

Curriculum di Edoardo Novelli

Edoardo Novelli è Professore Associato all'Università degli Studi Roma Tre, dove insegna Comunicazione Politica e Sociologia dei Media. I suoi campi di interesse riguardano la sociologia politica, l'interazione fra media, informazione, comunicazione pubblica e sistema politico, la storia dell'iconografia e delle campagne elettorali, la trasformazione della scena pubblica e dei suoi attori. Su questi temi ha scritto monografie, pubblicato articoli in riviste nazionali ed internazionali, firmato programmi televisivi e curato mostre. Il 15 novembre 2017 ha conseguito l'abilitazione a Professore Ordinario per il settore scientifico disciplinare 14-C2. Nel 2014 ha realizzato l'Archivio degli Spot Politici italiani: www.archivispotpolitici.it del quale è responsabile. E' coordinatore del progetto internazionale di ricerca "Vote For Europe-2019" finanziato nel biennio 1/9/2018/ - 31/08/2020 all'interno del programma Erasmus+ Programme – Jean Monnet Activities, categoria: Policy debate with the academic world: Projects and Networks, finalizzato a promuovere la cittadinanza europea e la conoscenza delle istituzioni comunitarie ed al monitoraggio della comunicazione politica e della campagna elettorale delle Elezioni Europee 2019.

Ultime pubblicazioni:

Le campagne elettorali in Italia. Attori, strumenti, teorie, Roma-Bari, Laterza 2018 ISBN 8858128128109.

Comunicazione Politica, (eds), special issues: "Love and hate in politics. The emotionalization of Political Communication", a. XIX, 1/2018, ISSN: 1594-6061.

Incarichi

Dal 2016 è membro della Commissione Didattica del Collegio Didattico in Scienze e Tecnologie delle Arti, della Musica e dello Spettacolo, dell'Università degli Studi di Roma Tre.

Dal novembre 2016 è membro del Comitato Editoriale della Rivista Comunicazione Politica e diretta da Il Mulino.

Dal dicembre 2016 è membro del Comitato Direttivo dell'Associazione Nazionale di Comunicazione Politica

Dal Novembre 2017 è membro del Collegio dei Docenti del Dottorato in Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing, XXXIV Ciclo dell'Università La Sapienza di Roma.

Titoli accademici

Il 15 novembre 2017 ha conseguito l'abilitazione a Professore Ordinario per il settore scientifico disciplinare 14-C2.

Il 1 novembre 2014 è stato chiamato quale Professore Associato dal Dipartimento di Filosofia Comunicazione Spettacolo dell'Università degli Studi di Roma Tre per il settore scientifico disciplinare 14/C2.

Il 31 gennaio 2014 ha conseguito l'abilitazione a Professore Associato per il settore scientifico disciplinare 14/C2

Il 1 gennaio 2009 ha ottenuto la conferma nel ruolo di Ricercatore.

Il 3 aprile 2006 è stato nominato Ricercatore per il settore scientifico disciplinare SPS/08 presso la Facoltà di Lettere e Filosofia dell'Università degli Studi di Roma Tre.

Elenco pubblicazioni

Books

Comunicazione Politica, (eds), special issues: "Love and hate in politics. The emotionalization of Political Communication", a. XIX, 1/2018, ISSN: 1594-6061.

Le campagne elettorali in Italia. Attori, strumenti, teorie, Roma-Bari, Laterza, 2018 ISBN 8858128128109.

Christina Holtz-Bacha, Edoardo Novelli and Kevin Rafter, (eds.), Political Advertising in the 2014 European Parliament Elections, UK, Palgrave MacMillan 2017. ISBN- 13: 978-1137569806.

La democrazia del talk-show. Storia di un genere che ha cambiato la televisione, la politica, l'Italia, Roma, Carocci 2016, ISBN 978-88-430-8085-4, 2016.

Con Stefano Nespolesi, a cura di, Cari elettori, care elettrici: le immagini della prima Repubblica nelle tribune della Rai, Roma, Rai Eri, , ISBN 978-88-397-1662-0, 2015.

Lezioni di propaganda. La voce dei protagonisti da Aristotele a Malcom X, Firenze, Milano, Le Monnier 2010. ISBN 978-88-00-74023-4.

