

## CURRICULUM SCIENTIFICO E DIDATTICO

ANTONIO MARTELLA, PH.D.

RICERCATORE A TEMPO DETERMINATO (A), UNIVERSITÀ DI TORINO, ITALIA

### PRESENTAZIONE

Antonio Martella, Ph.D. (Università di Torino), è ricercatore presso il Dipartimento di Culture, Politiche e società dell'Università di Torino.

E' componente dell'Osservatorio sulla Comunicazione Politica e Pubblica del Dipartimento di Culture, Politica e Società dell'Università di Torino e membro del progetto di ricerca "Partnership Master in giornalismo 'Giorgio Bocca' - Università di Torino/COREP e Reuters Institute – University of Oxford".

E' Research Associate del "MediaLaB |Big Data in Social and Political Research Lab" del Dipartimento di Scienze Politiche dell'Università di Pisa. Inoltre, è componente del Consiglio direttivo dell'Associazione Italiana di Comunicazione Politica, e segretario della rivista scientifica di fascia A "The Lab's Quarterly".

Insegna "Giornalismo digitale" per il Corso di laurea magistrale in Comunicazione Pubblica e Politica dell'Università di Torino.

I suoi interessi di ricerca si focalizzano principalmente su:

- giornalismo digitale e innovazione nella produzione, diffusione e consumo dell'informazione attraverso l'analisi delle piattaforme, data science e intelligenza artificiale;
- comunicazione politica e social media, attraverso l'analisi dei leader, degli stili comunicativi, del populismo e della partecipazione online;
- polarizzazione online, attraverso l'analisi della polarizzazione delle élite e delle issue controverse;
- metodi della computational social science, quali social network analysis, analisi fattoriale e clustering, statistica inferenziale, machine learning e deep learning.

### POSIZIONE ATTUALE

Ricercatore a tempo determinato tipo A in Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi (GSPS-06/A ex SPS/08-14/C2) dal 01.02.2022 presso l'Università di Torino.

Dipartimento di Culture, Politica e società | Università di Torino

Lungo Dora Siena, 100 A | 10153 Torino

Phone: 011 670 4141

e-mail: antonio.martella@unito.it

### POSIZIONI ACCADEMICHE PREGRESSE

01.05.2021 a 31.01.2022	Assegnista di ricerca, Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale, Università di Trento nell'ambito del progetto PRIN "PRIN 2017 - I-POLHYS Investigating Polarization in HYbrid media Systems". <b>Attività:</b> in continuità con il precedente assegno di ricerca.
01.05.2020 a 30.04.2021	Assegnista di ricerca, Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale, Università di Trento nell'ambito del progetto PRIN "PRIN 2017 - I-POLHYS Investigating Polarization in HYbrid media Systems". <b>Attività:</b> Raccolta, gestione, preparazione e analisi dei dati dei social media (Facebook, Twitter e Instagram) finalizzata all'identificazione della polarizzazione delle élite politiche e mediali nel quadro di un dibattito pubblico caratterizzato da parallelismo politico. Identificazione dei legami tra polarizzazione politica e comunicazione al livello delle élite e in relazione alle diverse piattaforme (mass media e media digitali). Analisi automatizzata del testo dei social media di attori politici e mediali per l'identificazione di topic, frame, e discorsi focalizzata su issue specifiche caratterizzate da

- polarizzazione, attraverso tecniche statistiche (topic modeling) e di deep learning (word/sentence embedding).  
 Analisi dell'engagement generato da issue polarizzanti e del contributo dei singoli attori (media, politica e cittadini) nella costruzione di frame divergenti finalizzati a sfruttare la logica algoritmica degli ambienti digitali.  
 Applicazione del framework teorico dell'intersezionalità allo studio della polarizzazione nel caso di issue specifiche quali: Silvia "Aisha" Romano, Carola Rackete, etc.
- 23.04.2019 a  
 22.04.2020
- Assegnista di ricerca, Consiglio Nazionale delle Ricerche di Pisa, nell'ambito del programma di ricerca "Registrazione nomi a dominio nel ccTLD .it" CUP B53D13000720007. Tematica "Computational propaganda. How social bots influence the online public sphere".
- Attività:** Raccolta, gestione, preparazione e analisi dei dati dei social media (Twitter e Instagram) finalizzata all'individuazione della presenza e degli effetti di account automatizzati (bot) nel dibattito pubblico online.
- Analisi della comunicazione politica online (politica, media e cittadini) durante la campagna elettorale delle Europee 2019 con tecniche di Big Data e Machine learning per l'individuazione di utenti e account automatizzati e delle attività svolte da questi all'interno del dibattito pubblico online (amplificazione della viralità dei contenuti, diffusione di fake news e misinformation, etc.).
- Analisi delle pratiche e degli effetti nel dibattito pubblico della gamification applicata nella campagna elettorale delle Europee 2019 da Matteo Salvini con il concorso VinciSalvini!
- Collaborazione allo sviluppo della libreria R ddna-rpackage (<https://github.com/WAFI-CNR/ddna-rpackage>) finalizzata all'individuazione di account automatizzati (bot) sui social media.
- Presentazione SAGE:** <https://ocean.sagepub.com/blog/devoted-users-eu-elections-and-gamification-on-twitter>
- Analisi e identificazione di testo generato automaticamente da reti neurali (GPT-2, Recurrent Neural Network) sui social media tramite strumenti di deep learning (Tensorflow e Keras).
- 2015- 2019 Dottorato di ricerca in Scienze Politiche (sez. Formazione – Titoli di studio)

## ESPERIENZE DI RICERCA PRECEDENTI

- 03.11.2016 a  
 17.01.2017
- Stage di ricerca presso l'Istituto di Informatica e Telematica del CNR di Pisa.  
 Stage finale (300 ore) del Master in Big Data & Social Analytics organizzato da Università di Pisa e Consiglio Nazionale delle Ricerche all'interno dell'infrastruttura di ricerca "So Big Data. Social Mining & Big Data Ecosystem".  
 Partner: MediaLaB del Dipartimento di Scienze Politiche dell'Università di Pisa.
- Attività:** analisi e data mining dell'opinione pubblica nelle conversazioni politiche su Twitter, attraverso l'interrogazione automatizzata degli utenti. Download e analisi dei profili e delle timeline degli utenti Twitter attraverso tecniche di Machine Learning. Analisi statistica delle risposte degli utenti sui social media finalizzata alla comparazione tra percezione e esito reale della campagna elettorale per il referendum costituzionale 2016.
- Progetto dal titolo:** Wisdom of the Twitter Crowd. The "wisdom of the crowd" tested in a social media environment.
- 2016  
 2017
- Membro del team di Social Media Management per il progetto "PhD+ Valorizzazione della ricerca, innovazione e spirito imprenditoriale" organizzato da Università di Pisa.

**Attività:** Frequenza dei workshop e diffusione online dei principali contenuti dei seminari. Social media management e analisi dei risultati della comunicazione online del progetto PhD+ organizzato dall'Università di Pisa.

**Report disponibili all'URL:** <https://medialab.sp.unipi.it/tag/phd/>

**Link edizione 2016:** <https://phd.iet.unipi.it/formazione/item/791-programma-phd-plus-2016-%E2%80%9Cvalorizzazione-della-ricerca,-innovazione,-spirito-imprescindibile%E2%80%9D.html>

**Link edizione 2017:**

<https://www.dm.unipi.it/sites/default/files/Phd%20plus%202017%20Programma.pdf>

01.07.2015 a  
01.04.2020 Data Analyst e Research Assistant Coordinator per “MediaLaB Unipi | Big Data in Social and Political Research Lab”. Dipartimento di Scienze Politiche, Università di Pisa.

**Attività:** Coordinatore Research Assistant sui progetti di ricerca del MediaLaB finalizzati all'analisi della comunicazione online attraverso l'applicazione di strumenti e metodologie innovative - machine learning, deep learning, social network analysis – per l'analisi dei Big Data nelle scienze politiche e sociali (<http://medialab.sp.unipi.it/ricerche/>). Raccolta, gestione e analisi dei dati dei social media prodotti dai principali attori della comunicazione politica (media, politici, giornalisti e figure di pubblico interesse) sulle principali piattaforme social (Facebook, Instagram, Twitter, Tik Tok)

**Link:** <https://medialab.sp.unipi.it/team/>

01.03.2015 A  
30.06.2015 Research Assistant per il progetto di ricerca #Toscana15 presso l'Istituto di Informatica e Telematica del CNR di Pisa.

**Partner:** MediaLaB del Dipartimento di Scienze Politiche dell'Università di Pisa; IIT-CNR (Istituto di Informatica e Telematica del CNR di Pisa); ILC-CNR (Istituto di Linguistica Computazionale CNR di Pisa); il Tirreno (quotidiano); WEVO srl.

Progetto disponibile all'URL:

<http://iltirreno.gelocal.it/regione/toscana/2015/05/04/news/toscana15-lo-staff-1.11355461>

**Attività:** Analisi dei candidati, dei partiti politici e dei media sui social media durante la campagna elettorale regionale 2015 in Toscana. Discussione e costruzione di indici sintetici per interpretare i Big Data della comunicazione politica. Individuazione dei differenti stili comunicativi tra i soggetti monitorati (media, candidati e partiti politici) e del relativo impatto negli ambienti online.

