

Una campagna europea sui temi di casa nostra

Descrizione

Si vota per lâ€™Europa ma si parla dâ€™Italia.
Queste elezioni si combattono innanzitutto sullâ€™immigrazione: benchÃ© terreno assai fertile delle forze anti-europeiste, questa volta lâ€™uscita di Salvini (a proposito del figlio del ministro Tria, impegnato con una ONG) si rivela un boomerang comunicativo: il tema, infatti, Ã¨ saturato per quasi il 70% dalla reazione indignata degli utenti online, molti dei quali fanno il verso al post del vicepremier leghista.

default watermark

> Migranti, Salvini contro il figlio di Tria: “Se fossi il padre, lo riporterei a casa per l’orecchio” [news aggiornata alle 21:25] https://t.co/LTNzooHELm
>
> â€” la Repubblica (@repubblica) April 4, 2019

Si conferma, ancora una volta, che la personalizzazione della comunicazione politica Ã¨ il modo con cui si predilige fare campagna elettorale. Nel periodo preso in esame, questa certezza si incarna in Giorgia Meloni di Fratelli dâ€™Italia e nella sua decisione di candidare il pronipote del duce, Caio Giulio Cesare Mussolini. Il web si spacca ma il risultato in termini di mera visibilitÃ Ã¨ lampante: il social-onnipresente Salvini Ã¨ detronizzato, relegato a un misero 12% delle conversazioni che rientrano sotto al cappello â€œCandidatiâ€•. Meloni e il suo pupillo, invece, sono al 65%.
Il terzo tema caldo Ã¨, invece, prettamente â€œtecnicoâ€•: liste, apparentamenti, coalizioni che si fanno, si promettono e si disfano investono una parte consistente del flusso conversazionale: al centro, i due vicepremier, e le tensioni che ultimamente ne regolano i rapporti. La pietra dello scandalo, stando ai dati in nostro possesso, Ã¨ la strategia di alleanze internazionali della Lega, non gradita al Movimento e al suo leader politico, che prende le distanze dalle posizioni negazioniste dellâ€™Olocausto.
Infine, Ã¨ particolarmente importante annotare la scarsa rilevanza di tre temi (politica interna, situazione economica del paese e Brexit) centrali per il futuro nazionale e continentale, di cui ogni giorno sono imbevuti quotidiani e telegiornali ma che non attecchiscono nelle fonti web monitorate per questo studio: tutti e tre sommati insieme, infatti, arrivano a malapena ad eguagliare il tasso di engagement del dibattito sulle candidature.

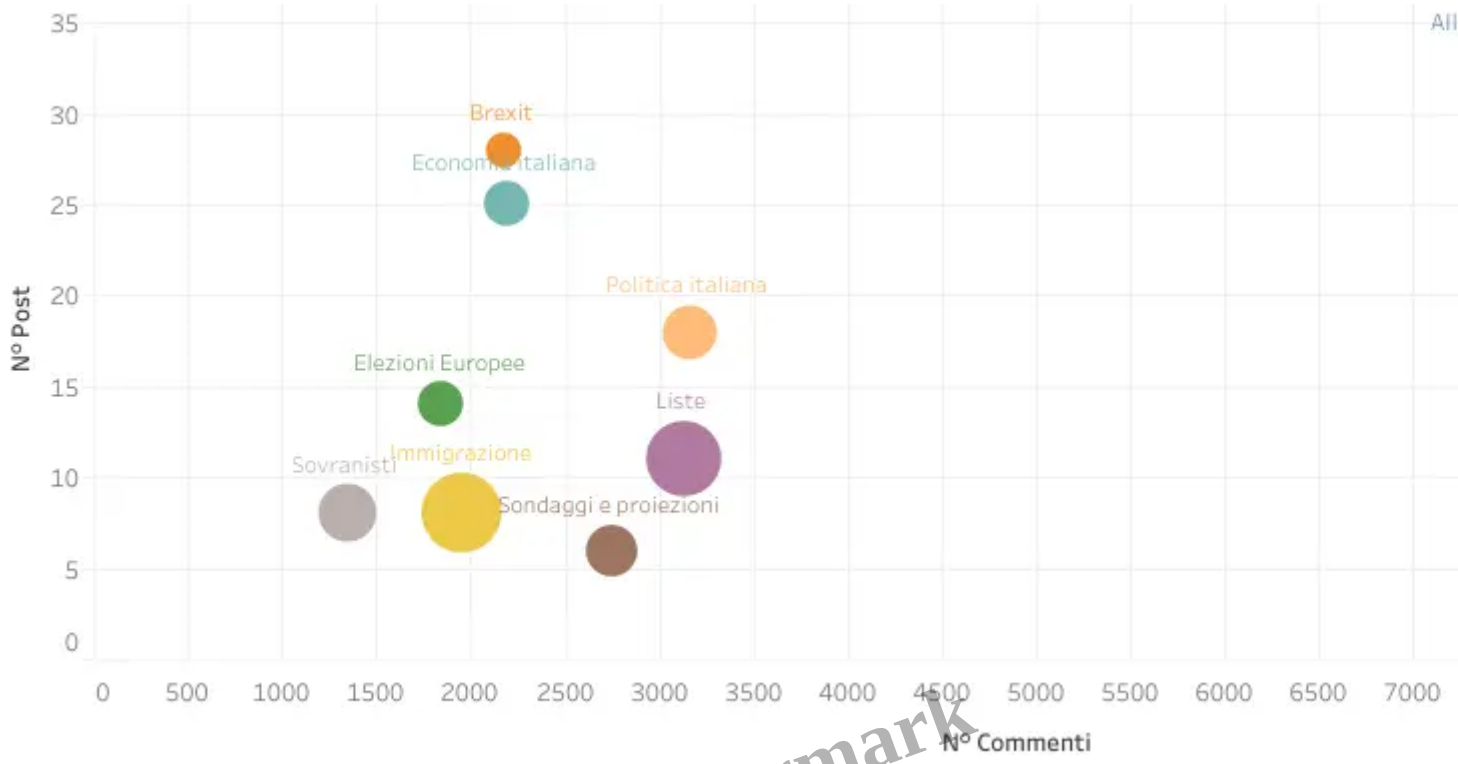
Una panoramica che nasce dallâ€™analisi di oltre 35 mila commenti Facebook e 8 mila tweet analizzati, relativi ai primi 10 giorni di aprile 2019.

