



Elezioni 2018

Mapping Italian News



Strumenti e tecnologie innovativi
per mappare la copertura
mediatica

su temi politici in vista delle
elezioni 2018

Report n° 08 del 02/03/2018

Periodo di osservazione dal 23/02/2018 al 01/03/2018

ENGAGEMENT ONLINE & ELEZIONI

**Social Network: la squadra di governo proposta dai Cinque Stelle, l'Italia Paese di ignoranti
e la professoressa che offende le Forze dell'Ordine gli articoli più popolari della settimana**

a cura di **Eleonora Serafino** (Istituto per la Formazione al Giornalismo di Urbino) e **Francesca Carabini**
(Dipartimento di Scienze della comunicazione, studi umanistici e internazionali dell'Università di Urbino Carlo Bo)

Negli ultimi giorni prima delle elezioni, gli utenti dei social network si sono mostrati interessati a molta politica, temi sociali e la centralità dell'istruzione.

Il più condiviso della settimana (13.587 condivisioni), nonché al quarto posto nella classifica di quelli con più reazioni (31.610), è un articolo pubblicato su Il Blog delle Stelle in cui il Movimento fondato da Beppe Grillo propone la sua squadra di governo.

Ha ricevuto, invece, in assoluto più commenti (26.183) "La prof ai poliziotti: 'Dovete morire, vigliacchi'. Renzi: 'Va licenziata'", pubblicato da Corriere Torino del Corriere della Sera. La notizia della docente che durante gli scontri in piazza a

Torino tra antifascisti e Casapound ha inveito contro le forze dell'ordine, corredata sul sito del Corriere anche da un video, è anche seconda tra quelle che hanno ottenuto più reazioni e quinta nella classifica delle più condivise.

Prima nella top ten per reazioni della settimana (con 40.342 reazioni), infine, "Siamo un Paese di ignoranti. Ed è questo il primo problema dell'Italia", articolo che parla del rapporto sulla conoscenza in Italia dell'Istat, pubblicato dal sito *Linkiesta*.

Sono i dati relativi alla settimana appena conclusa (23 febbraio -1 marzo) del progetto Mapping Italian News 2018, nato per creare una mappatura della copertura mediatica sui temi politici dei media italiani tradizionali, digitali e alternativi in vista delle elezioni politiche del 4 marzo. L'obiettivo è misurare il volume dell'engagement – ovvero delle interazioni (commenti, condivisioni, reazioni) – prodotte sui social media alle notizie che hanno come tema la politica. MINE2018 è un progetto del dipartimento di Scienze della comunicazione, studi umanistici e internazionali dell'Università di Urbino Carlo Bo. Una delle prime conclusioni del progetto mette in evidenza come i siti web legati alle testate tradizionali non abbiano una generale preponderanza rispetto a fonti vicine all'una o all'altra parte politica o ancora a siti web non riconducibili a nessuna delle maggiori