Analisi delle reti sociali formate dalle interazioni tra politici, media e cittadini, finalizzata all'identificazione dei meccanismi di circolazione dei contenuti negli ambienti digitali (echo-chambers, effetto San Matteo, polarizzazione politica, etc.).

Collaborazione con la redazione de il Tirreno per l'analisi dei dati social della campagna elettorale regionale 2015 in Toscana.

**Produzione di report di ricerca:**

1. Candidati Presidenti, Consiglieri e Partiti sui Social Media: una campagna poco Social. Testo disponibile all'URL: <https://core.ac.uk/download/32978166.pdf>
2. Candidati Presidenti, Consiglieri e Partiti sui Social Media: una campagna Social o (a)Social? Testo disponibile all'URL: <https://core.ac.uk/download/32978167.pdf>

**Articolo il Tirreno:**

<https://iltirreno.gelocal.it/regione/toscana/2015/05/30/news/toscana15-e-stata-un-altra-campagna-elettorale-poco-social-1.11523661>

1.10.2014 a  
01.02.2015 Research assistant presso il Dipartimento di Scienze Politiche dell'Università di Pisa.  
**Attività:** uso del software statistico R per la gestione e la costruzione dei database e l'analisi dei dati dei social media. Studio dei processi di interazione tra televisione e social media

(Social TV) attraverso tecniche innovative per l'analisi qualitativa e quantitativa dei contenuti generati dagli utenti in relazione al contenuto televisivo. Analisi delle serie storiche dei tweet. Uso del software T-Lab per l'analisi quantitativa del testo per esaminare il contenuto dei social media e dei quotidiani. Analisi della viralità dei contenuti online all'interno di un ecosistema ibrido, prodotti nell'interazione tra media, giornalisti, politica e cittadini.

## PUBBLICAZIONI [ORCID: 0000-0003-3378-1782]

### A. ARTICOLI IN RIVISTE SCIENTIFICHE FASCIA A (AREA 14 C/2)

1. Martella, A., (2024) “Guerra in Ucraina. L’agenda della stampa italiana su Facebook tra convergenze e divergenze”. *Comunicazione Politica*, 25:1, pp. 37-60, ISSN: 1594-6061, DOI: 10.3270/113281 [fascia A 14 C/2]
2. Martella, A., Cepernich, C., (2024) “«Dacci oggi il nostro TikTok quotidiano». Strategie di pubblicazione dei quotidiani italiani su TikTok”, *Problemi dell’informazione*, 49:1, pp. 65-92, ISSN: 0390-5195, DOI: 10.1445/113229 [fascia A 14 C/2]
3. Martella, A., Pavan, E., (2023) “‘We hate her... and you too’: Polarized intersectionality in Italy throughout changing political scenarios”, *New Media & Society*, 0:0, pp. 1-20, ISSN: 1461-7315. DOI: 10.1177/14614448231160706 [fascia A 14 C/2].
4. Martella, A., Roncarolo, F., (2022) “Giorgia Meloni in the spotlight. Mobilization and competition strategies in the 2022 Italian election campaign on Facebook”, *Contemporary Italian Politics*, 15:1, pp. 88-102, ISSN: 2324-8823, DOI: 10.1080/23248823.2022.2150934 [fascia A 14 C/2].
5. Martella A., Bracciale R. (2022) “Populism and emotions: Italian political leaders’ communicative strategies to engage Facebook users”, *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 35:1, pp. 65-85, ISSN: 1351-1610, DOI: 10.1080/13511610.2021.1951681 [fascia A 14 C/2].
6. Fagni, T., Falchi, F., Gambini, M., Martella, A., Tesconi, M., (2021), “[TweepFake: About detecting deepfake tweets](#)”, *PLoS ONE*, 16:5, pp. 1-16, ISSN: 1932-6203, DOI: 10.1371/journal.pone.0251415 [fascia A 14 C/2, open access]
7. Bracciale R., Andretta M., Martella A. (2021), “Does populism go viral? How Italian leaders engage citizens through social media”, *Information, Communication & Society*, 24:10, pp. 1477-1494, ISSN: 1369-118X, DOI: 10.1080/1369118X.2021.1874472 [fascia A 14 C/2].
8. Pavan, E., Martella, A., (2021), “The release of #SilviaRomano: a case of mediated polarized intersectionality”, *Problemi dell’informazione*, 46:3, pp. 377-411, ISSN: 0390-5195, DOI: 10.1445/102513 [fascia A 14 C/2].
9. Bracciale R., Martella A., Visentin C. (2018), “[From Super-Participants to Super-Echoed. Participation in 2018 Italian Electoral Twittersphere](#)”, *PACO-Partecipazione e Conflitto*, 11:2, pp. 361-393, ISSN: 2035-6609, DOI: 10.1285/i20356609v11i2p361 [fascia A 14 C/2, open access].
10. Bracciale R., Martella A. (2017), “Define the Populist Political Communication Style: the case of Italian political leaders on Twitter”, *Information, Communication & Society*, 20:9, pp. 1310-1329, ISSN: 1369-118X, DOI: 10.1080/1369118X.2017.1328522 [fascia A 14 C/2].
11. Bracciale R., Martella A. (2016), “Le «Tweeting habit» dei media outlet italiani: strategie di comunicazione in un ecosistema mediale ibrido”, *Problemi dell’informazione*, 3, pp. 505-539, ISSN: 0390-5195, DOI: 10.1445/84857 [fascia A 14 C/2].

### B. MONOGRAFIE

1. Martella, A., (2024), “Scrolling Politics. La comunicazione politica alla prova di TikTok”. Milano: Meltemi.

## C. ARTICOLI IN RIVISTE SCIENTIFICHE E CAPITOLI IN LIBRI

1. Martella, A., Jerónimo, P. (2025), “TikTokization of the news: news media content production strategies in Portugal” in Biancalana, C., Goglio, V. (a cura di), *Mapping the Evolution of Platform Society: Multidisciplinary Insights from Social and Political Sciences*, Emerald Publishing. [accepted, previsto 18 Marzo 2025]
2. Borgna, C., Martella, A., (2025), “Made in Italy. Online hate speech targeting gender-normative defiance at the Sanremo music festival”, in Biancalana, C., Goglio, V. (a cura di), *Mapping the Evolution of Platform Society: Multidisciplinary Insights from Social and Political Sciences*, Emerald Publishing [accepted, previsto 18 Marzo 2025]
3. Cepernich, C., Martella, A., (2024), “La politica da soggetto a oggetto della narrazione elettorale. Le elezioni politiche 2022 su TikTok in Italia”, *Digital Politics*, 2024:3, pp. xx-xx, ISSN 2785-0072, DOI: xxxx [open access, previsto dicembre 2024]
4. Bracciale R., Martella A. (2023), “Leader’s Visual Communication Style: Between Personalisation and Populism” in Lilleker D., Veneti A. (eds.), *Research Handbook in Visual Politics*, Cheltenham: Edward Elgar, pp. 194-214, ISBN: 9781800376922.
5. Martella, A., (2022), “[Italian leaders’ populist communication style in 2018 election campaign](#)” in Calossi, E., Imperatore, P. (a cura di), *Populism in contemporary Italian politics : actors and processes in time of crisis*, Pisa, Pisa University Press, pp. 157-180, ISBN: 9788833397009. [open access]
6. Zola, P., Cola, G., Martella, A., Tesconi, M., (2022), “Italian top actors during the Covid-19 infodemic on Twitter”, *International Journal of Web Based Communities*, 18:2, pp. 150-172, ISSN: 1477-8394, DOI: 10.1504/IJWBC.2022.124783.
7. Bracciale R., Grisolia F., Martella A., Tesconi M., (2022), “[Vinci Salvini! Boosting engagement in the 2019 European elections campaign in Italy](#)”, *First Monday*, 27:6, ISSN: 1396-0466 [open access].
8. Cepernich C., Bracciale R., Martella A., Crisosto C. (2019), “[I like non sono voti? La campagna sui social nelle europee 2019](#)” in Valbruzzi M. (a cura di), *L’Italia sovranista e la sfida all’Europa. Le elezioni europee ed amministrative 2019*, Bologna, Istituto Carlo Cattaneo, pp. 80–85, ISBN: 9788894112665 [open access].
9. Campo, E., Martella, A., Ciccicarese, L., (2018), “[Gli algoritmi come costruzione sociale. Neutralità, potere e opacità](#)”, *The Lab’s Quarterly*, 20:4, pp. 7-24, ISSN: 1724-451X, DOI: 10.13131/1724-451x.labsquarterly.axx.n4.7-24. [open access]
10. Bracciale R., Martella A. (2017), “[Stili di presenza online dei candidati alla Presidenza: verso una normalizzazione della sfera pubblica?](#)” in Andretta M., Bracciale R. (a cura di), *Social Media Campaigning: le elezioni regionali in #Toscana2015*, Pisa, Pisa University Press, pp. 163-212, ISBN PRINT: 9788867418091; ISBN eBOOK: 9788867418466 [open access].
11. Bracciale R., Martella A. (2017), “[L’umbrella hashtag di #Toscana15: il network delle elezioni regionali](#)” in Andretta M., Bracciale R. (a cura di), *Social Media Campaigning: le elezioni regionali in #Toscana2015*, Pisa, Pisa University Press, pp. 269-303, ISBN PRINT: 9788867418091; ISBN eBOOK: 9788867418466 [open access].

