agenda (con F. Amoretti), in *IPS Italian Political Science*, n. 1.
- 2015 Al di là dei media? La lezione di Bernard Manin sulla resilienza della democrazia, in *Comunicazione politica*, XV, 2, pp. 157-162.
- 2014a Strumenti per analizzare una democrazia in bilico tra vecchio e nuovo, *Comunicazione politica*, XIV, 3, pp. 419-420
- 2014b Adesso basta! La posta in gioco delle elezioni 2013 fra ciclo elettorale e protesta antipartitica in *Comunicazione politica*, XIV, 1, pp. 11-28.
- 2013a Candidates in a negative light. The 2013 Italian Election Campaign in the Media, (con G. Bobba, G. Legnante, A. Seddone), in *Rivista italiana di Scienza politica*, vol. 43, n. 3, pp. 353-380.
- 2013b Media, temi e leader nella campagna elettorale italiana 2013, (con G. Legnante) in *Comunicazione politica*, XIII, 1, pp. 7-10
- 2012a Le rappresentazioni mediatiche della crisi tra bisogni informativi e strategie politico-comunicative (con C. Cepernich e L. Caruso) in *Rassegna italiana di sociologia*, LIII, n. 1, pp. 137-168.
- 2012b Popolarizzare o rimuovere? La comunicazione politica del governo Berlusconi di fronte alla crisi economica, in *Comunicazione politica*, XIII, 3, pp. 379-408.
- 2010 Media, partiti e second order elections. Materiali per un bilancio e prospettive di ricerca in *Comunicazione politica*, XI, 1, pp. 5-14.
- 2009 A strategic but, as yet, little established sector. The offer of political and public communications studies after the ministerial decree 270/2004, (con F. Amoretti), in *IPS Italian Political Science*, n. 3.
- 2008a Surfing and trying to keep afloat. The political communication process in a highly fragmented coalition led by a 'Great Mediator', (con M. Belluati) in *Modern Italy*, vol. 13, n.3, pp. 333-348.
- 2008b Silvio Berlusconi da leader dell'antipolitica a «sindaco d'Italia». Comunicazione e cicli di popolarità, in *Biblioteca della libertà*, XLIII, n. 193, pp. 93-107.
- 2005 Campaigning and Governing. An Analysis of Berlusconi's Rhetorical Leadership, in *Modern Italy*, vol. 10. n. 1, pp. 75/94.
- 2004 Mediation of Italian Politics and the Political Marketing of Leaders' Private Lives, in *Parliamentary Affairs*, 57, n. 1, pp: 108-117.
- 2002 Fra autoreferenzialità e guerriglia mediale. La campagna elettorale 2001 nella stampa quotidiana, in *Comunicazione politica*, III, n. 1, pp. 51-80.
- 2000a A Woman at the Quirinal? Thanks, but not Thanks. The Social Construction of Women Political Agenda in the 1999 Italian Presidential Election, in *European Journal of Women Studies*, vol. 7, pp. 103-126.
- 2000b L'Europa in agenda. Campagna permanente ed elezioni di secondo ordine, in *Comunicazione politica*, I, n. 2, pp. 181-203.
- 2000c Una crisi allo specchio. Politici e giornalisti fra complicità e conflitti, in *Teoria politica*, XVI, n. 3, pp. 175-197.
- 1997 Dalla sottovalutazione alla rissa: la campagna a Torino, in *Comunicazione politica*, VI, 1, pp. 11-24.
- 1996 Sei campagne elettorali tra nazionale e locale, in *Comunicazione politica*, V, 1, pp. 41-50.
- 1994 La campagna elettorale a Torino, in *Comunicazione politica*, III, 2, pp. 30-33.
- 1990 Le nomine del "sottogoverno". Evidenze da un'indagine empirica, in *Sisifo*, 19, pp. 10-14.
- 1985 La "coscienza del poi". Note e considerazioni su informazione e rimozione del terrorismo nei media, in *Problemi dell'informazione*, X, 1, pp. 43-73.