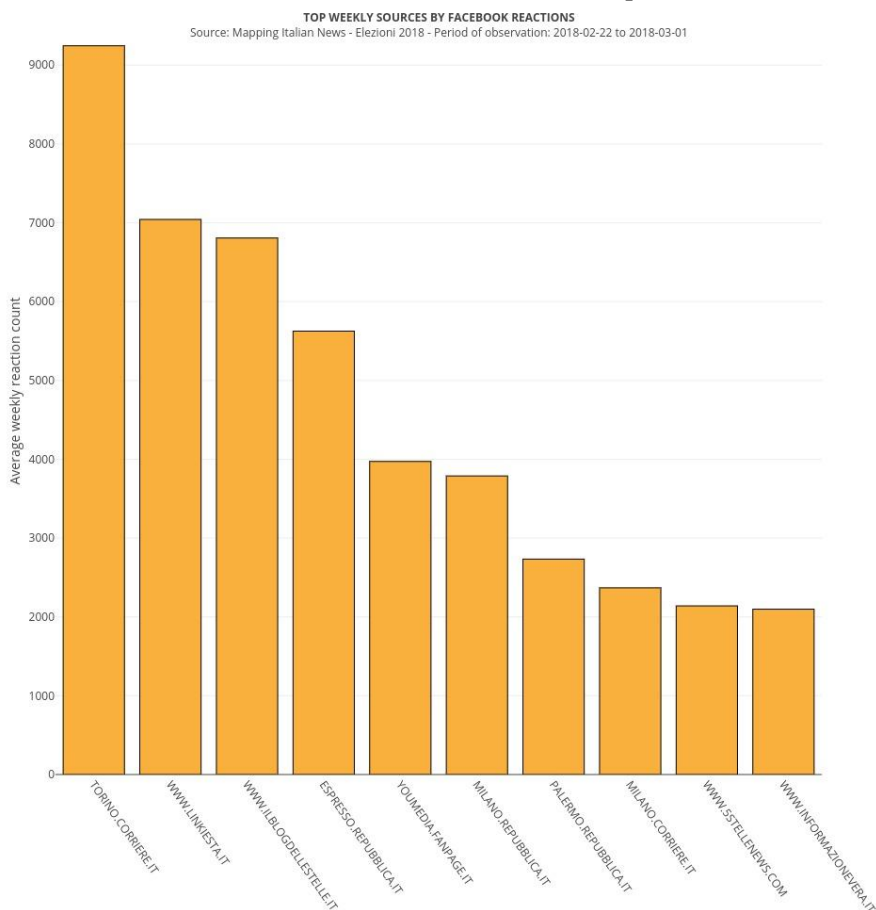


Chart n. 1

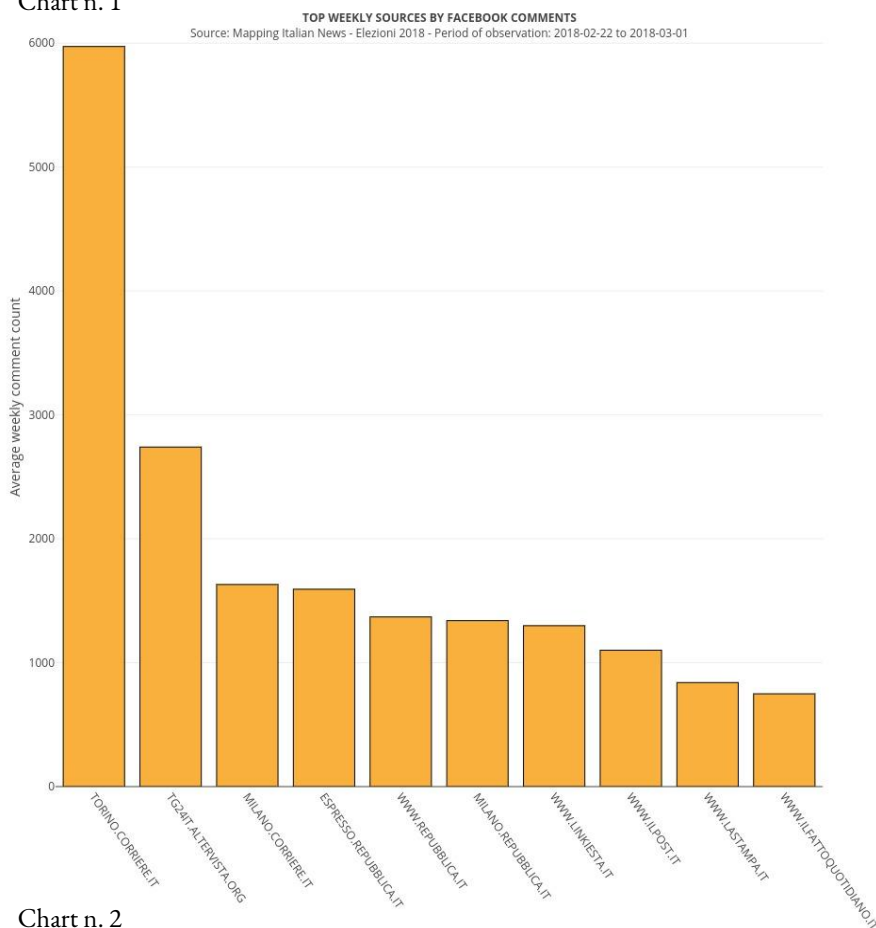


Chart n. 2



testate giornalistiche affermate in Italia. I dati osservati possono essere influenzati da campagne promozionali e da attività coordinate di bot e fake account finalizzate a restituire un'immagine distorta dell'attenzione degli italiani.