## D. RECENSIONI

1. Sara Bentivegna. A colpi di Tweet. La politica in prima persona. il Mulino, Bologna, 2015, in “Problemi dell’informazione”, 1, 2016, pp. 233-234.
2. Marco Damiani. La network analysis nelle scienze politiche. Presupposti teorici e applicazioni empiriche. Morlacchi, Perugia, 2014, “Quaderni di Teoria Sociale”, 1, 2015, pp. 205-212.

## 1. CONVEGNI DI CARATTERE SCIENTIFICO IN ITALIA O ALL'ESTERO

12.09.2024 14.09.2024	«La politica da soggetto ad oggetto della narrazione elettorale. Le elezioni Politiche 2022 su TikTok» (con C. Cepernich) Paper presentato alla XXXVII Conferenza della Società Italiana di Scienza Politica (SISP), “Europe and Borders: Democracy, Union, and States”, Università di Trieste, Italia [call for paper].
26.06.2024	FeltrinelliCamp “Fake politics: sfide alla sfera pubblica, dalla disinformazione alla Fringe Democracy”. Tavolo tematico 5. Dalla democrazia dei cittadini alla democrazia dei fan. Fondazione Giangiacomo Feltrinelli, Milano, Italia [su invito].
30.05.2024 01.06.2024	«TikTokization of the news: news media content production strategies in Portugal» (con P. Jerónimo) Paper presentato al Convegno annuale ComPol (Associazione Italiana di Comunicazione Politica) “The new European public sphere, the crises and challenges of 'post-truth'”, Università di Catania, Italia [call for paper].
22.02.2024 23.02.2024	«Weaponizing Exclusion. Polarized Intersectionality in Online Debates» (con E. Pavan) Paper presentato alla conferenza internazionale “Polarization and Beyond: What Comes Next in Political Communication Research” di I-POLHYS Investigating POLarization in HYbrid media Systems,, Università di Bologna, Italia [su invito].
08.06.2023 10.06.2023	«News media and Tik Tok: adoption, presence, and communicative strategies in Italy» (con C. Cepernich). Paper presentato al Convegno annuale ComPol (Associazione Italiana di Comunicazione Politica) “Beyond digital political communication: platforms, algorithms and automation”, Università di Torino, Italia [call for paper].
26.01.2023 27.01.2023	«Alla prova degli elettori. Le strategie del campaigning 2022 nella percezione del pubblico» (con F. Roncarolo). Paper presentato al convegno nazionale “L’Italia al voto. Le elezioni politiche del 2022”, Università di Milano, Italia [call for paper].
15.12.2022 15.12.2022	«Back to Lazarsfeld? Media exposure typicality and its impact on voting satisfaction» (con F. Roncarolo e M. Mancosu). Paper presentato a Workshop Itanes 2022 “Scelte di voto, competizione e contesti elettorali nelle politiche 2022”, Università di Bologna, Italia [su invito].
25.11.2022 26.11.2022	«Polarized intersectionality in Italy: the weaponization of women's public (mis)representation throughout changing political alliances» (con E. Pavan) Paper presentato al convegno nazionale “Gender R-Evolutions: immaginare l’inevitabile, sovvertire l’impossibile”, Università di Trento, Italia [call for paper].
8.09.2022 10.09.2022	«Media polarization on Ukraine invasion: how Italian media framed news and how their audiences reacted on Facebook» Paper presentato al XXXV convegno annuale SISP (Società Italiana di Scienza Politica), Università di Roma, La Sapienza, Italia [call for paper].
22.08.2022 26.08.2022	«Polarized intersectionality in Italy: changing political alliances and the weaponization of women's public representation» (con E. Pavan). Paper presentato a General Conference ECPR (European Consortium for Political Research), University of Innsbruck, Austria [call for paper].
30.06.2022 1.07.2022	«Polarized intersectionality in Italy: the weaponization of women’s public (mis)representation in changing political alliances (con E. Pavan).

	Paper presentato al convegno annuale ComPol (Associazione Italiana di Comunicazione Politica), “La comunicazione politica in (tempi di) crisi”, Università di Bologna, Italia [call for paper].
16.06.2022 17.06.2022	«Leaders’ visual communication styles: between Personalisation and Populism through the celebritization of politics» (con R. Bracciale). Paper presentato al Convegno internazionale LEPA “LEgalità e Partecipazione. Tendenze, sfide e prospettive, Università di Perugia, Italia [call for paper].
09.09.2021 11.09.2021	«The release of #SilviaRomano: a case of polarized intersectionality» (con E. Pavan). Paper presentato al XXXIV convegno annuale SISP (Società Italiana di Scienza Politica), Virtual Event [call for paper].
6.09.2021 10.09.2021	«The release of #SilviaRomano: a case of polarized intersectionality» (con E. Pavan). Paper presentato a 5th European Conference on Social Network EUSN 2021, Università di Napoli – Federico II, Italia. Virtual Event [call for paper].
10.07.2021 14.07.2021	«Online Campaigning and Devoted Users - Gamification and Engagement on Twitter in the 2019 EP Election Campaign» (con F. Grisolia, R. Bracciale, M. Tesconi). Paper presentato a IPSA (International Political Science Association), World Congress of Political Science, “New Nationalisms in an Open World”, Lisbona, Portogallo, Virtual Event [call for paper].
10.07.2021 14.07.2021	«Italian Leaders’ Populist Communication Styles during the 2018 General Election Campaign and the Social Media Engagement» (con M. Andretta e R. Bracciale). Paper presentato a IPSA (International Political Science Association), World Congress of Political Science, “New Nationalisms in an Open World”, Lisbona, Portogallo, Virtual Event [call for paper].
06.10.2020 09.10.2020	«Covid-19 in the Italian Twittersphere» (con P. Zola, G. Cola). Paper presentato alla 12th International Conference on Social Informatics (SOCINFO) 2020 – CNR -, Università di Pisa, Italia. Virtual Event [call for paper].
12.12.2019 14.12.2019	«Look at Me!: l’hyper-personal leader su Instagram» (con C. Crisosto e R. Bracciale). Paper presentato al convegno annuale ComPol (Associazione Italiana di Comunicazione Politica), “La comunicazione politica nell’ecosistema dei media digitali”, Università di Milano Statale, Italia [call for paper].
12.12.2019 14.12.2019	«Online campaigning, gamification and devoted users: Patterns of engagement on Twitter in the 2019 EP election campaign» (con F. Grisolia e M. Tesconi). Paper presentato al convegno annuale ComPol (Associazione Italiana di Comunicazione Politica), “La comunicazione politica nell’ecosistema dei media digitali”, Università di Milano Statale, Italia [call for paper].
12.09.2019 14.09.2019	«Il Leader che vediamo: la campagna per le Europee 2019 su Instagram» (con C. Crisosto). Paper presentato al XXXIII Convegno nazionale SISP (Società Italiana di Scienza Politica), Università del Salento, Lecce [call for paper]
1.07.2019 2.07.2019	«Leaders’ Social Media Communication Style and Its Efficacy: the Case of the Italian 2018 Election Campaign» (con M. Andretta e R. Bracciale). Paper presentato al Symposium “Social Movements and Parties in a Fractured Media Landscape” organizzato dal Journal “Information, Communication & Society” e dal Cosmos (Centre on Social Movement Studies), Scuola Normale Superiore, Firenze, Italia [call for paper].
13.12.2018 15.12.2018	«La campagna elettorale dei leader su Twitter e Instagram: la comunicazione visuale tra personalizzazione e populismo» (con C. Crisosto). Paper presentato al convegno annuale ComPol (Associazione Italiana di Comunicazione Politica), “Temi e leader oltre le ideologie”, Università di Perugia, Italia [call for paper].
6.09.2018 8.09.2018	«Leaders’ communication style: how populism is adopted in social media according to issues» (con R. Bracciale).

	Paper presentato al convegno annuale SISP (Società Italiana di Scienza Politica), Università di Torino, Italia [call for paper].
14.12.2017 16.12.2017	«La popolarizzazione della politica sui social media tra personalizzazione e negativizzazione» (con R. Bracciale e R. Rega). Paper presentato al convegno annuale ComPol (Associazione Italiana di Comunicazione Politica), “Comunicare e fare politica nella democrazia pop”, Università di Roma “La Sapienza” e Università LUISS “Guido Carli”, Roma, Italia [call for paper].
22.11.2017 23.11.2017	«Populism as a Communication Style: How Leaders Tune their Style According to Issues?» (con R. Bracciale). Paper presentato al convegno “Political Communication in Times of Crisis: New Challenges, Trends & Possibilities”, RC Political Communication di ECREA (European Communication Research and Education Association), Università di Zurigo, Svizzera [call for paper].
6.09.2017 9.09.2017	«Populism as a Communication Style: Toward a Normalization in Political Communication». Paper presentato alla General Conference di ECPR (European Consortium for Political Research), Università di Oslo, Norvegia [call for paper].
7.09.2017 8.09.2017	«Wisdom of the Twitter Crowd. The wisdom of the crowd tested in social media environment» Paper presentato al “Workshop Costi finanziari e istituzionali della politica. I nuovi populismi: cura o sintomo del male?”, CARIP (Centro per l'Analisi e la Ricerca su Istituzioni e Politica), Università di Pisa, Italy, [su invito].
15.12.2016 17.12.2016	«Lo stile comunicativo dei leader politici italiani: strategie elettorali su Twitter» (con R. Bracciale). Paper presentato al convegno annuale ComPol (Associazione Italiana di Comunicazione Politica), “Elezioni & Comunicazione. Dopo i voti nazionali, locali e referendari”, Università di Urbino, Italia [call for paper].
9.11.2016 12.11.2016	«Italian Political Leaders' Communication Strategy in a Hybrid Media Environment» (con R. Bracciale). Paper presentato a European Communication Conference ECREA (European Communication Research and Education Association), “Mediated (Dis)Continuities: Contesting Pasts, Presents and Futures”, Università di Praga, Repubblica Ceca [call for paper].
15.09.2016 17.09.2016	«Populism as a Political Communication Style: How Party Leaders' Tweets? » (con R. Bracciale). Paper presentato al XXX convegno annuale SISP (Società Italiana di Scienza Politica), Università di Milano, Italia [call for paper].
23.07.2016 28.07.2016	«Populism as Communication Style: How Party Leaders' Tweets Affect the Twittersphere?» (con R. Bracciale). Paper presentato all'IPSA (International Political Science Association) World Congress of Political Science, “Politics in a World of Inequality”, Poznan, Polonia [call for paper].

