



Da destra a sinistra, elezioni europee a base di propaganda

Descrizione

Cos'è parlata la lista. Si avvicina il giorno del voto per il rinnovo del Parlamento Europeo e i partiti iniziano a sfidarsi. La caccia alle preferenze questa settimana si concentra su quattro soggetti: Fratelli d'Italia, Lega, +Europa e Sinistra. Esclusi questi ultimi, il lettore potrà sostituire facilmente il nome della forza politica con quella del suo leader. La sfida dei simboli, infatti, si trasforma in sfida tra volti: Giorgia Meloni vs Matteo Salvini vs Emma Bonino.

I dati raccolti questa settimana dal team di [Quaerys](#) fotografano la discussione online promossa dai vari partiti.

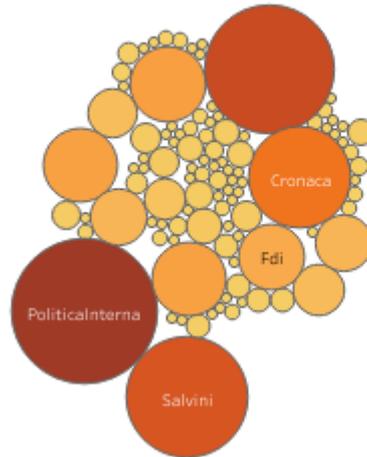
Oblio anche sul 25 aprile

Alcuni temi di grande rilevanza sociale e nazionale risultano poco discussi nonostante, offline, occupino una fetta importante dell'agenda. Non si parla di clima e ambiente, dell'economia italiana e della prossima manovra, nemmeno, esclusi rari casi, del 25 Aprile. L'unica forza politica che punta un po' di più su questi macro-temi è + Europa di Emma Bonino.

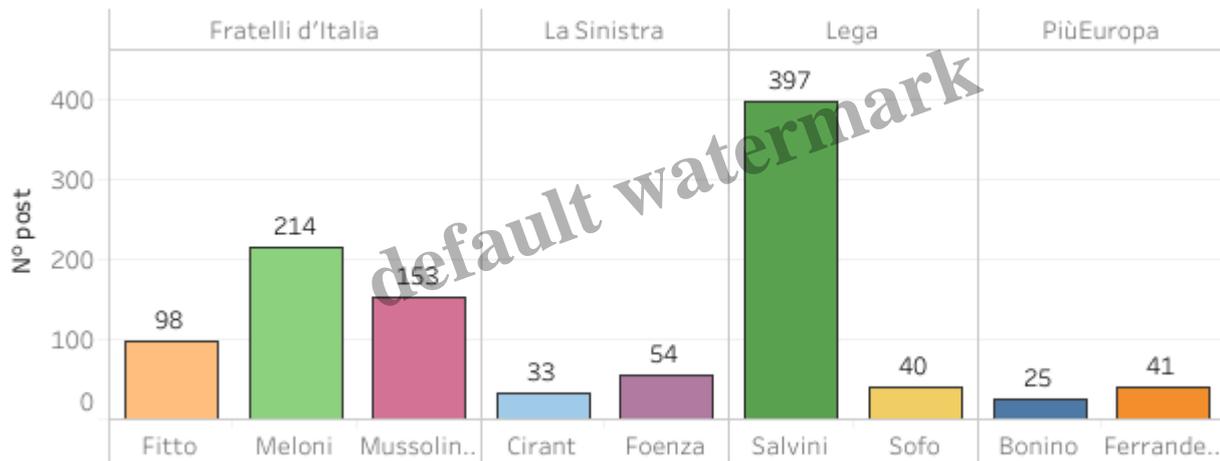
La rete sembra non solo poco attenta alla ricorrenza della liberazione dal nazifascismo ma anche insensibile ai problemi ambientali. A metà aprile Greta Thunberg, paladina della lotta al cambiamento climatico, è stata in Italia in visita dal Papa, ha organizzato un grande meeting con gli studenti della Capitale, ma non ci sono tracce del suo passaggio nelle bacheche "elettorali".