La politica: la squadra di governo proposta dai Cinque Stelle e il governo di scopo di Grasso

La proposta della squadra di governo presentata su Il Blog delle Stelle risulta essere, come è stato accennato, la più condivisa della settimana. Ma la notizia politica che ha creato più dibattito su Facebook è sicuramente l'annuncio da parte del Presidente del Senato Pietro Grasso, leader del partito Liberi e Uguali, della disponibilità a formare un governo di scopo con Renzi e Berlusconi. Su questo argomento un articolo pubblicato da Il Fatto Quotidiano, uno pubblicato da La Stampa e uno dall'Ansa sono rispettivamente al terzo (15.432 commenti), al quinto (14.565) e al sesto posto (14.135) nella classifica dei più commentati della settimana.

Al terzo posto per condivisioni troviamo un'altra notizia che riguarda la politica: "Silvio Berlusconi e la mafia; vent'anni di soldi in nero (ma nessuno ne parla)", un'inchiesta pubblicata da L'Espresso, condivisa dagli utenti Facebook ben 8.215 volte nella settimana, ma solo all'ottavo posto nella classifica per reazioni (24.307).

Non solo politica: istruzione, temi sociali e immigrazione

È interessante notare come, a pochi giorni dal 4 marzo, l'interesse di chi usa Facebook sia rivolto anche a una tematica non esplicitamente politica, ma che è comunque stata argomento di discussione di molti partiti in questa campagna elettorale: l'istruzione. L'articolo che ha ricevuto più reazioni nella settimana (al sesto posto, invece, tra quelli che hanno ottenuto più condivisioni), "Siamo un Paese di ignoranti. Ed è questo il primo problema dell'Italia", pubblicato da Linkiesta, presenta i dati del Rapporto sulla Conoscenza 2018 dell'Istat. Il tema ritorna anche in un pezzo - secondo tra quelli più commentati (15.586) - pubblicato da Oggi scuola.it, dal titolo "Emma Bonino: 'Basta latinisti, la scuola prepari al mondo del lavoro'". Il sito dedicato alla scuola italiana nell'articolo riporta l'appello fatto dall'ex radicale, durante un incontro elettorale, di "non concentrarsi solo sullo sviluppo personale e intellettuale, perché nei Paesi vicini alla piena occupazione come la Germania, cercano più ingegneri e operai specializzati". Al quarto posto tra gli articoli più condivisi anche una notizia a sfondo sociale: il sito Tgcom24 pubblica un pezzo intitolato "Padova, anziana sviene al supermarket: ho fame e non ho soldi". L'articolo, accompagnato da un video-servizio, è stato condiviso 7.752 volte e risulta essere anche al quinto posto per reazioni (29.187 nella settimana presa in esame).