## 2. ORGANIZZAZIONE CONVEGNI DI CARATTERE SCIENTIFICO

1.01.2024 01.06.2024	Membro del comitato scientifico e della segreteria organizzativa del Convegno annuale ComPol (Associazione Italiana di Comunicazione Politica) “The new European public sphere, the crises and challenges of 'post-truth'”, Università di Catania, Italia. URL: <a href="https://www.compol.it/wp-content/uploads/2024/05/Pieghevole-digitale-finale-2024.pdf">https://www.compol.it/wp-content/uploads/2024/05/Pieghevole-digitale-finale-2024.pdf</a>
-------------------------	--



01.01.2023 10.06.2023	Membro della segreteria organizzativa e del comitato locale del convegno annuale ComPol (Associazione Italiana di Comunicazione Politica), “Beyond digital political communication: platforms, algorithms and automation”, Università di Torino, Italia. URL: <a href="https://www.compol.it/wp-content/uploads/2023/05/PIEGHEVOLE-A4.pdf">https://www.compol.it/wp-content/uploads/2023/05/PIEGHEVOLE-A4.pdf</a>
1.01.2022 1.07.2022	Membro della segreteria organizzativa del convegno annuale ComPol (Associazione Italiana di Comunicazione Politica), “La comunicazione politica in (tempi di) crisi”, Università di Bologna, Italia. URL: <a href="https://www.compol.it/eventi/convegno/convegno-2022/">https://www.compol.it/eventi/convegno/convegno-2022/</a>
1.01.2019 14.12.2019	Membro della segreteria organizzativa del convegno annuale ComPol (Associazione Italiana di Comunicazione Politica), “La comunicazione politica nell'ecosistema dei media digitali”, Università di Milano Statale, Italia. URL: <a href="https://www.compol.it/wp-content/uploads/2019/12/Programma_ComPol19.pdf">https://www.compol.it/wp-content/uploads/2019/12/Programma_ComPol19.pdf</a>

### 3. DIREZIONE O PARTECIPAZIONE ALLE ATTIVITÀ DI UN GRUPPO DI RICERCA CARATTERIZZATO DA COLLABORAZIONI A LIVELLO NAZIONALE O INTERNAZIONALE

27.03.2023 a oggi	Principal Investigator per l'Italia del progetto di ricerca internazionale “Me Vs. Populism – Measuring Vulnerability to Populist Narratives Using an Online Interactive Platform”. Codice progetto: PN-III-P1-1.1-PD-2021-0267 (Ministry of Research, Innovation and Digitalisation, Government of Romania). Il progetto si focalizza sulla comprensione della vulnerabilità al populismo da parte dei cittadini in quattro paesi europei (Italia, Olanda, Germania, Romania) nell'attuale contesto caratterizzato dalla fase post-pandemica (Covid-19) e dalla guerra in Ucraina. Principali obiettivi del progetto sono: <ul style="list-style-type: none"> <li>- La concettualizzazione della vulnerabilità al populismo;</li> <li>- Lo sviluppo di una piattaforma per misurare la vulnerabilità al populismo;</li> <li>- L'identificazione degli elementi e delle condizioni che contribuiscono all'accettazione e alla distribuzione delle retoriche populiste.</li> </ul> <b>Principali attività:</b> elaborazione del questionario da somministrare in Italia e collaborazione nello sviluppo della piattaforma di autocollocazione dei cittadini rispetto alle variabili che verranno individuate nella costruzione del questionario. Analisi dei dati raccolti dai questionari somministrati in Italia e comparazione dei risultati con gli altri paesi.
12.01.2023 a oggi	Componente del progetto di ricerca internazionale “The risks of platform society: inequality, discrimination, manipulation” finanziato dall'Università di Torino nell'ambito del progetto “Grant for Internationalization”- UNITA. <b>Partner del progetto:</b> University of Beira Interior, Université de Pau et des Pays des Adour, Université Savoie Mont Blanc, University of Seville, University of West Timisoara, University of Zaragoza. Obiettivo del progetto di ricerca è analizzare i rischi della “platform society” da un punto di vista interdisciplinare e comparativo. Il progetto infatti investiga effetti e conseguenze della piattaforma in cinque paesi europei (Italia, Francia, Portogallo, Romania e Spagna) e si articola in sei aree di ricerca: Digital Education, The environmental impact of digital platforms, Political participation, Information & Communication, Hate Speech e Social Work. <b>Principali attività:</b> analisi comparativa dei cambiamenti intervenuti nella comunicazione pubblica e nell'informazione a seguito della piattaforma degli ecosistemi mediali dei paesi coinvolti nel progetto. Organizzazione di workshop internazionali.
31.07.2023 a oggi	Membro del progetto di ricerca ORA (Osservatorio Regionale Antidiscriminazione) D.G.R. 31 luglio 2023, n. 1-7299 “L.R. n. 5/2016. Approvazione Programma annuale lotta contro le discriminazioni - anno 2023, in conformità al Piano triennale 2022-2024 di cui alla D.G.R. n. 1 – 5994 del 25/11/2022”.

	<p><b>Partner:</b> CIRSDE, Associazione GiULIA Giornaliste del Piemonte e Regione Piemonte. Obiettivo del progetto è la ricerca scientifica sul tema della rappresentazione di genere e dell'abilismo nell'informazione locale della regione Piemonte.</p> <p><b>Principali attività:</b> raccolta, gestione e analisi di contenuti prodotti dai principali media locali della regione Piemonte con tecniche di analisi automatizzate.</p>
27.06.2022 a oggi	<p>Membro del progetto di ricerca “Partnership Master in giornalismo ‘Giorgio Bocca’ - Università di Torino/COREP e Reuters Institute – University of Oxford”</p> <p><b>Partner del progetto:</b> Master in giornalismo “Giorgio Bocca” e Reuters Institute – University of Oxford</p> <p>Obiettivo del progetto è la costituzione di un network Università di Torino/COREP e Reuters Institute – University of Oxford per lo studio delle evoluzioni del giornalismo e dell'informazione negli ambiti di produzione, diffusione e consumo.</p> <p><b>Principali attività:</b> attività di studio e ricerca (topics or items legati al Digital News Report annuale), formazione avanzata, disseminazione (newsletter dei contenuti di ricerca) verso le comunità professionali nel campo del giornalismo e della comunicazione.</p> <p><b>Link:</b> <a href="https://mastergiornalismo torino.it/progetti/partnership-con-reuters-institute-of-journalism-di-oxford/">https://mastergiornalismo torino.it/progetti/partnership-con-reuters-institute-of-journalism-di-oxford/</a></p>
01.06.2020 a oggi	<p>Membro del progetto di ricerca di Ateneo “Research group on Collective Action, Change and Transition (CoACT)”</p> <p><b>Principali attività:</b> analisi della comunicazione online dei movimenti sociali su issue polarizzate. Organizzazione seminari e dibattiti internazionali.</p> <p><b>Link:</b> <a href="https://sites.google.com/unitn.it/coact/people?authuser=0">https://sites.google.com/unitn.it/coact/people?authuser=0</a></p>
01.01.2018 a oggi	<p>Componente del gruppo di ricerca PoliCom sulla comunicazione politica nei social media e le interazioni tra politici, media, partiti e cittadini nel contesto delle campagne elettorale.</p> <p><b>Partner del progetto:</b> MediaLaB del Dipartimento di Scienze Politiche dell'Università di Pisa; l'Osservatorio sulla Comunicazione Politica e Pubblica del Dipartimento di Studi Politici dell'Università degli Studi di Torino; il CoLing Lab del Dipartimento di Filologia, Letteratura e Linguistica dell'Università di Pisa e l'Istituto di Informatica e Telematica del Consiglio Nazionale delle Ricerche di Pisa.</p> <p><b>Principali attività:</b> Per le elezioni Politiche del 2018 in Italia, il gruppo di ricerca ha approfondito il tema delle “<u>emozioni politiche</u>” e la ricerca di <i>fake account</i>, attivando una collaborazione di data-journalism con il quotidiano “la Repubblica”.</p> <p>Monitoraggio e analisi della comunicazione politica sui social media con un focus specifico sulle campagne elettorali con tecniche di Big Data e Machine Learning per la classificazione degli utenti e delle immagini. Uso di tecniche di Topic Modeling per l'estrazione dei topic dai contenuti dei social media.</p> <p>Produzione di report di ricerca per il quotidiano “la Repubblica” e blog post sull'andamento della campagna elettorale sui social media.</p> <p><b>Progetto disponibile alle URL:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <a href="https://medialab.sp.unipi.it/2018/02/15/policom-online-prim-report-su-repubblica-it/">https://medialab.sp.unipi.it/2018/02/15/policom-online-prim-report-su-repubblica-it/</a></li> <li>- <a href="https://www.unipi.it/index.php/news/item/11895-con-il-progetto-policom-online-l-analisi-della-campagna-elettorale-sui-social-media">https://www.unipi.it/index.php/news/item/11895-con-il-progetto-policom-online-l-analisi-della-campagna-elettorale-sui-social-media</a></li> </ul> <p><b>Speciale elezioni 2018 la Repubblica:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <a href="https://lab.gedidigital.it/repubblica/2018/elezioni/emozioni-politiche/">https://lab.gedidigital.it/repubblica/2018/elezioni/emozioni-politiche/</a></li> <li>- <a href="https://www.repubblica.it/speciali/politica/elezioni2018/2018/03/03/news/quei_60m_ila_falsi_tweet_sui_leader_politici_che_non_inquinano_le_elezioni-190205358/">https://www.repubblica.it/speciali/politica/elezioni2018/2018/03/03/news/quei_60m_ila_falsi_tweet_sui_leader_politici_che_non_inquinano_le_elezioni-190205358/</a></li> </ul> <p><b>Articolo the Guardian:</b> <a href="https://www.theguardian.com/world/2018/dec/17/revealed-how-italy-populists-used-facebook-win-election-matteo-salvini-luigi-di-maio">https://www.theguardian.com/world/2018/dec/17/revealed-how-italy-populists-used-facebook-win-election-matteo-salvini-luigi-di-maio</a></p>