Le elezioni del quarantotto. Storia, strategia e immagini della prima campagna elettorale repubblicana, Roma, Donzelli 2008. ISBN 978-88-6036-243-8.

Con Giorgio Vasta, a cura di, Alberto Negrin, Niente resterà impunito. Il racconto della nostra storia in quarant'anni di scritte e manifesti politici, Milano, Biblioteca Universale Rizzoli 2007.

La Turbo-politica. Trasformazione della comunicazione politica e della scena pubblica in Italia. 1945-2005, Milano, Biblioteca Universale Rizzoli 2006.

C'era una volta il Pci. Autobiografia di un partito attraverso le immagini della sua propaganda, Roma, Editori Riuniti, 2000.

Dalla tv di partito al partito della tv. Televisione e politica in Italia 1960-1995, Firenze, La Nuova Italia, 1995. Menzione speciale Premio Diego Fabbri.

Books chapters

Novelli E, Rafter K., Alvares C., Verissimo I., Poulakidakos S., Veneti A., Triga V., Milioni D.L., Sammut C., Representations of the Economic Crisis and Austerity Politics, in Holtz-Bacha, C., Novelli, E., and Rafter, K. (Eds.), Political Advertising in the 2014 European Parliament Elections. London, Palgrave MacMillan 2017, pp. 57-80. ISBN- 13: 978-1137569806,2017.

Political Advertising in Italy, in Holtz-Bacha C., Just M.R. (Eds), The Routledge Handbook of Political Advertising, New York, Taylor & Francis/Routledge, 2017, pp. 152-164. ISBN-13: 978-1138908307

Themes, styles and tendencies of the European political poster. Analysis of the 2009 and 2014 European election campaigns, in Holtz-Bacha C., Johansson B, eds., Election Posters Around the Globe. Political Campaigning in the Public Space, Springer V8s, Berlin 2016, pp. 91-114. ISBN 978-3-319-32498-2

Rafter K., Novelli E, Hotz-Bacha C., More European but more negative. Political advertising in the 2014 European Parliament Elections, in Hotz-Bacha C., ed., Europawalkampf 2014, Springer Vs, Wiesbaden 2016, pp.35-56. ISBN 978-3-658-11019-2. Doi 10.1007/978-3-658-11020-8

La crisi e l'euroscetticismo al centro della campagna elettorale per le elezioni europee 2014, in Marinella Belluati, Paolo Caraffini (a cura di), L'Unione Europea tra istituzioni e opinione pubblica, Roma, Carocci, 2015, pp. 225-255. ISBN 978-88-430-7466-2.

Cari elettori, care elettrici, in Novelli E., Nespolesi S., (a cura di) Cari elettori, care elettrici: le immagini della prima Repubblica nelle tribune della Rai, Roma, Rai Eri, ISBN 978-88-397-1662-0, 2015, pp.13-23.

L'iconografia della violenza politica, in Angelo Ventrone, a cura di, I dannati della rivoluzione. Violenza politica e storia d'Italia negli anni Sessanta e Settanta, Macerata, Edizioni Università Macerata, ISBN 978-88-6056-217-3, 2010.

Leaderizzazione, pp.1194-1197, Campagne e propaganda, pp.1211-1217, Campagna permanente, pp.1217-1220, Political media events, pp.1230-1233, in Dario Edoardo Viganò, a cura di, Dizionario della comunicazione, Roma, Carocci, ISBN 978-88-430-5180-9, 2009.

La turbo politica: il nuovo scenario della comunicazione, in “Quale par condicio? Sintesi degli interventi al convegno sul monitoraggio del pluralismo politico a livello locale”, Corecom Toscana, 2009, pp.47-50.

Pubblicità e politica in Italia, in Giampiero Gamaleri, Ester M. Gandini, a cura di, Universo Pubblicità. Dal prodotto al brand, Roma, Edizioni Kappa, ISBN 978-88-7890-8774-1, 2008, pp.337-366.

Nemici interni, reali e virtuali, nell'Italia repubblicana, in Angelo Ventrone, a cura di, L'ossessione del nemico, Roma, Donzelli ISBN 88-6063-093-5, 2006, pp.137-146.