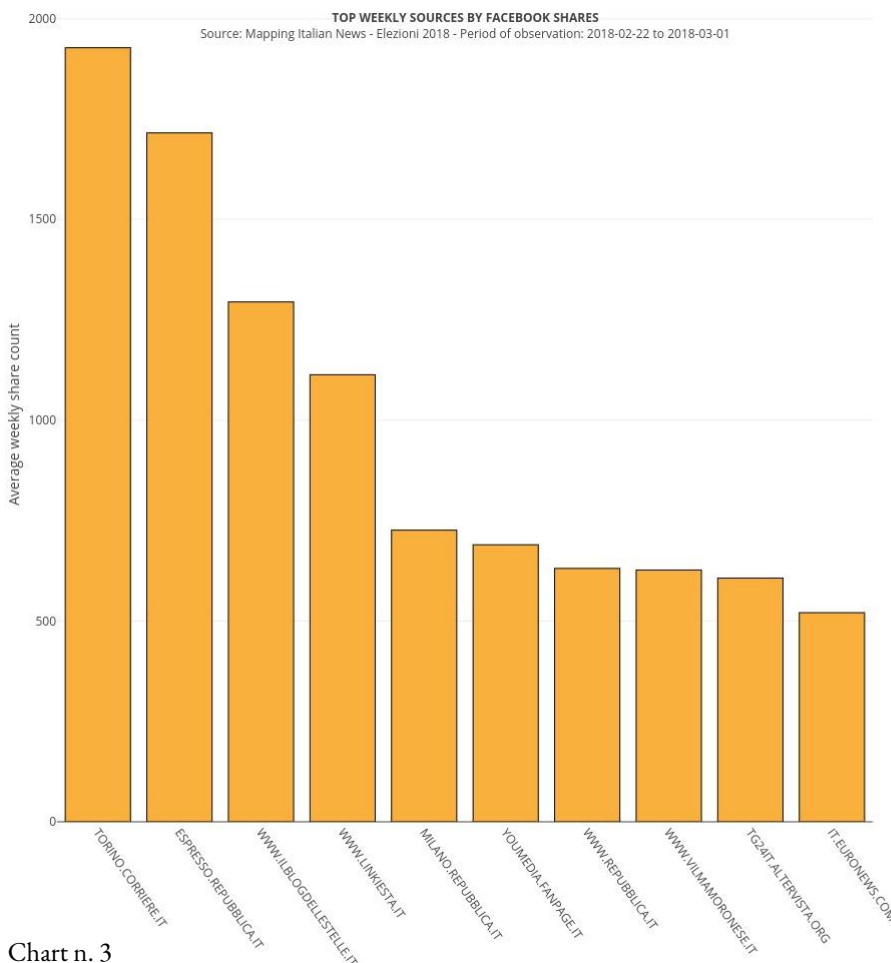


Chart n. 3

I grafici rappresentano le dieci fonti di informazione che hanno generato maggiore engagement nei termini di commenti (chart n. 1), reazioni (chart n.2) e condivisioni (chart n.3). La media calcolata può essere influenzata da notizie di particolare rilevanza che hanno generato, singolarmente, alti livelli di engagement.

Le fake news o presunte tali

Nella top ten delle più condivise, al secondo posto, con 10.115 condivisioni, troviamo un altro articolo che non si lega alla politica e alle imminenti elezioni, almeno non in maniera diretta. Il sito Tg-news24 pubblica “Notizia bomba: i soldi dell’Unicef sai dove sono finiti? Sono finiti nella società della famiglia Renzi”. La notizia circola sul web dal 2016 ed è stata ripresa più volte da diversi blog e testate giornalistiche, per poi essere smentita nel luglio 2017 dal sito Next Quotidiano. È un articolo di smentita di quella che da loro viene definita una “fake news” quello pubblicato, invece, da Il Blog delle Stelle. Nel pezzo, che è al nono posto tra le notizie che nella settimana hanno ottenuto più reazioni, il movimento precisa di non avere nessuna intenzione di tagliare gli stipendi alle Forze dell’Ordine e definisce l’informazione una notizia falsa diffusa in maniera strumentale in fase pre-elettorale.

Uno sguardo d’insieme: la storia di Peppina e le notizie su immigrazione e razzismo le più seguite negli ultimi 6 mesi. Italiani più attivi su facebook prima delle elezioni.

Analizzando i dati della ricerca, dal 1 settembre al 1 marzo, si può notare che nel mese di febbraio, quindi in prossimità delle elezioni, è aumentato sensibilmente il livello di engagement (reazioni, commenti e condivisioni) sui social network. “Le bollette elettriche non pagate saranno (in parte) a carico degli altri utenti” è l’articolo che ha contribuito a raggiungere il picco in termini di reazioni, commenti e condivisioni nei mesi presi in esame. La notizia, pubblicata il 14 febbraio 2018 da *Il Sole 24 Ore*, ha conquistato il primato nella seconda parte di febbraio, quindi a pochi giorni dalle elezioni. Nella classifica, con dati di poco inferiori, troviamo anche: “Al corteo antifascista si canta: ‘Ma che belle son le foibe da Trieste in giù’”, pubblicato da *Il Secolo d’Italia* il 10 febbraio, e il video, pubblicato su YouTube, dell’esibizione dell’attore Pierfrancesco Favino che ha portato all’Ariston un monologo sui migranti, tratto da “La notte prima delle foreste” di Koltès. La performance è stata anche la più commentata in assoluto da settembre.