Di cosa parlano i politici?

N° Post



Chi ne parla di più?

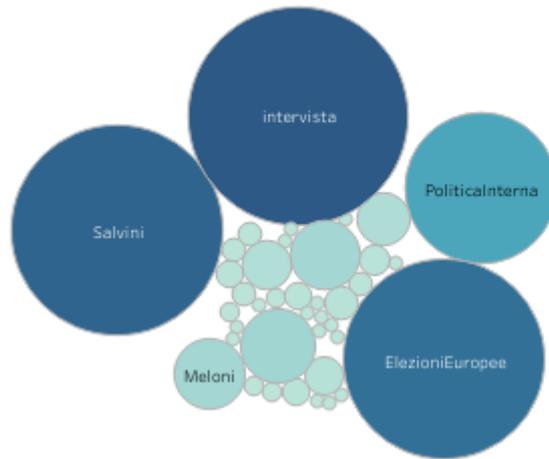


View on Tableau Public

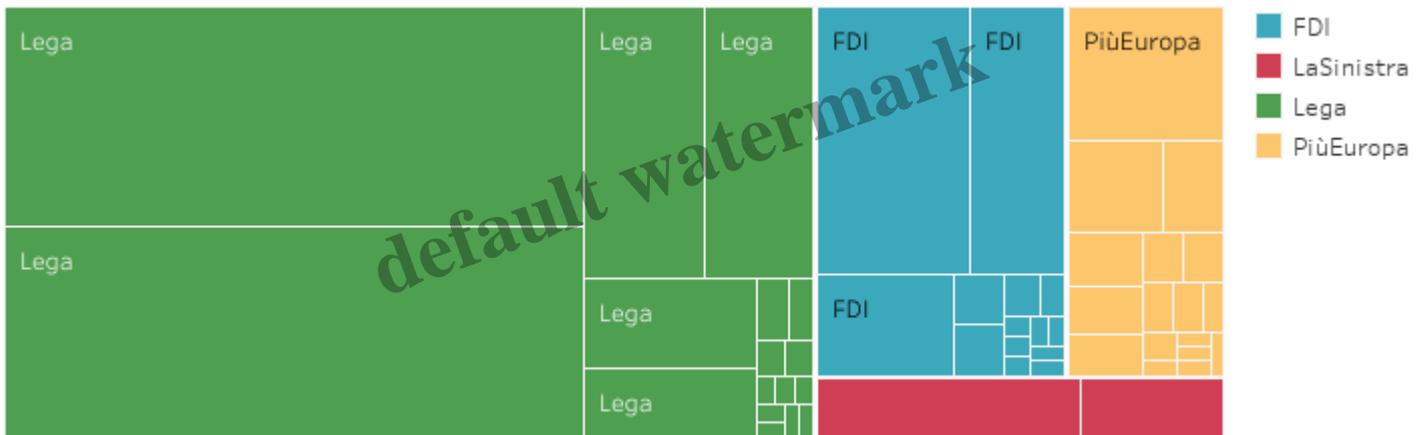
Cosa raccontano i partiti?

N° post

1



Chi ne parla di più?



[View on Tableau Public](#)

Navigation icons: back, forward, search, and other controls.

Si riscontra lo stesso scarso interesse per l'economia italiana: si parla poco e male dello sviluppo del Paese. Nonostante ci si trovi in piena discussione sulle strategie da attuare per evitare l'aumento dell'Iva e sulle possibili ripercussioni di "quota cento" e del varo del reddito di cittadinanza, la campagna ignora quasi totalmente l'intera materia economica.

La principale preoccupazione è ancora una volta la strategia nella sfida elettorale. In un'elezione in cui tutti sono contro tutti e dove contano le preferenze, a occupare la stragrande maggioranza dei contenuti si concentra sulla promozione del simbolo, degli slogan o dei singoli candidati.