Sport, politica, mass media: il leader nell'arena, in Antonio Catolfi, Giorgio Nonni, a cura di, Sport e comunicazione, Urbino, Quattroventi, ISBN 88-392-0751-1, 2006, pp.197-205.

G8. La grande messa in scena. La competizione fra gli attori, la battaglia dei racconti, in Federico Boni, Marina Villa, a cura di, Dal rito all'evento. La copertura mediatica del G8 di Genova (luglio 2001), Milano, Edizioni Unicopli, ISBN 88-400-1044-0, 2005, pp. 205-216.

Politica e propaganda alla radio, in Enrico Menduni, a cura di, La Radio, Bologna, Baskerville, ISBN 88-8000-012-8, pp.283-292, 2002.

Politiche di offerta e di qualità: una breve storia, in Carlo Sartori, La qualità televisiva, Milano, Mondadori 1993, pp.275-286.

Journal Articles

Sfumature del razionale. La comunicazione politica emozionale nell'ecosistema ibrido dei media, in “Comunicazione Politica”, (eds), special issues: “Love and hate in politics. The emotionalization of Political Communication”, a. XIX, 1/2018, pp. 13-30, Doi: 10.3270/89735

The heart's politics: history, evolution and success of a post-ideological political symbol, “The Poster Journal”, Special issue on political party imagery, ISSN: 20403704, Intellect, Bristol 2017, pp.79-100.

Sixty years of political talk shows on RAI: From educating viewers to party-democracy to entertaining them with social television, “Journal of Italian Cinema & Media Studies”, ISSN: 20477368, vol. 3, issues1-2, 2015, Bristol, Intellect, pp. 99-116.

Spot, trailer e videoclip: la creatività politica nell'era di internet, “Sociologia della Comunicazione”, ISSN 1121-1733, vol. 47, 2014, Franco Angeli, Milano, pp. 129-140.

L'arena pubblica discorsiva costruita dalla televisione italiana: numeri, generi, tendenze, “Problemi dell'informazione”, ISSN 0390-5195, Bologna, Il Mulino, vol.1, a. 2013, pp.77-101.

La democrazia del talk-show, “Studi Culturali”, ISSN 1824-369X, Bologna, Il Mulino, vol.3, a. 2012, anno IX, pp. 433-450.

Politica, spettacolo e televisione negli anni Ottanta, “Cinema e storia”, Soveria Mannelli, Rubettino, ISBN 987-88-498-3519-9, vol.1, a. 2012, anno I, pp. 157-173.

Lo spot politico e i generi della popolarizzazione, “Comunicazione Politica”, ISSN 1594-6061, Bologna, Il Mulino, vol.3, a. 2012, anno XIII, pp.479-505.

Satira, politica e televisione in Italia, “Comunicazione Politica”, ISSN 1594-6061, Bologna, Il Mulino, vol.1, a. 2012, anno XIII, pp.57-72.

Il volto della patria. Iconografia e narrazione simbolica della Nazione, “Comunicazione Politica”, ISSN 1594-6061, Bologna, Il Mulino, vol.1, a. 2011, anno XII, pp.111-120.

Novelli E., Lorenzo Mosca, La campagna elettorale europea sui manifesti dei partiti politici, “Comunicazione Politica”, ISSN 1594-6061, Bologna, Il Mulino, vol.1, 2010, anno XI, pp. 49-66.

La comunicazione elettorale fra fonti, storia e documenti, “Comunicazione Politica”, ISSN 1594-6061, Bologna, Il Mulino, vol.1, 2009, anno X, pp. 97-108.

Fra Fiction e realtà. Radici e continuità della propaganda politica in Italia, “Annali dell’Archivio Audiovisivo del Movimento Operaio e Democratico” ISBN 88-900424-2-7, n. 11, 2008 a cura di Ermanno Taviani “Propaganda, cinema e politica”, pp. 65-75.

L’agenda e i temi della campagna elettorale 2008 sui quotidiani, “Comunicazione Politica”, Milano, Franco Angeli, ISSN 1594-6061, vol. IX, a. 2008, n. 2, pp. 207-218.