#### CAPITOLI IN LIBRI INTERNAZIONALI

- 2021b Media Politics and Populism as a Mobilisation Resource. in R. Heinisch, C. Holtz-Bacha and O. Mazzoleni (eds.), *Political Populism: A Handbook*. Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG. pp. 399-412.
- 2020 Same Topics with Different Meanings? Social Networks and the Trans-Nationalization of Issues and Frames in European Public Policy Agendas (with S. Bentivegna) In E. Neveu & M. Surdez (eds.) *Globalizing Issues. How Claims, Frames and Problems Cross Borders*, Cham: Palgrave Macmillan, pp. 137-162.
- 2019 Journalistic Narratives and Political Communication Strategies Against the Background of a Critical Mood: The 2018 Election Campaign in the Traditional Media and Beyond (with C. Cremonesi). In L. Ceccarini & J.L. Newell (Eds.), *The Italian General Election of 2018. Italy in Uncharted Territory*, Cham: Palgrave Macmillan, pp. 191-215.
- 2017 Media Politics and Populism as a Mobilization Resource in R. Heinisch, C. Holtz-Bacha and O. Mazzoleni (eds.), *Political Populism: A Handbook*, Baden: Nemos, pp. 383-395.
- 2011 Mediatizing Europe while ignoring the European election: the paradox of the Italian case in Maier M., L. Lee Kaid and J. Strömbäck (eds.) *Political Communication in European Parliamentary Elections*, Farnham: Ashgate, pp. 129-144.
- 2009 The Low-Intensity Media Campaign and a Vote That Comes from Far Back in J.L. Newell (ed.) *The Italian General Election of 2008. Berlusconi Strikes Back*, Palgrave MacMillan, Houndmills, Basingstoke, pp. 150-170.
- 2008a The news coverage of elections in the long transition of Italian democracy in J. Stromback and L. Lee Kaid (eds.) *Handbook of Election News Coverage Around the World*, London, Routledge.
- 2008b “And the winner is...”: Competing for votes in the print and broadcast media, in J. Newell (ed.), *The Italian General Election 2006*, Manchester, Manchester University Press, pp. 156-176.
- 2002a A Crisis in the Mirror. Old and New Elements in Italian Political Communication in E. Neveu and R. Kuhn, (eds.) *Political Journalism. New Challenges, New Practices*, London, Routledge, 69-91.
- 2002b Virtual Clashes and Political Games: the campaign in the print and broadcast media in J. Newell (ed.), *The Italian General Election of 2001: Berlusconi's Victory*, Manchester, Manchester University Press, 143-161.
- 2000 Media Influence in the Italian Transition from a Consensual to a Majoritarian Democracy, (con C. Marletti) in R. Gunther and A. Mughan, (eds), *Democracy and The Media: A Comparative Perspective*, New York, Cambridge University Press, pp. 195-240.

#### CAPITOLI IN LIBRI NAZIONALI

- 2020 Processi di convergenza e divergenza politica nelle democrazie avanzate (con A. Mastropaolo e R. Sciarrone) in C. Trigilia (a cura di) *Capitalismi e democrazie. Si possono conciliare crescita e uguaglianza?*, Bologna: il Mulino, 2020, pp. 381-411.
- 2019 Il critical mood sullo sfondo: campagna e narrazioni nei media tradizionali e oltre (con C. Cremonesi) in L. Ceccarini e J. L. Newell (a cura di). *Un territorio inesplorato. Le elezioni del 4 marzo 2018*, Maggioli, Santarcangelo di Romagna.
- 2018 Tanto tuonò che piovve: la campagna elettorale nei giornali e in televisione (con P. Mancini), in ITANES, *Vox populi. Il voto ad alta voce del 2018*, Bologna: il Mulino, pp. 47-62.
- 2015a I media, la politiche e le politiche (con L. Bobbio) in L. Bobbio e F. Roncarolo, *I media e le politiche. Come i giornali raccontano le scelte pubbliche che riguardano la vita dei cittadini*, Bologna: il Mulino, pp. 7-37.