Per tornare a quanto già accennato prima, la personalizzazione della politica passa non solo per volti, ma per le parole. La Lega parla per nome e per voce di Salvini, un esempio su tutti, ma che serve a fotografare la tendenza a rilanciare le parole del leader nelle interviste.

La classifica dei post

Che cosa ha “funzionato” meglio sui social in questa seconda settimana di campagna?

Le quattro pagine ufficiali hanno registrato il proprio picco di interazione e engagement con gli utenti attraverso post dal contenuto molto diverso. Lega – Salvini Premier ottiene l’interesse del pubblico condividendo un articolo dell’agenzia stampa Agi sulle dichiarazioni rilasciate da Matteo Salvini a Torino, a proposito della necessità europea di opporsi al rischio di diventare “Califfato islamico”. Pi  Europa raggiunge l’apice con un’immagine di vicinanza a Parigi e alla Francia intera in occasione del rogo della cattedrale di Notre Dame. Fratelli d’Italia mostra un elevato tasso di coinvolgimento dei propri follower con la pubblicazione del manifesto pubblicitario della conferenza programmatica di Torino del 13/14 aprile. Con un video dell’attore Peppino Mazzotta, la neonata coalizione “La Sinistra” raccoglie in data 15 aprile un numero di visualizzazioni quasi quadruplo rispetto agli utenti che fino ad oggi hanno scelto di seguirla su Facebook.

LEGA:

FDI:

LaSinistra:

Pi  Europa:

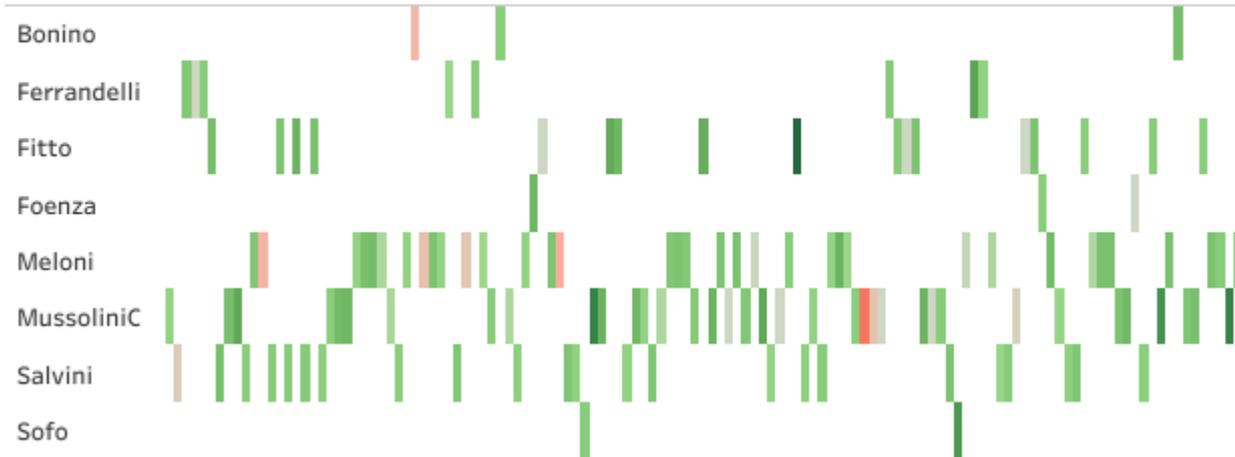
Una “classifica” che, tuttavia, necessita di qualche nota specifica rispetto ai dati di partenza. Se la fan base del leader del Carroccio ha superato i 3,5 milioni di persone su Facebook, drasticamente inferiore il numero di individui ad aver scelto di seguire sul web la pagina ufficiale di partito “Lega -Salvini Premier”, ad oggi 505 mila.