	<p><b>Articolo il Tirreno (comunali Pisa 2018):</b>  <a href="https://www.iltirreno.it/pisa/cronaca/2018/06/12/news/comunali-tutta-rabbia-e-disgusto-la-lega-e-il-candidato-senza-gioia-1.16952893">https://www.iltirreno.it/pisa/cronaca/2018/06/12/news/comunali-tutta-rabbia-e-disgusto-la-lega-e-il-candidato-senza-gioia-1.16952893</a></p>
1.10.2017 1.10.2020	<p>Membro del Progetto di Ricerca di Ateneo: “Le reti della conoscenza nella società globale”, PRA n.2017_56</p> <p><b>Attività:</b> analisi delle reti su LinkedIn di soggetti emigrati caratterizzati da alto capitale culturale ed elevata professionalizzazione.</p> <p><b>Link:</b> <a href="https://www.unipi.it/index.php/finanziamenti-di-ateneo/item/9568-pra-2017-2018-esito-della-valutazione">https://www.unipi.it/index.php/finanziamenti-di-ateneo/item/9568-pra-2017-2018-esito-della-valutazione</a></p>
24.06.2015 a oggi	<p>Componente del laboratorio di ricerca “<u>MediaLaB</u> Big Data in Social and Political Research LaB”, Dipartimento di Scienze Politiche dell’Università di Pisa.</p> <p>Il laboratorio approfondisce i temi legati al rapporto tra nuovi media e società con progetti di ricerca interdisciplinari.</p> <p><b>Partner scientifici:</b> Dipartimento di Culture, Politica e Società dell’Università degli Studi di Torino; Istituto di Informatica e Telematica del CNR di Pisa; CoLing Lab del Dipartimento di Filologia, Letteratura e Linguistica dell’Università di Pisa.</p> <p><b>Principali attività:</b> Analisi della comunicazione online attraverso l’applicazione di strumenti e metodologie innovative - machine learning, deep learning, social network analysis – per l’analisi dei Big Data nelle scienze politiche e sociali (<a href="http://medialab.sp.unipi.it/ricerche/">http://medialab.sp.unipi.it/ricerche/</a>) con particolare focus sul populismo come stile comunicativo e suoi effetti nella sfera pubblica. Raccolta, gestione e analisi dei dati dei social media prodotti dai principali attori della comunicazione politica (media, politici, giornalisti e figure di pubblico interesse) sulle principali piattaforme social (Facebook, Instagram, Twitter, Tik Tok).</p> <p><b>Link:</b> <a href="https://medialab.sp.unipi.it/team/">https://medialab.sp.unipi.it/team/</a></p>

#### 4. RESPONSABILITÀ DI STUDI E RICERCHE SCIENTIFICHE AFFIDATE DA QUALIFICATE ISTITUZIONI PUBBLICHE O PRIVATE

05.05.2023 a oggi	<p>Responsabile della ricerca “Il digitale al primo posto. ‘Digital first’ per un nuovo modello di giornalismo sostenibile” affidata dall’azienda GEDI DIGITAL S.R.L.</p> <p>Obiettivo del progetto di ricerca è introdurre un empowerment sperimentale del processo di notiziabilità in ambiente digitale con azioni mirate, ad esempio, a strutturare pratiche giornalistiche innovative che richiedono mix di competenze ad elevata specializzazione operanti in team (data journalism, fact-checking e debunking, ecc.) attraverso l’adozione di metodi qualitativi e quantitativi. Inoltre, la ricerca mira ad attivare progetti basati sull’engagement delle comunità territoriali nei processi di notiziabilità (local e hyperlocal journalism).</p> <p><b>Principali attività:</b> Analisi della produzione, diffusione e del consumo di notizie sui principali social media e monitoraggio della relativa efficacia delle strategie messe in atto dalle redazioni rispetto a logiche, affordance e pubblici differenti. Identificazione di cluster/profilo di utenti basati su pattern comportamentali e analisi dei bisogni informativi. Le attività si svolgono in collaborazione con lo staff di GEDI DIGITAL S.R.L. e i componenti delle redazioni nazionali</p>
----------------------	---

#### 5. DIREZIONE O PARTECIPAZIONE A COMITATI EDITORIALI

01/01/2024 a oggi	Associate Editor di “ <a href="#">Comunicazione politica. Quadrimestrale dell’Associazione Italiana di Comunicazione Politica</a> ”, ISSN: 1594-6061, il Mulino [Fascia A Area14; double blind peer review]
24.04.2023 a oggi	Associate Editor di “ <a href="#">Humanities &amp; Social Sciences Communications</a> ”, ISSN: 2662-9992, Springer-Nature [rivista scientifica fascia A Area14; open access; double blind peer review].
1.03.2021 a oggi	Associate Editor di “ <a href="#">SN Social Science</a> ”, ISSN: 2662-9283, Springer-Nature [rivista scientifica Area14; open access; double blind peer reviewed].

3.05.2018 a oggi	Componente del Comitato Editoriale e segretario organizzativo della Rivista <i>The Lab's Quarterly</i> , ISSN 1724-451X [Fascia A Area14; open access; double blind peer review].
2015 a oggi	Referee per le seguenti riviste scientifiche: Central European Journal of Communication; Contemporary Italian Politics; Comunicazione Politica; Digital Politics; Discourse & Society; Ethnic and Migration studies; Humanities and Social Sciences; Information, Communication & Society; International Journal of Communication; Italian Political Science; Italian Political Science Review; Journal of Contemporary European Studies; Journalism and Media; MediaScape; Modern Italy; Palgrave Communication; Polis; Problemi dell'Informazione; Quaderni di Scienza Politica; Social Sciences; South European Society and Politics; Social Science Computer Review.

## 6. AFFILIAZIONI

08.06.2023 a oggi	Membro del Consiglio Direttivo dell'Associazione Italiana di Comunicazione Politica. Funzioni di indirizzo e gestione dell'Associazione. Organizzazione convegni nazionali e internazionali. Promozione del dibattito scientifico nell'ambito della comunicazione politica. Carica elettiva. Durata: 3 anni. Link: <a href="https://www.compol.it/governance-2023-2025/">https://www.compol.it/governance-2023-2025/</a>
13.12.2019 a 08.06.2023	Membro del Consiglio Direttivo dell'Associazione Italiana di Comunicazione Politica. Funzioni di indirizzo e gestione dell'Associazione. Organizzazione convegni nazionali e internazionali. Promozione del dibattito scientifico nell'ambito della comunicazione politica. Carica elettiva. Durata: 3 anni. Link: <a href="https://www.compol.it/past-governance-2020-2022/">https://www.compol.it/past-governance-2020-2022/</a>
01.04.2017 a oggi	Research Associate presso il progetto di ricerca "Data activism: The politics of big data according to civil society". Media Studies Department dell'Università di Amsterdam, Amsterdam, The Netherlands. Link: <a href="https://data-activism.net/team/">https://data-activism.net/team/</a>
21.07.2015 a oggi	Research Associate del laboratorio di ricerca "MediaLaB Big Data in Social and Political Research LaB", Dipartimento di Scienze Politiche dell'Università di Pisa. Link: <a href="https://medialab.sp.unipi.it/en/team-2/">https://medialab.sp.unipi.it/en/team-2/</a>