Sono questi i numeri del secondo dei sei appuntamenti previsti dal progetto #Unito4Europe.
Come preannunciato, con questa nuova uscita entriamo nel vivo della campagna elettorale, approfondendone lâ€™agenda sul piano semantico (cosa si dice) e numerico (quanto lo si dice e con quale grado di successo tra il pubblico online).

PRIMA PARTE. VOCI DALLA CAMPAGNA ELETTORALE: UNA SINTESI

Il grafico interattivo qui sotto riassume i principali risultati emersi dallâ€™analisi delle conversazioni online dal 1 al 10 aprile di questâ€™anno, e si legge cosÃ¬:
i cerchi sono i temi piÃ¹ rilevanti discussi dal popolo della rete;
i temi che scatenano il maggior numero di commenti (risposte a post, thread di discussioni, retweet o condivisioni con commenti) si collocano sulla destra del piano cartesiano;
i temi che scatenano il maggior numero di post da fonti di informazioni (tweet e post di testate giornalistiche italiane) si collocano nella parte alta del piano cartesiano;
la dimensione dei cerchi Ã¨ proporzionale al tasso di engagement degli utenti online, calcolato secondo un algoritmo proprietario Quaerys: il Q score, cosÃ¬ lo abbiamo chiamato, Ã¨ un indice sintetico ponderato, che soppesa in modo differenziato tutte le azioni che un utente social puÃ² compiere con un contenuto. Lo scopo Ã¨ pervenire a una misura del coinvolgimento e del gradimento di un contenuto meno lasca e imprecisa di quanto non sia il mero conteggio in valore assoluto di like, commenti e condivisioni.

default watermark



default watermark



View on Tableau Public

ALCUNI TEMI IN DETTAGLIO

CANDIDATI.

Cosa succede sui social se candidi qualcuno che di cognome fa Mussolini e ha il nome (per esteso, tra lâ€™altro) del primo dittatore di Roma? Che ne parlano tutti.
In base alle percentuali, la candidatura del pronipote di Mussolini, annunciata da Giorgia Meloni, Ã¨ uno dei temi salienti di questa prima metÃ di aprile. Se lâ€™idea era ottenere visibilitÃ , ci sono riusciti. Se era racimolare consenso online, i dati parlano di un fallimento (che non necessariamente si tradurrÃ in modo deterministico in voti persi). Infatti, molti utenti richiamano lâ€™esempio di alcuni discendenti di gerarchi nazisti che hanno preferito cambiare cognome o essere sterilizzati per non dover sopportare lâ€™onta di una cosÃ¬ ingombrante ereditÃ . BenchÃ© ci siano posizioni meno negative, di chi sostiene la libertÃ di chiunque di candidarsi e farsi giudicare dal come e non dal cognome, non vâ€™Ã¨ dubbio che il sentiment associato alla trovata elettorale sia nel complesso molto negativo. A guardare lâ€™umore social, Giorgia Meloni Ã¨ giudicata positivamente quando associata a Salvini, dal momento che in molti auspicano una alleanza tra Fratelli Dâ€™Italia e Lega.