Di altra entit  i numeri delle pagine ufficiali dei partiti sfidanti: Fratelli d’Italia raccoglie il Mi piace di poco pi  di 190 mila utenti, seguita da Pi  Europa con 115 mila follower, mentre si attesta fanalino di coda “La Sinistra” (coalizione composta da Partito della Rifondazione Comunista, Altra Europa con Tsipras, Sinistra Italiana e Convergenza Socialista) a cui a un mese dalla propria nascita 10 mila utenti hanno apposto il Like.

Il “tono” della discussione

Per quanto riguarda il tono della discussione, gli algoritmi ci hanno restituito questa mappa del sentiment.

Sentiment Analysis



I post più negativi



I post più positivi

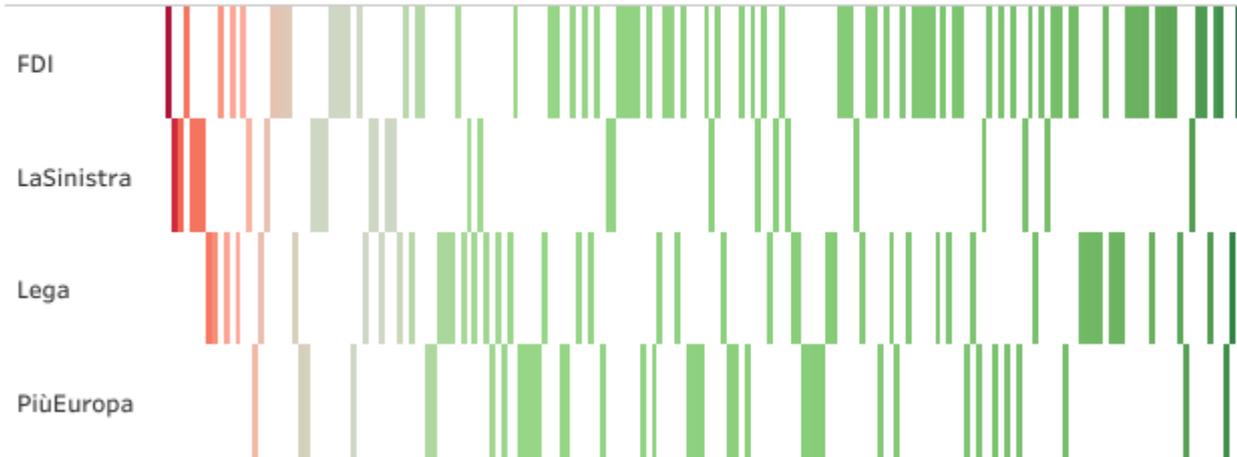


[View on Tableau Public](#)



Sentiment Analysis

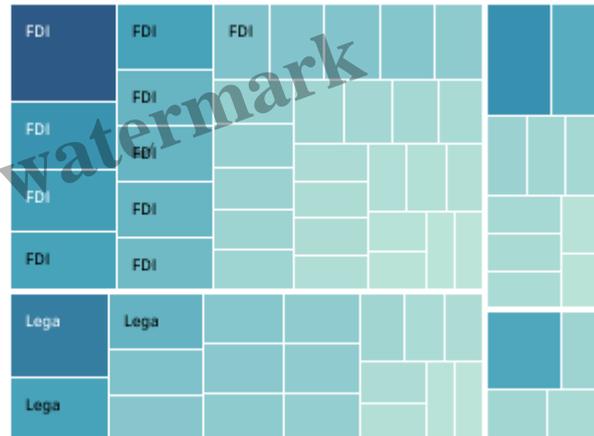
- (All)
- FDI
- LaSinistra
- Lega
- PiùEuropa



I post più negativi



I post più positivi



 View on Tableau Public



Giuseppe Tipldo e i [team](#) di Quaerys

CATEGORY

- 1. Europa

Categoria

- 1. Europa

Data di creazione

07/05/2019

Autore

tipaldo