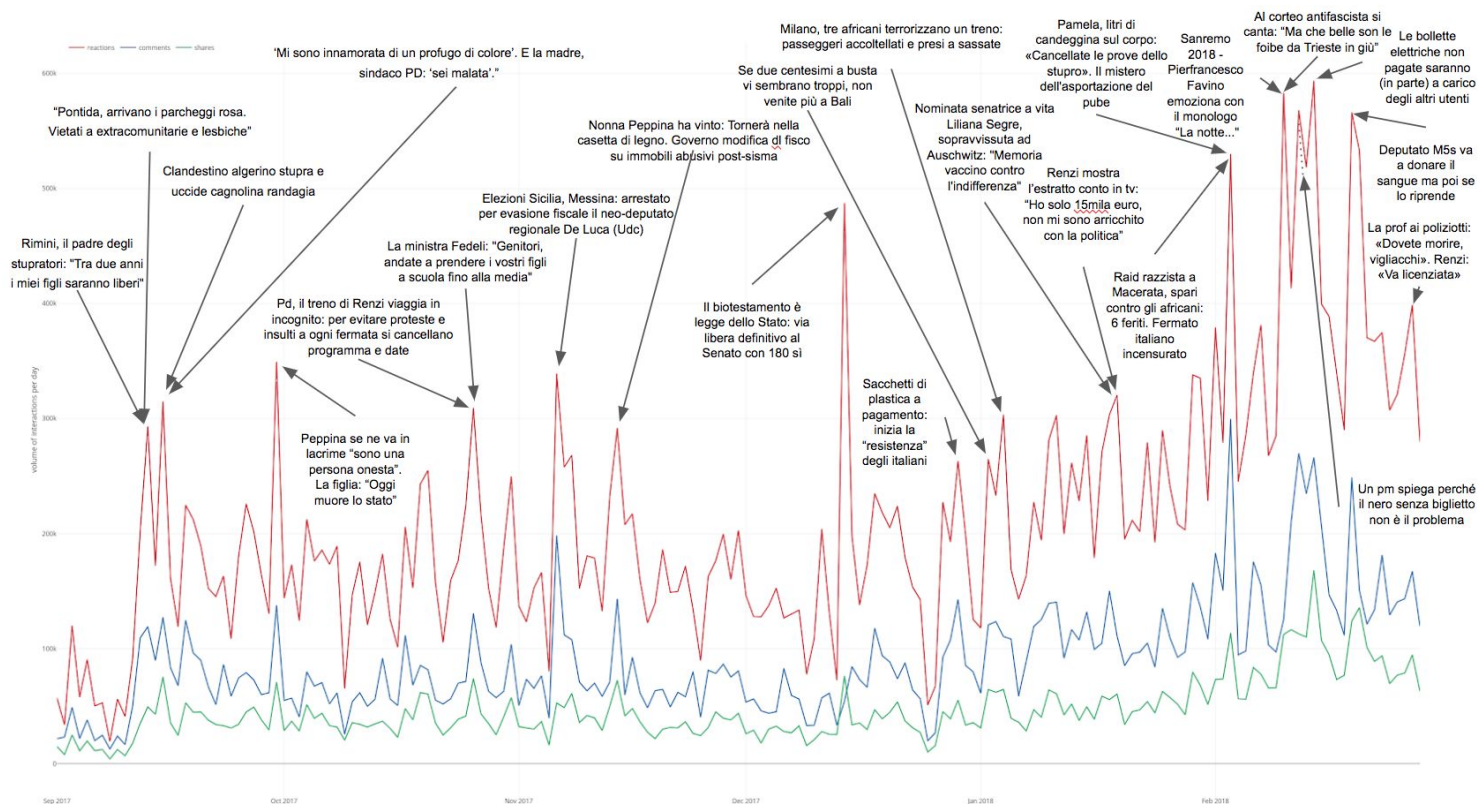


Chart n. 4

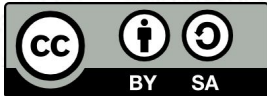


Riguardano lo stesso argomento – immigrazione e razzismo – anche le notizie più popolari a inizio febbraio e a metà settembre. Nella prima settimana di febbraio spiccano, a pari merito, due articoli legati a una notizia di cronaca che ha creato molto scalpore: l’uccisione di una ragazza di 18 anni e lo smembramento del suo corpo. “Pamela, litri di candeggina sul corpo: ‘Cancellate le prove dello stupro’. Il mistero dell’asportazione del pube” è stato pubblicato da *Libero* il 3 febbraio 2018, mentre “Raid razzista a Macerata, spari: 6 feriti. Fermato italiano incensurato” da *Repubblica* il 4 febbraio 2018.

Poco al di sotto nella classifica per engagement troviamo la notizia “Il biotestamento è legge dello Stato: via libera definitivo al Senato con 180 sì”, che ha ottenuto molte reazioni, commenti e condivisioni nella prima metà di dicembre. Ottobre e novembre presentano, in genere, dei picchi meno elevati. A inizio ottobre ha raggiunto il boom il video “Peppina se ne va in lacrime ‘sono una persona onesta’. La figlia. ‘Oggi muore lo stato’”. Le immagini riprendono lo sfratto della donna di 95 anni dall’abitazione in legno che le figlie le avevano fatto costruire dopo il terremoto che ha colpito alcune zone delle Marche nel 2016. Nella seconda metà del mese hanno avuto più seguito l’articolo intitolato “Pd, il treno di Renzi viaggia in incognito: per evitare proteste e insulti a ogni fermata si cancellano programma e date”, pubblicato da *Il Fatto Quotidiano*, e “La ministra Fedeli: ‘Genitori andate a prendere i vostri figli a scuola fino alla media’”, pubblicato da *La Repubblica*. Mentre nella prima settimana di Novembre il primato è raggiunto da “Elezioni, Sicilia, Messina: arrestato per evasione fiscale il neo-deputato regionale De Luca (Udc)”, pubblicato da *Palermo.Repubblica.it*. A metà mese, invece, torna la storia dell’anziana sfollata con l’articolo “Nonna Peppina ha vinto: Tornerà nella casetta di legno. Governo modifica il fisco su immobili abusivi post-sisma”, pubblicato da *Libero*.