Comunicazione, il fattore C del governo Prodi, in “Aidem, rivista di critica della comunicazione”, Chimenti Editore, ISBN 88-6115-002-0, anno 1 vol 1, 2006, pp.123-160.

Representation und Präsentation: Parteien, politische Propaganda und Massenmedien im Italien der Ersten Republik, in Irene Chytraeus-Auerbach, Georg Maag, a cura di, Die italienische Mediendemokratie, “Kultur und Technik”, ISBN 3-8258-0110-1, n.06, Lit Verlag, Monaco, 2006, pp. 50-61.

Forza Italia: origini, trionfo e declino del partito televisivo, “Comunicazione Politica”, Milano, Franco Angeli, ISSN 1594-6061, vol. V, 2004, n. 1, pp. 143-154.

Berlusconi-Rutelli: ovvero il corto e il lungo, l'emozione e la ragione, il 1948 e il 2001, “Comunicazione Politica”, Franco Angeli, vol. III, a. 2002, n. 1, pp.116-121.

La televisione al potere?, “Passato e Presente”, n.33, 1994, pp.5-12,.

Rappresentazione della realtà e strategie comunicative nei volantini delle Brigate Rosse dal 1970 al 1978, in “Passato e Presente”, n. 16, pp. 81-106, 1988.

Prefazioni

Prefazione in: William Gambetta. I muri del lingo '68. Manifesti e comunicazione politica in Italia, Roma, DeriveApprodi, 2014, ISBN:978-88-6548-099-1, pp. 5-11.

Relazioni a convegni nazionali e internazionali

Les élections italiennes 2018: les réseaux et les nouveaux codes esthétiques, relazione e partecipazione alla conferenza “Batailles d’images: la propaganda visuelle des élections présidentielles françaises 2017 et des élections législatives italiennes 2018”, Meson de l’Italie, Cité Internationale Universitaire, Paris, 31 maggio – 1 giugno 2018

Politiche 2018: i nuovi parametri, attori e scenari della campagna elettorale, relazione e partecipazione al Convegno “Elezioni politiche e regionali 2017/18: proposte e strategie dei partiti, risposte elettorali e impatto sul sistema politico”, promosso da Sisp, Itanes, Sise, Dipartimento Scienze Politiche Sociali e della Comunicazione, Università degli Studi di Salerno 10-11 maggio 2018.

Leadership, partiti e sfera pubblica. La messa in scena televisiva, relazione e partecipazione al Seminario internazionale di studi: “Comunicazione Politica e Rappresentazione Mediatica tra Italia e Francia”, Università della Tuscia, Viterbo 13-14 marzo 2018

La politica delle emozioni: diffusione e significati di un nuovo simbolo post-ideologico, relazione e partecipazione al 6° Convegno Annuale dell’Associazione Italiana di Comunicazione Politica “Comunicare e fare politica nella democrazia pop”, Roma 14-16 dicembre 2017.

The Emotional Politics: the Symbol of Heart in Political Communication, relazione e partecipazione al workshop internazionale “Emotional Publics and Political Feelings in Participatory Media”, Research Group New Media and Participatory Cultures, University of Amsterdam, 6 luglio 2017.

Publics, Aesthetics, and Models of Democracy Promoted by the Hybrid Public Sphere, relazione alla pre-conference “Varieties of Publics and Counterpublics”, 67th Annual Conference – International Communication Association, San Diego USA, 25-29 maggio 2017.

The politics of love: evolution and success of a post-ideological political symbol, relazione alla pre-conference “Populism, Post-truth politics and Participatory Culture”, 67th Annual Conference – International Communication Association, San Diego USA, 25-29 maggio 2017.

Talk-show: the format of the public sphere. Aesthetics, historical dimension and audiences, paper selezionato, Media Mutation 9 – “The format Factor. Television Shows, Brands and Properties in the Global Television Scenario”, ECREA Television Studies Session, Università di Bologna 23-24 maggio 2017.

Discussant alla tavola rotonda con Lars Nord, Mid Sweden University, “Le elezioni americane in Europa”, 5° Convegno annuale dell’Associazione Italiana di Comunicazione Politica, Urbino 15-17 dicembre 2016.