- 2015b Troppa politica, poche politiche (con L. Bobbio) in L. Bobbio e F. Roncarolo, *I media e le politiche. Come i giornali raccontano le scelte pubbliche che riguardano la vita dei cittadini*, Bologna: il Mulino, pp. 181-210.
- 2015c A monte della campagna elettorale: Europa e politiche pubbliche nei quotidiani di tre paesi mediterranei, in M. Belluati e P. Caraffini (a cura di) *L'Unione Europea tra istituzioni e opinione pubblica*, Milano, Carocci, pp. 209-224.
- 2013 La campagna elettorale sui media, in Itanes, *Voto amaro. Disincanto e crisi economica nelle elezioni del 2013*, Bologna, il Mulino, pp. 33-44 (con G. Legnante, P. Mancini, P. Mazzoleni).
- 2012 Cambiamento politico, campagne elettorali e media: la lezione delle amministrative 2011” in M. Belluati e G. Bobba (a cura di), *Dentro e fuori i media. Le elezioni amministrative 2001 a Milano e Torino*. “Quaderni dell'Osservatorio sulla comunicazione politica”, SPS University Press, pp. 11-22.
- 2010a Troppo diversa o troppo uguale? Requisiti di genere e cambiamento politico nella campagna presidenziale di Hillary Rhodam Clinton’ in D. Campus (a cura di) *L'immagine della donna leader*, Bologna, Bnomia University Press, pp. 191-221.
- 2010b Tra nazionale e locale. L'avvio della campagna per le regionali in Piemonte, (con G. Bobba) in *Governi locali e regionali in Europa fra sistemi elettorali e scelte di voto*, Atti del X Convegno internazionale SISE”, Torino, Consiglio Regionale del Piemonte, pp. 653-76.
- 2010c Leaderismo, in A. d’Orsi (a cura di), *Gli Ismi della politica*, Roma, Viella.
- 2007a Quando governare e fare campagna si accordano. Il caso Veltroni e il “modello Roma”, in C. Marletti (a cura di), *Il leader postmoderno. Studi e ricerche sulla mediatizzazione delle campagne elettorali locali*, Milano, F. Angeli, pp. 327-360.
- 2007b Modelli di campaigning. Le strategie comunicative di Berlusconi e Prodi nella campagna permanente italiana in P. Mancini (a cura di), *La maratona di Prodi e lo sprint di Berlusconi. La campagna elettorale 2006*, Roma, Carocci, pp. 77-108.
- 2005 La transnazionalizzazione mediatica dei leader europei: il dibattito su Berlusconi nella stampa straniera in Carlo Marletti e Jean Mouchon (a cura di) *La costruzione mediatica dell'Europa*, Milano, F. Angeli, pp. 251-279.
- 2003a Il coverage della guerra fra informazione e propaganda. Vecchi e nuovi paradigmi della rappresentazione e del controllo, in A. d’Orsi (a cura di), *Guerre globali. Capire i conflitti del XXI secolo*, Roma, Carocci, 225-243.
- 2003b Informazione e campagne elettorali: antiche sfide e nuove tendenze (con Rolando Marini) in Carlo Sorrentino (a cura di), *Le nuove tendenze della comunicazione*, Roma, Carocci, pp. 189-206.
- 1997 Territorializzazione del voto e comunicazione locale, in *La ricerca sulla campagna elettorale nei media fra qualità e quantità*, Atti del convegno a cura di M. Morcellini e C. Spada, Roma, Cattid.
- 1995 Più mercati che piazze elettroniche. La campagna elettorale 1994 a Torino in *I media scendono in campo*, a cura di P. Mancini, G. P. Mazzoleni, Roma, Nuova Eri, Rai, pp. 199-233.
- 1994b Per dovere di cronaca. Modalità e logiche delle presenze femminili nel flusso delle notizie, in Regione Piemonte, Università degli Studi di Torino-C.I.R.S.De, *Immagini donna nei quotidiani e nell'informazione televisiva locale*, Torino.
- 1996a Opinione pubblica e relazioni internazionali, voce in *Società Internazionale*, vocabolario a cura di F. Armao, E. Parsi, Milano, Jaca Book.
- 1996b Mass media, voce nel *Dizionario di politiche pubbliche*, a cura di G. Capano, M. Giuliani, Roma, La Nuova Italia Scientifica.
- 1993 La campagna elettorale a livello locale. Il caso di Torino, in *Persone sulla scena. La campagna elettorale 1992 in televisione*, a cura di P. Mancini Roma, Nuova Eri, Rai, pp. 201-259.