Una nota conclusiva. Durante i 6 mesi intercorsi fra settembre e oggi, abbiamo potuto notare come i temi che raggiungono alti livelli di coinvolgimento siano solo apparentemente non politici. La cronaca nera (specie quando legata all’immigrazione), i sacchetti di plastica e le bollette non pagate a carico di tutti, la performance di Francesco Favino a Sanremo, il caso di nonna Peppina letto come fallimento dello stato, sono tutti temi profondamente politici. Temi vicini a quella politica non partitica che attraverso le ansie e le paure che passano dalla percezione di insicurezza o di precarietà economica, arrivano a tutti (anche a chi è disinteressato alla politica) perché toccano la vita quotidiana dei cittadini. Non c’è dunque da sorprendersi se questi sono i temi che producono maggiori interazioni. Del resto, i soggetti che provano a influenzare l’opinione pubblica attraverso i social media, hanno compreso da tempo questo meccanismo e ne hanno fatto tesoro per costruire efficaci forme organizzate di attivismo digitale. Provate a chiedervi quanti dei temi evidenziati nel grafico 4 giochino in favore di questo o quel partito. Ne esce un profilo chiaro che conduce tuttavia a due possibili letture. Nella prima i social media sono visti come specchio dell’opinione pubblica del Paese. Nella seconda, questo specchio è distorto e il quadro che ne risulta è manipolato per restituire un’immagine dell’opinione pubblica funzionale ad una certa visione del mondo.





Quest'opera è stata rilasciata con licenza
Creative Commons Attribuzione - Condividi
allo stesso modo 4.0 Internazionale.

Per leggere una copia della licenza visita il sito web
<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/> o spedisci una
lettera a Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA
94042, USA.



Follow us:



la Repubblica



xPLace
DIGITAL AGENCY

Rai News 24

Il progetto è co-finanziato da Open Society Foundation.