Estetiche, modelli ed effetti della messa in scena della democrazia, relazione International Congress “Contemporary films and media aesthetics. Culture, nature and technology in the 21st Century”, Università degli Studi Roma Tre, Roma 24-25 Novembre 2016.

Criticità e sostenibilità della nuova scena pubblica mediatica, relazione al XI Convegno nazionale AIS “Disuguaglianze, giustizia equità nel contesto globale”, Verona 10-12 ottobre 2016.

Coordinatore della sessione di Comunicazione Politica della sezione Pic-AIS all’interno della Giornata “Culture della sostenibilità. Sostenibilità delle culture”, Verona 10-12 ottobre 2016.

Televisione e spot, relazione al convegno “Il big bang di Silvio Berlusconi nella comunicazione elettorale italiana”, Camera dei Deputati, Palazzo Montecitorio, Roma, 25 giugno 2015.

Comparative perspectives on news coverage and public discourse on the Euro crisis, partecipazione al “Methodological Workshop, Institute of Journalism”, University of Goeteborg, Sweden, 17-19 December 2014.

Eucamp2014: temi e immagini della campagna elettorale per le elezioni europee 2014, relazione al Convegno annuale Associazione Comunicazione Politica Italiana, “La comunicazione politica in Europa: tra populismi e antipolitica”, Università degli Studi di Catania, 11-13 Dicembre 2014.

L’Europa della crisi e dell’Euroscetticismo. Temi ed immagini della campagna elettorale delle Elezioni Europee 2014, relazione al XXVII Convegno Sisp, Università degli Studi di Perugia, Perugia 11 – 13 settembre 2014.

The good, the bad and the ugly? Representations of the economic crisis in German, Italian and Irish political advertising, relazione alla Conference “Political Communication for the 2014 European Parliamentary Elections: which Europe for the Europeans?”, Centre d’Etudes Comparées en Communication Politique et Publique, Paris, 27-28 June 2014.

The Multilevel Impact of the Internet on Public Opinion, the Media and the Political System. The Case Study of the re-election of the Italian President Giorgio Napolitano, relazione al “International Conference on Social Media and the Transformation of Public Space”, University of Amsterdam, Netherlands, 18-20 June 2014.

L'iconografia femminile dell'Italia, l'evoluzione di un modello, relazione al Convegno internazionale “Le portrait politique, de 1914 à nos jours: propagande et contre-propagande”, Meson D'Italie, Cite Universitaire, Paris, 13-14 dicembre 2013

Il presidente del popolo di internet?, relazione al workshop “Società italiana e processi di mediatizzazione”, X Convegno AIS “La qualità del sapere sociologico”, Università degli studi di Firenze, Firenze 10-12 ottobre 2013.

The multilevel impact of the Internet on public opinion and the political system. The case study of the re-election of the President of the Italian Republic Giorgio Napolitano, relazione all'ECREA Political Communication Section Conference “New trends in political communication. Evidence, theories, implications, opportunities”, Università degli Studi di Milano La Statale, Milano 19-20 settembre 2013.

Chair del panel *Televisione e politica* al XXVII Convegno Sisp, Università degli Studi di Firenze, Firenze 12 – 14 settembre 2013.

Political communication between truth and fiction, relazione alla Regional conference ICA/ACOP/AE-IC/UMA “Why should I trust you? Challenges for communication in times of crisis”, Università di Malaga, Málaga, 18-19 July 2013.

Spot, trailer e videoclip: i generi e le forme della popolarizzazione politica nell'era di internet, relazione al convegno “Futuri Creativi. La pubblicità che cambia fra culture digitali e culture globali”, Università degli Studi di Urbino Carlo Bo, Pesaro 9-10 maggio 2013.

Dallo spot al post: I video politici dagli anni '80 a oggi, relazione al XVIII Convegno Internazionale di studi cinematografici: “Cinema e rete: film, web, social network, 3D video & tv, teatro, musica, Università degli Studi di Roma, Roma 10-12 dicembre 2012. Membro del Comitato scientifico del convegno.