IMMIGRAZIONE

â€œLe colpe dei padri non ricadano sui figliâ€•, recitano alcuni passi della Bibbia. Ma nel caso della querelle tra Salvini e Stefano Paolo Tria, figlio del ministro dellâ€™Economia, la situazione Ã¨ ribaltata. Tutto Ã¨ partito dallâ€™accusa di Salvini rivolta al figlio di Tria (â€œse fossi il padre, lo riporterei io a casaâ€•), il quale Ã¨ impegnato come skipper con la ONG Mediterranea, che il 18 marzo ha portato a Lampedusa 48 migranti.
La maggior parte dei commenti intercettati su Facebook rimproverano questa uscita paternalistica del vicepremier, ironizzando sulla necessitÃ del padre di Salvini di agire nello stesso modo nei confronti del proprio figlio, disconoscendolo. Consistente Ã¨, quindi, la schiera di difensori di Tria padre, al quale non viene riconosciuta alcuna responsabilitÃ rispetto alle azioni del figlio, ad eccezione di una piccola minoranza che, invece, Ã¨ contraria al ministro e ne chiede le dimissioni.
In misura minore, il dibattito politico sui social si Ã¨ interessato alla notizia dellâ€™incontro tenutosi a Varsavia tra Giorgia Meloni e il presidente del partito di governo Diritto e Giustizia – il polacco JarosÅ‚aw KaczyÅ„ski – durante il quale i due esponenti politici si sono confrontati sulla proposta di istituire un blocco navale sulle coste della Libia. Se, da un lato, la questione sembra costituire un tema chiave allâ€™interno della campagna elettorale dei conservatori (in base a quanto anticipato da molti commentatori); dallâ€™altro lato, la reazione degli utenti social alla notizia Ã¨ stata implacabile e ha contribuito alla delegittimazione di Giorgia Meloni come rappresentante di forze politiche di primo piano. Come emerso nel topic precedente, infatti, la rilevanza e il riconoscimento attribuiti alla leader di Fratelli dâ€™Italia risultano subordinati allâ€™associazione con altri esponenti politici del centrodestra,il cui valore positivo risulta, al contrario, intrinseco.

default watermark



ALLEANZE E COALIZIONI

Lâ€™effetto confermativo di posizioni agli antipodi, tipiche delle tifoserie online, si osserva nitidamente in questo caso.
Nella sfera delle critiche, spesso veri e propri insulti, si rileva la delusione per le scelte di alleanza, sul fronte interno (alleanza Lega e M5s) e su quello estero (alleanza di Salvini e forze antieuropeiste e negazioniste dellâ€™Olocausto, vedi Orban e Le Pen).
Nel bene come nel male (e tra le due, al momento continua a prevalere la prima), Matteo Salvini ricopre il ruolo di leader indiscusso nelle piattaforme social, attestandosi al primo posto nella lista delle parole piÃ¹ ricorrenti (5% del totale), seguito da â€œgovernoâ€• e â€œLegaâ€•. Inoltre, lâ€™analisi delle co-occorrenze (una cosa brutta creata dalla kasta degli scienziati del dato) ha permesso di dimostrare il teorema della Bestia: la comunicazione online del leader leghista si colloca in tutte le discussioni su â€œgovernoâ€•, â€œEuropaâ€• e â€œItaliaâ€•, cosa che non avviene per il suo omologo alla vicepresidenza del consiglio.

Concentrandosi su Twitter, lâ€™analisi delle relazioni tra tag permette di delineare meglio il campo di battaglia di questa campagna elettorale social.
Si osservano, a questo proposito, due gruppi di hashtag. Il primo si concentra principalmente sulle Europee 2019: il sentiment Ã¨ neutro, almeno per ora, ma si notano stretti collegamenti tra gli hashtag riguardanti i principali partiti politici italiani, in una mappa virtuale che Ã¨ un calco fedele dellâ€™arco parlamentare tra maggioranza e opposizioni.
Il secondo gruppo vede al centro della conversazione i commentatori europeisti, collegati allâ€™elettorato del PD e allâ€™iniziativa di Calenda. Un avvicinamento che, almeno nel mondo social, sta dando i suoi ritorni in visibilitÃ : su 2926 associazioni tra i toptag, circa il 10% di tweet analizzati contengono una combinazione di hashtag che esprime un sentimento negativo nei confronti dellâ€™attuale situazione politica italiana e allo stesso tempo una presa di posizione europeista.

