

Indice

Presentazione	4
I Sessione <i>Comunicazione e nuovi media</i>	7
Mondi online e scenari di pandemia. Il significato della comunicazione online durante il primo lockdown in Italia dovuto a COVID-19 (<i>Simone Rollo</i>)	8
ODIO 2.0: una prospettiva psicosociale sui processi di radicalizzazione online (<i>Serena Verbena</i>)	22
Salute, proattività e tecnologie digitali (<i>Luca Benvenga</i>)	34
II Sessione <i>Comunicazione e processi produttivi</i>	48
Sul ‘potenziale ecologico’ della comunicazione nei sistemi agroalimentari. Appunti preliminari sul concetto di ‘comunicazione agroecologica’ (<i>Roberto Franco Greco</i>)	49
Alternative Food Networks (AFN) e comunicazione virtuale: il caso della rete Salento km0 (<i>Sara Nocco</i>)	62
III Sessione <i>Narrazioni umane e comunicazione</i>	75
Comunicare e Curare. Dall’Autoreferenzialità del Sintomo alla Dialettica del Desiderio (<i>Chiara Agagiù</i>)	76
Alla conquista del Parlamento europeo. Strategie comunicative e campagne elettorali del PCI durante le elezioni europee del 1979 e del 1984 (<i>Michele Pieroni</i>)	87
Narrare lo spazio fisico e sociale: arte pubblica e metamorfosi del margine. Il caso studio del progetto di arte muraria nel quartiere 167 b/ San Giovanni Battista di Lecce (<i>Francesca Maria Fiorella</i>)	99
«Così e non diversamente». Comunicare il territorio attraverso il cinema documentario: uno sguardo sul Rione Traiano di <i>Selfie</i> (A. Ferrente, 2019) (<i>Patrizia Miggiano</i>)	112
Le forme collaborative di comunicazione del co-design e l’interazione con le scienze sociali: l’invenzione di un cultural probe come caso studio (<i>Chiara Vacirca</i>)	130
Note sugli autori e sulle autrici	143