I modelli di spazio pubblico e di interazione democratica costruiti dalla televisione, relazione al convegno “La società dello sguardo. Ricerche sulla storia della televisione in età contemporanea. (Secc. XIX-XX)”, Centro Interuniversitario di Storia Culturale, Università di Padova, Padova 23-25 febbraio 2012

The role of the Italian television in the construction of the public arena. A qualitative and quantitative analysis on the popularization of political communication in Italy, relazione al 2Th Mid Term Conference ESA Research Network-32 Political Sociology: Political participation and Beyond, Università degli Studi La Statale di Milano, 30 novembre – 1 dicembre 2012.

A comparative analysis of the posters of the last European election campaign. Issues and images, similarities and differences, among 27 countries, relazione al “4th. European Communication Conference ECREA 2012: Social media and global voices”, Mimar Sinan Fine Arts University, Istanbul, 24-27 ottobre 2012.

L'arena pubblica televisiva: numeri, generi, tendenze. Un'analisi qualitativa e quantitativa sulla popolarizzazione della comunicazione politica in Italia, relazione al XXV Convegno annuale Sisp, Università degli Studi Roma Tre, Roma 13-15 settembre 2012.

The three phases of Italian leadership: political, personal, post-political, relazione al “Convegno internazionale: Leadership. Leaders and new trends in political communication”, Università Luiss Guido Carli, Roma, 20-21 maggio 2011.

Il leader locale. Un bilancio sui percorsi e le strategie di comunicazione dei candidati a sindaco in Italia, relazione al XXIV Convegno annuale Sisp, Università IUAV Venezia 16-18 settembre 2010.

Letteratura e propaganda relazione al convegno: “La letteratura come strumento. Convincere, irretire, manipolare”, Classe di Lettere e filosofia, Scuola Normale Superiore di Pisa, 2 dicembre 2009.

La Turbopolitica: il nuovo scenario della comunicazione, relazione al Convegno: “Quale par condicio? Il monitoraggio del pluralismo politico a livello locale”, Comitato Regionale per le Comunicazioni della Regione Toscana, Firenze, 23 ottobre 2009.

Il profilo dell'Onda: identità, valori, appartenenze. Indagine sul movimento degli studenti romani dell'autunno 2008, relazione al XXIII Convegno annuale Sisp, Facoltà di Scienze Politiche Università degli Studi Luiss Guido Carli. Roma, 17-19 settembre 2009.

L'iconografia delle violenze politiche, relazione al convegno: “Violenza e storia d'Italia”, Università degli Studi di Macerata, Facoltà di Scienze Politiche, Macerata, 22-24 maggio 2008.

Rappresentanza e rappresentazione: partiti, propaganda politica e mass media, nell'Italia della prima repubblica, relazione al convegno internazionale: “Le radici storiche del 'regime mediatico italiano”, Università di Stuttgart, Internationales Zentrum für Kultur- und Technikforschung (IZKT), Stuttgart, Germany, 23-24 giugno 2005.

Politica e propaganda alla radio, relazione al convegno “Radio Working Days”, Università degli Studi di Siena, 23-24 novembre 2001.

Berlusconi: a different kind of fish, relazione al convegno: “Politica e antipolitica nella storia d'Italia”, Istituto Meridionale di Storia e Scienze Sociali e Provincia di Arezzo. 21-22 settembre 2001.

Direzione o partecipazione alle attività di un gruppo di ricerca caratterizzato da collaborazioni a livello nazionale o internazionale

Direzione e coordinamento del progetto di ricerca internazionale sulle Elezioni Europee 2009 realizzato all'interno dell'Università degli Studi Roma Tre. Il progetto ha comportato la creazione di una rete di ricercatori internazionali appartenenti a università e istituti di ricerca dei principali paesi membri della UE e il monitoraggio e la raccolta dei materiali elettorali di propaganda realizzati dai partiti e associazioni politiche dei diversi paesi.

Direzione e coordinamento del progetto di ricerca internazionale EuCamp14 dedicato al monitoraggio e allo studio della campagna elettorale per le Elezioni Europee del 2014. Il progetto ha comportato la creazione di una rete di 27 gruppi di ricerca internazionali collegati a università e istituti di ricerca dei principali paesi membri della UE.