## INCARICHI DI RICERCA O INSEGNAMENTO ALL'ESTERO

05.11.2023 19.11.2023	Visiting researcher presso il «LabCom – Communication and Arts» dell'Università di Beira Interior, Covilhã, Portogallo. Analisi e discussione delle conseguenze della piattaformaizzazione per media informativi con focus particolare su TikTok e le sue logiche. Identificazione delle strategie comunicative messe in atto dai principali news media outlet in Portogallo. Lavori di gruppo, discussione dei risultati delle analisi qualitative e quantitative.
14.11.2023	Seminario di ricerca presso il corso di laurea magistrale in Giornalismo, del Dipartimento di Comunicazione, Filosofia e Politica dell'Università di Beira Interior, Covilhã, Portogallo. Tema della lezione: piattaformaizzazione dell'informazione e polarizzazione nel coverage mediatico in Italia. Durata: 3 ore
08.11.2023	Lecture presso il curriculum internazionale "Political Systems and Media" della facoltà di Scienze Umane e Sociali, dell'Università di Beira Interior, Covilhã, Portogallo. Tema della lezione: "Italian Newspapers agendas and frames during the war in Ukraine" Durata: 3 ore.
21.06.2022	Seminario "Media, Populism and Corruption" all'interno di Lecture Series of Post-Graduation Communication Program dell'Università di Brasilia, Brasile. Durata: 1,5 ore URL: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=z12TTgllrOs">https://www.youtube.com/watch?v=z12TTgllrOs</a>

29.11.2017 02.12.2017	<p>Visiting fellow presso il «Médialab», Grande Ecole “Sciences Po”, Parigi, Francia per lo «Sprint DataPol - Exploration des données numériques des campagnes électorales de 2017». Lo “Sprint DataPol” è stato organizzato per analizzare i dati digitali delle campagne elettorali presidenziali e legislative del 2017 francesi sui social media, con l’obiettivo di individuare il collegamento tra le problematiche relative ai big data e le interpretazioni delle scienze sociali e politiche nelle dinamiche di formazione dell’opinione pubblica.</p> <p>Analisi dei processi di diffusione delle «fake news» nei social media attraverso i metodi della social network analysis. Studio della diffusione degli url e dei cluster di utenti coinvolti nella diffusione delle «fake news». Individuazione degli account Twitter supporter dei candidati politici alle presidenziali e analisi dei link diffusi da questi ultimi sulla base della categorizzazione di Decodex (piattaforma di fact checking di Le Monde Diplomatique). Software utilizzati per lo svolgimento dell’analisi R e Gephi.</p> <p>URL: <a href="https://medialab.github.io/datapol/app#!/md/fakenews">https://medialab.github.io/datapol/app#!/md/fakenews</a></p>
06.03.2017 10.03.2017	<p>Data analyst per il Data Sprint «A Field Guide to Fake News».</p> <p>Organizzato da “Digital Methods Initiative” e University of Amsterdam, Amsterdam, The Netherlands.</p> <p>Il Data Sprint “A Field Guide to Fake News” è stato organizzato per analizzare scopo, natura e composizione della disinformazione e del fenomeno delle fake news in diversi contesti Europei. Sviluppo di protocolli di analisi per la <i>fake news detection</i> e la diffusione negli ambienti online (siti web, social media, etc.). Dati estratti dalle piattaforme CrowdTangle (per la diffusione delle URL) e Google News e Google Trend.</p> <p>Publicazione finale reperibile all’URL: <a href="http://fakenews.publicdatalab.org/">http://fakenews.publicdatalab.org/</a> Link: <a href="https://wiki.digitalmethods.net/Dmi/FakeNewsSprint">https://wiki.digitalmethods.net/Dmi/FakeNewsSprint</a></p>
1.03.2017 02.06.2017	<p>Visiting Researcher presso il progetto di ricerca “Data activism: The politics of big data according to civil society”, Media Studies Department dell’Università di Amsterdam.</p> <p>Progetto di ricerca finanziato da European Research Council con Stefania Milan come Principal Investigator.</p> <p>Studio dei progetti di ricerca, delle metodologie e degli strumenti utilizzati per indagare attraverso i Big Data l’attivismo digitale, le privacy issue e i movimenti sociali con particolare attenzione alle strategie di intervento nel dibattito pubblico. Studio e analisi dei software open source per l’analisi collaborativa e <i>computer-assisted</i> di dati qualitativi e interviste (CAQDAS). Lavori di gruppo, analisi qualitativa di interviste e produzione di report di ricerca.</p> <p>URL: <a href="https://data-activism.net/team/">https://data-activism.net/team/</a></p>

## DOTTORATI DI RICERCA (PH.D.)

### 1. PH.D. – SEMINARI

27.05.2021	Seminario dottorale «Reti sociali, Politica e Social Media» su invito del Dottorato di Scienze Politiche dell’Università di Pisa
------------	--

## ATTIVITÀ DIDATTICA

### 1. INSEGNAMENTI UNIVERSITARI

2024/2025	Cotitolare del corso di “Storytelling. Il giornalismo delle idee” (M-DEA/01) per il Master in Giornalismo “Giorgio Bocca” (8 ore, 3 CFU) dell’Università di Torino e COREP Torino.
-----------	--

2024/2025	Titolare del corso di “Giornalismo digitale” (SPS/08) per il Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione Pubblica e Politica (LM59, 54 ore, 9 CFU) del Dipartimento di Culture, Politiche e Società dell’Università di Torino.
2023/2024	Cotitolare del corso di “Storytelling. Il giornalismo delle idee” (M-DEA/01) per il Master in Giornalismo “Giorgio Bocca” (8 ore, 3 CFU) dell’Università di Torino e COREP Torino.
2023/2024	Titolare del corso di “Social Media e Community Management” (SPS/08) per il Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione Pubblica e Politica (LM59, 36 ore, 6 CFU) del Dipartimento di Culture, Politiche e Società dell’Università di Torino.
2022/2023	Titolare del corso di “Social Media Management” (SPS/08) per il Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione Pubblica e Politica (LM59, 36 ore, 6 CFU) del Dipartimento di Culture, Politiche e Società dell’Università di Torino.
05.10.2021 a 21.10.2021	Supporto all’attività didattica per la cattedra di “Metodi digitali di ricerca” (SPS/07) per i Corsi di Laurea Magistrale di Organizzazione, società e tecnologia e Gestione delle organizzazioni e del territorio del Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale dell’Università di Trento.
20.02.2020 a 20.02.2023	Cultore della materia per il triennio 2020-2023 per l’insegnamento di Sociologia dei nuovi media SPS/08. Prof.ssa Roberta Bracciale.
2021/2022	Titolare di didattica sussidiaria per l’insegnamento di “Sociologia dei nuovi media” (SPS/08) per il Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione d’impresa e politica delle risorse umane (LM59, 21 ore) del Dipartimento di Scienze Politiche dell’Università di Pisa.
2020/2021	Titolare di didattica sussidiaria per l’insegnamento di “Sociologia dei nuovi media” (SPS/08) per il Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione d’impresa e politica delle risorse umane (LM59, 21 ore) del Dipartimento di Scienze Politiche dell’Università di Pisa.
2019/2020	Docente a contratto (Adjunct professor) di “Sociologia della comunicazione e new media” (SPS/08) per il Corso di Laurea triennale in Innovazione sociale, comunicazione, nuove tecnologie (L-20, 54 ore, 9 CFU) del Dipartimento di Culture, Politiche e Società dell’Università di Torino.
2019/2020	Titolare del corso di “Travel & Digital” (SPS/08) per il Corso di Laurea in Turismo (L-15, 24 ore, 3 CFU) di Fondazione Campus, Lucca.
19.10.2017 a 19.10.2020	Cultore della materia per il triennio 2017-2020 per l’insegnamento di Sociologia dei nuovi media SPS/08. Prof.ssa Roberta Bracciale.

## TERZA MISSIONE [DAL 2022]

### 1. PUBLIC ENGAGEMENT

13.05.2024	Dibattito “Guardie, ladri, nani e ballerine. A partire da “Perché non ci indigniamo”. Salone del libro di Torino. <b>URL:</b> <a href="https://www.youtube.com/watch?v=7hU6UZ1CIpg">https://www.youtube.com/watch?v=7hU6UZ1CIpg</a>
19.04.2024	Dibattito “Polvere di storie. Come ti TikTokizzo la comunicazione”. Colazione in Rettorato. UniVerso per Biennale Tecnologia 2024. <b>URL:</b> <a href="https://www.biennaletecnologia.it/evento/polvere-di-storie-come-ti-tiktokizzo-la-comunicazione/">https://www.biennaletecnologia.it/evento/polvere-di-storie-come-ti-tiktokizzo-la-comunicazione/</a>
03.04.2024 a oggi	Membro del progetto di public engagement “AI debating. La promozione dell’AI nel dibattito pubblico per la valorizzazione della conoscenza”. <b>Partner:</b> Università di Torino, Società Italiana per l’Etica dell’Intelligenza Artificiale (SIpEIA) <b>Coordinatrice:</b> Prof.ssa Marinella Belluati Obiettivo del progetto è diffondere conoscenza critica sull’Intelligenza artificiale, tramite interventi pubblici e la promozione del magazine Magia.news.