BREXIT

Allâ€™Italia attiva sui social, importa di Brexit? Beh, qualcosina, ma non troppo. Tuttavia, a quelli che ne parlano unâ€™uscita dellâ€™Italia dallâ€™Europa non piace affatto. Le immagini del difficile e

default watermark

macchinoso rapporto tra forze interne al parlamento inglese (non ultima la querelle sul ruolo di Theresa May) e delle proteste nelle piazze britanniche si sono tradotte in giudizi negativi verso gli inglesi e la loro classe politica, per essere finiti in mezzo al guado. Parole come democrazia e referendum vengono associate al frame del limite con il quale il popolo (libero di esprimersi) Ã¨ in grado di deliberare consapevolmente per il proprio bene.
Nel complesso, tirare in ballo unâ€™uscita dellâ€™Italia dallâ€™Unione Europea attira reazioni negative, dunque il tema non Ã¨ piÃ¹ spendibile a fini elettorali a differenza del recente passato.
E intanto alcune realtÃ imprenditoriali italiane, come la piemontese Satispay racconta il suo passaggio dalla Gran Bretagna al Lussemburgo.

SOVRANISMO

Questione ben piÃ¹ intricata la percezione nei confronti dellâ€™Unione Europea come istituzione sovranazionale che limita lâ€™autonomia dei singoli consociati.
A 40 giorni dalle elezioni europee, crolla la fiducia nei confronti dellâ€™Unione, dei suoi organi e delle scelte che compie: Ã¨ un mix di percezione di assoggettamento a paesi â€œfortiâ€•, leggi Germania e Francia, e alle lobby della finanza. Non deve, dunque, sorprendere, che lâ€™idea di unâ€™Italia indebolita dallâ€™abbandono della lira occupi – da sola – il 4% delle conversazioni. Per coloro che si riconoscono in questa lettura, esiste un solo grande colpevole: Romano Prodi, artefice di una scelta sconsiderata che ha portato lâ€™Italia in una condizione di crisi e inferioritÃ rispetto ad altri stati europei.
Un altro termine che si lega spesso con il tema del sovranismo Ã¨ rappresentato dal binomio â€œfascismo-fascistiâ€•: una parte di chi ne fa uso lo considera fuori luogo rispetto alle legittime richieste di maggior autonomia nazionale; altri, piÃ¹ spregiudicati, ne fanno ricorso rivendicando lâ€™orgoglio di dichiararsi nazi-fascisti; una terza categoria, infine, rivolge tale accusa direttamente ai social, rei di censurare alcune posizioni apertamente illiberali.

default watermark

POLITICA ITALIANA

Pur non rappresentando un tema da trending topic, quando si parla online di politica italiana si parla innanzitutto degli assenti: la sinistra italiana. PuÃ² sembrare una battuta, anche piuttosto scontata ormai: il termine â€œsinistraâ€• Ã¨ il piÃ¹ ricorrente dentro questo cluster tematico (frequenza dellâ€™8,7% su una totalitÃ di 3163 commenti), ma il tono che lâ€™accompagna non Ã¨ dei piÃ¹ accomodanti. Anzi, emerge diffusamente un malcontento che prende la forma del rimprovero disilluso per aver abbandonato i valori considerati la base di una proposta â€œdi sinistraâ€•, cominciando dalla solidarietÃ , lâ€™attenzione alle disuguaglianze, al disagio e alla povertÃ .
Il secondo sotto-tema per rilevanza Ã¨ il governo: su Twitter prevalgono giudizi molto negativi, che in buona parte si osservano anche su Facebook: ai leader gialloverdi si rinfaccia la mancanza di coerenza e la scarsa coesione. A differenza della piattaforma dei cinguettii, a casa di Zuckerberg si leggono anche diversi apprezzamenti per il lavoro svolto dal governo Lega-M5S, il quale, contrariamente ai governi precedenti, sta mostrando unâ€™attenzione palpabile verso i problemi dei cittadini.

ECONOMIA ITALIANA

Il tema economico, nel piÃ¹ ampio dibattito elettorale, entra poco e in maniera scontata: se lâ€™opinione Ã¨ per lo piÃ¹ negativa, Ã¨ per certi versi sorprendente che ciÃ² non si traduca

necessariamente in unâ€™accusa al governo in carica – come di norma Ã¨ avvenuto. Al piccolo fronte di coloro che imputano alle scelte dei leader attuali la crescita dello spread e la perdita di enorme somme di denaro in interessi e investimenti mancati, altri persistono nel sostenere che la crisi economica italiana sia frutto delle manovre attuata dallâ€™UE e che la regressione economica del paese sia da attribuire allâ€™euro.



L’editore Riccardo Rossotto alla riunione di redazione (foto Denisa Kola)



Il team di #Unito4Europe al lavoro (foto Denisa Kola)



Giuseppe Tipaldo e il team Manzoni (foto Denisa Kola)



Il team Brunelleschi (foto Denisa Kola)

CATEGORY

1. Europa

POST TAG

1. elezioni europee
2. europa
3. tipaldo
4. Unito4Europe

Categoria

1. Europa

Tag

1. elezioni europee
2. europa
3. tipaldo
4. Unito4Europe

Data di creazione
19/04/2019
Autore
tipaldo

default watermark