Comparative perspectives on news coverage and public discourse on the Euro crisis, partecipazione al “Methodological Workshop, Institute of Journalism”, University of Goeteborg, Sweden, 17-19 December 2014.

Responsabilità di studi e ricerche scientifiche affidati da qualificate istituzioni pubbliche o private

Dal 15-05-2009 al 20-11-2011 consulente scientifico per il Comitato Italia 150 per la ricerca preparatoria e quindi per la realizzazione della mostra "Fare gli Italiani: 150 anni di storia nazionale" realizzata sotto l'Alto Patrocinio del Presidente della Repubblica in occasione del 150 dell'Unità d'Italia. La mostra si è svolta alle Officine Grandi Riparazioni di Torino dal 17 marzo al 20 novembre 2011.

Dal 01-03-2012 al 01-04-2012, su incarico dell'Università degli Studi di Salerno ha realizzato uno studio finalizzato all'ideazione-progettazione nonché alla realizzazione nell'ambito del progetto di un evento

sullasatira televisiva". L'incarico si è svolto all'interno del progetto "lo Stato della satira" finanziato con il fondo POR FESR 2007/20013 Obiettivo operativo 1.10 "La cultura come risorsa" della Regione Campania.

Dal 12-03-2015 al 30-07-2015, Consulente scientifico per la Direzione Teche della Rai per la realizzazione della mostra "Care elettori, care elettrici. Le immagini della prima repubblica nelle Tribune della Rai" con il patrocinio della Camera dei Deputati. La mostra è tenuta presso la Sala della Regina di Palazzo Montecitorio dal 23 settembre all'8 ottobre 2015.

Responsabilità scientifica per progetti di ricerca internazionali e nazionali, ammessi al finanziamento sulla base di bandi competitivi che prevedano la revisione tra pari

Dal 22-03-2010 al 22-09-2012, responsabile scientifico dell'unità di ricerca dell'Università degli Studi di Roma Tre all'interno del Prin 2008, "Popolarizzazione della comunicazione, going public e intrattenimento televisivo: nuove forme della politica" coordinatore scientifico nazionale prof. Paolo Mancini.

Dal 01-02-2013 al 01-02-2016, membro aggregato all'Unità dell'Università degli Studi di Torino coordinata dalla prof.ssa Franca Roncarolo all'interno del Prin 2012 "Come cambia la rappresentanza politica in Italia. La decisione di voto nel ciclo elettorale 2013-2015" coordinatore nazionale Prof. Paolo Segatti.

Dal 21-03-2013 al 21-03-2016, membro dell'Unità locale dell'Università degli Studi di Roma Tre coordinata da Lorenzo Mosca, all'interno del Progetto Futuro e Ricerca 2012 "Costruire società inclusive e un'Europa globale online: Informazione e partecipazione politica sui social media in prospettiva comparata", coordinatore nazionale Cristian Vaccari.

Dal 1/09/2018 al 31/08/2020, coordinatore del progetto internazionale di ricerca "Vote For Europe-2019" finanziato all'interno del programma Erasmus+ Programme – Jean Monnet Activities, categoria: Policy debate with the academic world: Projects and Networks, Call for proposals 2018 – EAC/A05/2017. Reference: 600309-EPP-1-2018-1-IT-EPPJMO-PROJECT, finalizzato a promuovere la cittadinanza europea e la conoscenza delle istituzioni comunitarie ed allo studio della comunicazione politica e della campagna elettorale delle Elezioni Europee 2019.

Direzione o partecipazione a comitati editoriali di riviste, collane editoriali, enciclopedie e trattati di riconosciuto prestigio

Membro del consiglio editoriale della Rivista Comunicazione Politica dal 01-04-2009 al 31-12-2016

Membro del comitato editoriale della rivista Comunicazione Politica dal 01-01-2017 a oggi.

Altro

E' il responsabile dell'Archivio degli Spot Politici, spin off del Prin 2012 sulla popolarizzazione della politica, che rappresenta il principale archivio on line italiano dedicato alla raccolta, alla conservazione e allo studio dei video politico-elettorali prodotti in Italia dagli anni '70 ad oggi.

Roma 1, settembre 2018

Edoardo Novelli