	Principali destinatari sono la comunità scientifica che sta riflettendo sulle implicazioni e l'impatto socio-economico che l'IA generativa avrà nel breve e medio periodo, gli imprenditori, la pubblica amministrazione e infine la società civile ed i media in quanto tessuto connettivo tra la complessità e l'opinione pubblica.
03.04.2024 a oggi	Membro del team editoriale del Magazine di Intelligenza Artificiale MagIA. <b>Ruolo:</b> content creator per le sezioni "Rassegna Stampa" e "Accademia". <b>URL:</b> <a href="https://magia.news/team/">https://magia.news/team/</a>
28.02.2024	ECOWebinar per salvare il pianeta. Intervento "Comunicazione e nuovi linguaggi: Le sfide del presente". Organizzato da Casa Comune, Torino.
1.07.2023 a oggi	Progetto "#To25 BRAINstorm Challenge" sul tema "Retooling Democracy" Progetto promosso dal Comitato Organizzatore XXXII Giochi mondiali universitari invernali di Torino2025, su progetto e con la collaborazione dell'Università di Torino. Analisi e valutazione dei progetti inviati nell'ambito della call "Retooling Democracy". <b>URL:</b> <a href="https://www.youtube.com/watch?v=JX5G1OZj2IQ">https://www.youtube.com/watch?v=JX5G1OZj2IQ</a>
12.06.2023 a oggi	Collaborazione con Associazione APENet sul tema Public Engagement. Analisi degli output dei casi studio di Terza Missione / Impatto sociale presentati dagli Atenei all'interno della VQR 2015-2019 per individuare modelli, strumenti e indicatori di misura di impatto utilizzati.
19.05.2023	Dibattito "Il populismo nella politica italiana contemporanea". Salone del Libro di Torino. <b>URL:</b> <a href="https://www.youtube.com/watch?v=4KshIcYetJw">https://www.youtube.com/watch?v=4KshIcYetJw</a>
22.05.2022	Dibattito "AI Aware: prendere coscienza delle opportunità e rischi dell'Intelligenza Artificiale". Organizzato da AI Aware. Salone del libro di Torino. <b>URL:</b> <a href="https://www.youtube.com/watch?v=6yVYSAbq4CE">https://www.youtube.com/watch?v=6yVYSAbq4CE</a>

## 2. MEDIA

03.03.2023	<a href="#">Intervista</a> Pop News su "Giovani e informazione"
------------	---

## INCARICHI ISTITUZIONALI E DI SERVIZIO

### 1. INCARICHI ATTUALI

1.01.2023 a oggi	Membro della Commissione Monitoraggio e Riesame CdS Comunicazione pubblica e politica (LM59)
12.12.2019 a oggi	Membro del Consiglio Direttivo e del WebTeam dell'Associazione Italiana di Comunicazione Politica (AssoComPol) <b>URL:</b> <a href="https://www.compol.it/governance/">https://www.compol.it/governance/</a>

### 2. INCARICHI PRECEDENTI

06.2019 al 12.2019	Segretario dell'Associazione Italiana di Comunicazione Politica (AssoComPol) <b>URL:</b> <a href="https://www.compol.it/associazione/governance2/past-governance-2017-2019/">https://www.compol.it/associazione/governance2/past-governance-2017-2019/</a>
-----------------------	---

## 1. TITOLI DI STUDIO

16.04.2019	<p>Dottorato di Ricerca in “Scienze Politiche”, XXXI ciclo 2015-2018, Università di Pisa (vincitore di borsa di studio).</p> <p>Tesi: “Il populismo come stile comunicativo: i leader politici italiani nei social media” discussa il 16/04/19.</p> <p>Supervisor: Prof. ssa Roberta Bracciale.</p> <p>Valutazione: Ottimo con lode.</p>
01.02.2017	<p>Master di II livello in “Big Data Analytics &amp; Social Mining”, Università di Pisa.</p> <p>Tesi: “Wisdom of the Twitter Crowd. The ‘wisdom of the crowd’ tested in a social media environment” discussa il 01/02/2017.</p> <p>Supervisor: Maurizio Tesconi e Stefano Cresci.</p> <p>Valutazione: ottimo.</p>
01.07.2015	<p>Laurea magistrale in “Comunicazione d’impresa e politica delle risorse umane”, Università di Pisa.</p> <p>Tesi: “Il framing dell’elezione del Presidente della Repubblica. Processi di ibridazione tra Televisione, Twitter e Stampa quotidiana” il 01/07/2015.</p> <p>Relatrice: Prof. ssa Roberta Bracciale.</p> <p>Valutazione: 110/110 con lode.</p>

## 2. ALTA SPECIALIZZAZIONE

06.09.2021 al 10.09.2021	<p><b>EUSN 2021 Workshop</b></p> <p>Organizzati da European Conference on Social Network (EUSN) e Università di Napoli Federico II</p> <p><b>Link:</b> <a href="https://www.pls.unina.it/home/statistica/european-conference-on-social-network-eusn-2021/">https://www.pls.unina.it/home/statistica/european-conference-on-social-network-eusn-2021/</a></p> <p>1. Generalized blockmodeling in R using blockmodeling package <b>Skill:</b> Concetti base di blockmodeling applicato a reti binarie e pesate. Studio e applicazione del blockmodeling (individuazione similarità strutturali tra nodi) in R attraverso la libreria “blockmodeling” (Žiberna, 2021). A cura di Aleš Žiberna e Marjan Cugmas. <b>Durata:</b> 3 ore</p> <p>2. Analysis of multiplex social networks (hands on with R) <b>Skill:</b> Concetti base di reti sociali multilivello (multiplex network). Analisi delle reti sociali multilivello in cui coesistono relazioni di tipi differenti e identificazione delle comunità intra e tra livelli della rete in R attraverso la libreria “multinet”. A cura di Matteo Magnani e Luca Rossi. <b>Durata:</b> 3 ore</p> <p>3. Network visualizations in R using ggraph and graphlayouts <b>Skill:</b> Concetti di base di visualizzazione di reti sociali complesse. Visualizzazione di reti sociali complesse in R attraverso l’ausilio delle librerie “ggraph”, “graphlayouts”, “snahelper”. A cura di David Schoch. <b>Durata:</b> 3 ore</p>
22.03.2021 al 26.03.2021	<p><b>ECPR Virtual Winter School 2021</b></p> <p>Machine Learning with Big Data for Social Scientists</p>



	<p>Organizzata da European Consortium for Political Research (ECPR) e Katholieke Universiteit Leuven; Belgium</p> <p><b>Skill:</b> costruzione e gestione di grandi dataset con R in cloud su macchine virtuali Amazon AWS. Studio e applicazione di tecniche di machine learning (Random Tree Forest, SVM), di analisi statistica (LASSO and Ridge regression) e clustering, focalizzate sull'analisi dei Big Data nelle scienze sociali e politiche.</p> <p><b>Conseguiti</b> 3 crediti ECTS</p> <p><b>Link:</b> <a href="https://ecpr.eu/Events/Event/PanelDetails/10539">https://ecpr.eu/Events/Event/PanelDetails/10539</a></p>
02.09.2019 al 06.09.2019	<p><a href="#">Data Science Summer School 2019</a></p> <p>Organizzata da “Data Science Ph.D.” Scuola Normale Superiore di Pisa e “Data Science Ph.D.” Università di Roma La Sapienza. Pisa.</p> <p><b>Skill:</b> Concetti base a analisi di reti complesse nel tempo. Polarizzazione e information disorder nei social media. Frontiere del machine learning e implicazioni sociali ed etiche dell'intelligenza artificiale. Algoritmi per i market online. Etica e data science. Scienza e tecnologia per la spiegazione delle decisioni dell'Intelligenza Artificiale.</p> <p><b>Link:</b> <a href="https://datasciencephd.eu/DSSS19/">https://datasciencephd.eu/DSSS19/</a></p>
2.07.2018 al 13.07.2018	<p><a href="#">Digital Methods Summer School 2018</a></p> <p><a href="#">Retraining the machine: Addressing algorithmic bias</a></p> <p>Organizzata da “Digital Methods Initiative” e University of Amsterdam, Amsterdam, The Netherlands.</p> <p><b>Skill:</b> Analisi dei bias algoritmici nella diffusione dell'informazione nei social media. Applicazione e analisi dei metodi di Machine Learning e delle reti neurali di Google Vision API per il tagging delle immagini. Analisi dei bias prodotti dagli utenti nei social media e riprodotti dagli algoritmi di tagging di Google.</p> <p><b>Progetti sviluppati:</b></p> <p>1. <a href="#">One game, multiple visuals? Mapping the multi-language Twitter on the FIFA World Cup.</a> Progetto di ricerca focalizzato sull'identificazione dei cluster visuali specifici sui tweet relativi ai mondiali di calcio 2018 in tre lingue differenti (Russo, Spagnolo e Giapponese) e dell'evoluzione temporale delle “issue visuali” identificate tramite tecniche di clustering. <b>Link:</b> <a href="https://wiki.digitalmethods.net/Dmi/SummerSchool2018OneGameMultipleVisuals">https://wiki.digitalmethods.net/Dmi/SummerSchool2018OneGameMultipleVisuals</a></p> <p>2. <a href="#">Canadian Pipeline Politics: Mapping (visual) discourse in platform spaces.</a> Progetto di ricerca focalizzato sull'analisi della comunicazione politica visuale e testuale nel caso di una issue conflittuale (Canada Pipeline) su Instagram e Twitter. Individuazione di cluster semantici (testo), visuali (immagini) in relazione a porzioni geografiche del territorio (geotagging) e studio della loro evoluzione nel tempo. <b>Link:</b> <a href="https://wiki.digitalmethods.net/Dmi/SummerSchool2018PipelinePolitics">https://wiki.digitalmethods.net/Dmi/SummerSchool2018PipelinePolitics</a></p> <p><b>Conseguiti</b> 6 crediti ECTS</p> <p><b>Link:</b> <a href="https://wiki.digitalmethods.net/Dmi/SummerSchool2018/">https://wiki.digitalmethods.net/Dmi/SummerSchool2018/</a></p>
06.08.2017 al 12.08.2017	<p><a href="#">Radboud Summer School 2017</a></p> <p><a href="#">Social Media Theory and Data in Journalism and Political Communication.</a></p> <p>Organizzata da Radboud University, Nijmegen, The Netherlands.</p> <p><b>Skill:</b> Approfondimento delle teorie e dei metodi di analisi dei Big Data nella comunicazione politica e nel giornalismo sui social media. Metodi di raccolta dei dati attraverso le API dei social media. Approfondimento del linguaggio R e dell'interfaccia grafica R Studio. Utilizzo dei pacchetti RFacebook (<a href="http://pablobarbera.com/blog/archives/3.html">http://pablobarbera.com/blog/archives/3.html</a>) e Rtweet (<a href="https://rtweet.info/">https://rtweet.info/</a>) con RStudio, per il download e l'analisi dei dati di Facebook e Twitter. Studio e applicazione di modelli di regressione GLM per l'analisi dell'engagement sui social media e utilizzo di librerie di sentiment analysis per R nell'analisi dei principali attori della comunicazione politica online (politica, media e cittadini).</p> <p><b>Conseguiti</b> 2 crediti ECTS.</p>
08.05.2017 al 12.05.2017	<p><a href="#">Training School COST 2017</a></p> <p><a href="#">Disentangling populism: Reception and effects of populist communication.</a></p>

	<p>Organizzata da COST Action IS1308 “Populist Political Communication in Europe”, e National University of Political Science and Public Administration (NUPSPA), Bucharest, Romania.</p> <p><b>Skill:</b> Approfondimento teorico e metodologico del populismo e dei suoi effetti nel campo della comunicazione politica. Analisi delle principali caratteristiche del populismo, dei suoi effetti e della sua diffusione nell’opinione pubblica nei social media (newsvalue ed engagement). Presentazione, revisione e discussione dei paper scientifici dei partecipanti selezionati per la training school.</p> <p><b>Call for paper</b> (accepted): Populism as a Political Communication Style: How Party Leaders’ Tweets Engage public opinions?</p> <p><b>Link:</b> <a href="https://www.ntnu.edu/web/populistcommunication/trainingschool2017">https://www.ntnu.edu/web/populistcommunication/trainingschool2017</a></p>
11.01.2016 al 15.01.2016	<p><a href="#">Digital Methods Winter School 2016</a> <a href="#">Otherwise Engaged. Critical Analytics and the New Meanings of Engagement Online</a></p> <p>Organizzata da “Digital Methods Initiative” e Università di Amsterdam, Amsterdam, The Netherlands.</p> <p><b>Skill:</b> Analisi attraverso i Digital Methods del ruolo e delle forme delle engagement online. Costruzione e analisi delle reti sociali raccolti dai social media (Linkedin) mettendo in relazione i soggetti analizzati tra loro e con specifiche caratteristiche dei profili: locazione geografica, professione, skill, ruolo ricoperto. Analisi dei dati svolta con i software R e Gephi.</p> <p><b>Conseguiti:</b> 6 crediti ECTS.</p> <p><b>Progetto:</b> <a href="https://www.digitalmethods.net/Dmi/WinterSchool2016CareersInTheSurveillanceIndustry">https://www.digitalmethods.net/Dmi/WinterSchool2016CareersInTheSurveillanceIndustry</a></p> <p><b>Link:</b> <a href="https://wiki.digitalmethods.net/Dmi/WinterSchool2016">https://wiki.digitalmethods.net/Dmi/WinterSchool2016</a></p>
26.07.2015 al 01.08.2015	<p><a href="#">Lipari Summer School</a> <a href="#">Algorithms, Data, and Models for Social and Urban Systems.</a></p> <p>Organizzato da Lipari School on Computational Social Science, organizzata da “Jacob T. Schwartz International School for Scientific Research e Università di Catania.</p> <p><b>Skill:</b> Analisi del ruolo della Computational Social Science e del suo apporto nello studio dei sistemi sociali e urbani. Studio dell’impatto dei social media, dei big social data, di modelli di rete e agent-based nella conoscenza e implementazione di sistemi sociali e urbani.</p> <p>Voto finale: A+</p> <p><b>Conseguiti:</b> 6 ECTS.</p> <p><b>Link:</b> <a href="https://complex24.liparischool.it/previous-editions">https://complex24.liparischool.it/previous-editions</a></p>
26.07.2015 al 01.08.2015	<p>I corso di formazione: <a href="#">L’analisi dei dati qualitativi</a></p> <p>Organizzato dal Dipartimento di Scienze Politiche dell’Università di Pisa.</p> <p><b>Skill:</b> Analisi dei dati qualitativi (interviste) secondo la prospettiva della Grounded Theory. Analisi di interviste, costruzione dei “memo”, codici e categorie analitiche. Analisi svolte con il software R e il pacchetto RQDA per Rstudio.</p>

### 3. COMPETENZE PERSONALI

#### LINGUE

Lingua madre: Italiana

Altre lingue	COMPRESIONE		PARLATO		PRODUZIONE SCRITTA
	Ascolto	Lettura	Interazione	Produzione orale	
Inglese	C1 plus	C1 plus	C1 plus	C1 plus	B2
Certificate of Attendance and Advancement CLI Università di Pisa					
Francese	B1	B1	B1	B1	B1
Certificato dal Dipartimento di Scienze Politiche dell’Università di Pisa					

Livelli: A1/A2: Utente base - B1/B2: Utente intermedio - C1/C2: Utente avanzato

[Quadro Comune Europeo di Riferimento delle Lingue](#)

## COMPETENZE DIGITALI

AUTOVALUTAZIONE				
Elaborazione delle informazioni	Comunicazione	Creazione di Contenuti	Sicurezza	Risoluzione di problemi
Utente avanzato	Utente avanzato	Utente avanzato	Utente avanzato	Utente avanzato

Livelli: Utente base - Utente intermedio - Utente avanzato

[Competenze digitali - Scheda per l'autovalutazione](#)

1. Buona padronanza degli strumenti della suite per ufficio (Pacchetto Microsoft Office, Open Office, Libre Office, LateX)
2. Buona padronanza dei programmi per l'elaborazione digitale delle immagini (Gimp!)

## STRUMENTI DELLA RICERCA

**Statistical software:** R Software; RStudio; Gnumeric; Analysis ToolPak Excel 2016

**Social Network Analysis:** NodeXL; Gephi; igraph, multinet, blockmodeling package for R

**Text Analysis:** Tool: T-Lab, CorTex; Word Embedding

Python: BERTopic, Top2vec, Universal Sentence Encoder, Sentence Transformer, Spacy, NLTK;

Sentiment analysis: Feel IT, SentITA, DepecheMood.

Librerie R: SpacyR, Udpipes, TextRank, QUANTEDA, text2vec (Glove Word Embedding), topicmodel, Structural Topic Modeling, stringr, R package for Qualitative Data Analysis (RQDA)

**Scientific bibliography management:** Mendeley, Zotero

**Programming:** R software, Python 2.7 e 3.5 (PyCharm e Anaconda), HTML 5.

**Data Mining:** R, Python e Knime.

Librerie R (statistica e machine learning): caret, FactoMineR, factoextra, randomForest, randomForestExplainer, Tidyverse, MASS, TramineR, DDNA for Python and R.

Librerie Python (Deep Learning): Pandas, Numpy, Tensorflow, Keras;

Audio transcription: OpenAI Whisper.

**Data Gathering:** Librerie R: TrakTok, YoutubeR, Rfacebook, Rtweet, twitterR, gtrendsR, rvest, RCurl, RJson.

Librerie Python: Instaloader, Selenium. WebScrapers for Chrome.

**Data Access:** TikTok for Academic Research, CrowdTangle for Academic and Researcher, FacePager, Twitter API for Academic Research, Apify.

**Database:** MySQL, Elastic Search

## INFORMAZIONI PERSONALI

Nome e Cognome: Antonio Martella

Dipartimento di Culture, Politica e società | Università di Torino

Lungo Dora Siena, 100 A | 10153 Torino

Phone: 011 670 4141

e-mail: antonio.martella@unito.it

**ULTIMO AGGIORNAMENTO 8 OTTOBRE 2024**

*Il sottoscritto, consapevole che le dichiarazioni mendaci sono punite ai sensi del Codice penale e delle leggi speciali in materia, attesta la veridicità di tutto quanto riportato nel presente cv, ai sensi e per gli effetti degli art. 46 e 47 DPR. 445/2000.*