



Twitter come mercato comunicativo

Strategie di comunicazione online tra i sostenitori dei principali partiti per le elezioni al Parlamento europeo

Con l'avvicinarsi delle elezioni europee di maggio, la discussione politica verso temi caldi come immigrazione, lavoro e libertà di movimento è in continua evoluzione. Una delle sfide per cercare di capire l'orientamento ideologico dei cittadini europei è quello di **raccoglierne impressioni e opinioni, distinguendo le dimensioni costanti da quelle più volatili.**

Il Parlamento europeo (Pe), infatti, è l'unico organo dell'Unione europea (Ue) direttamente eletto dai suoi cittadini. Riuscire a tracciare l'orientamento politico in termini di contenuti e affiliazione ideologica di questi elettori è un aspetto importante non solo come **metodo di comparazione rispetto a simulazioni sulla ripartizione dei seggi**, ma anche per **valutare tensioni e possibilità che i principali gruppi politici si troveranno ad affrontare una volta eletti.**

Come documentato in [altre occasioni](#), social media come Twitter sono piattaforme importanti per capire l'impatto che una certa dimensione della comunicazione politica – quella social – ha sulla formazione di opinioni e, in ultimo, sui risultati delle elezioni politiche. È indubbio che la presenza costante dei social media all'interno del dibattito politico porti con sé grandi vantaggi: ne sono prova le recenti iniziative sociali #Friday4Future e #yes2copyright. Tuttavia, bisogna ricordare che l'ambiente social ha delle regole e una struttura comunicativa particolare, in cui non tutte le dimensioni per un dialogo democratico possono essere soddisfatte. L'intermediazione tecnologica, la presenza di algoritmi che favoriscono l'esposizione a posizioni vicine alla propria piuttosto che contraddittorie, la limitazione di 280 caratteri per post sono solo alcune delle caratteristiche che definiscono la nuova comunicazione politica. È dunque importante prestare attenzione a come le opinioni si formino in questo contesto e a come vengano comunicate.

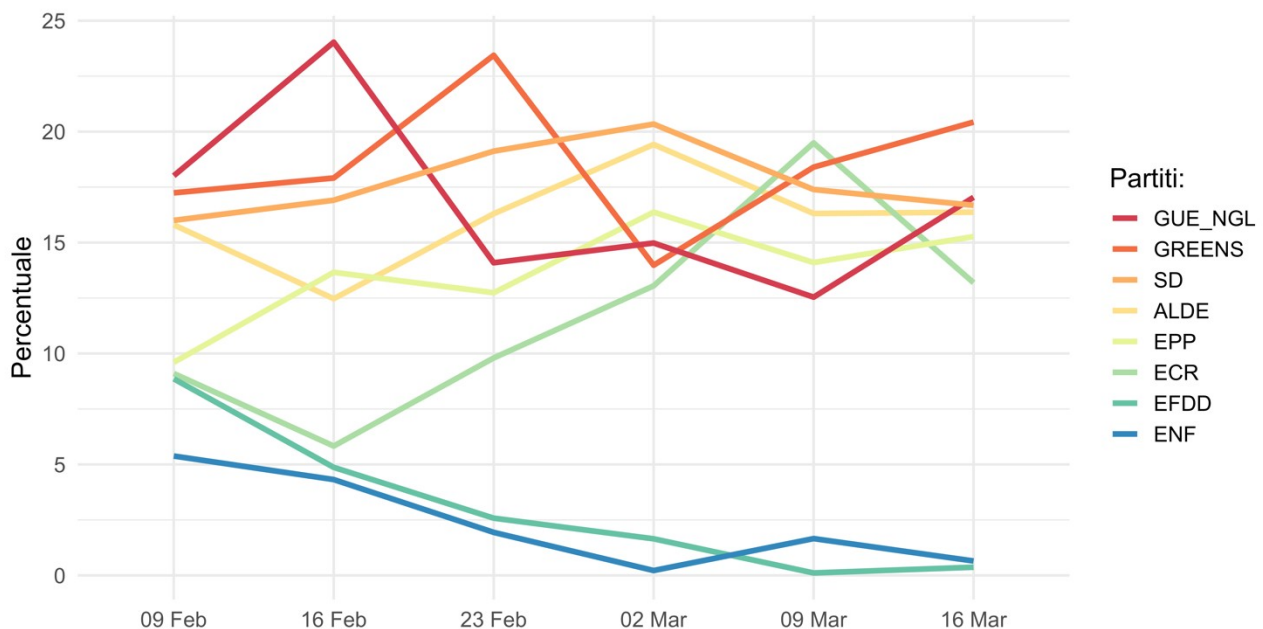
1. Gruppi politici e tematiche

Questo comunicato dell'Istituto Cattaneo ha come obiettivo principale quello di riportare il monitoraggio che è stato fatto di vari post su Twitter a partire dagli inizi di febbraio 2019. Costituisce il primo di due lavori con i quali si cerca di **mappare i principali temi di cui gli utenti Twitter discutono quando esprimono affiliazione verso uno degli otto principali gruppi politici al Parlamento europeo**: Partito popolare europeo (Ppe), Alleanza progressista dei socialisti e democratici (S&D), Conservatori e riformisti europei (Ecr), Alleanza dei democratici e dei liberali per l'Europa (Alde), Sinistra unitaria europea/Sinistra verde nordica (Gue/Ngl), gruppo Verde/Alleanza libera europea (Greens), Europa della libertà e della democrazia diretta (Efdd), Europa delle nazioni e della libertà (Enf).

Per fare ciò, sono stati raccolti tutti i post in cui, singolarmente, ciascuno dei partiti appena indicati era stato menzionato nella settimana precedente. La raccolta dati è stata fatta settimanalmente: il 9, 16 e 23 febbraio; e il 2, 9 e 16 marzo. Per dare una misura della **copertura mediatica che i sostenitori di questi partiti hanno su Twitter, la figura 1 mostra le percentuali di tweet per ogni periodo in cui i dati sono stati raccolti.** Il metodo adottato da questo studio per la segmentazione dell'affiliazione politica è stato quello dell'analisi dei sentimenti. Questa strategia

di ricerca consiste nell'analizzare gli otto gruppi di tweet (per ciascun gruppo politico) in modo da avere una polarità da -1 a +1 per ciascun tweet. Una polarità negativa indica una maggioranza di termini negativi relativi al partito di interesse, mentre una positiva indica una tendenza a parlare positivamente di temi in cui il partito viene menzionato. Il limite principale associato a questa strategia è quello di considerare il partito come l'obiettivo verso il quale questi sentimenti vengono rivolti. Ad esempio, si può nominare il partito dei Verdi in un tweet in cui si parla molto negativamente di comportamenti pericolosi per l'ambiente. Questo non significa che il tweet è negativo nei confronti del partito, ma anzi ne condivide le preoccupazioni. Tuttavia, affrontare questo problema richiederebbe analisi di tipo qualitativo, proibitive per ingenti quantità di dati come quelle analizzate nella presente analisi.

Fig. 1. Percentuali di tweet per i sostenitori dei principali gruppi politici al Parlamento europeo nei sei periodi di raccolta dati (9 febbraio – 16 marzo)



Fonte: Elaborazione Istituto Cattaneo su dati Twitter.

Concentrandosi sui trend comunicativi dei sostenitori dei singoli partiti, dalla figura 1 si notano due tendenze particolarmente rilevanti. La prima è una **suddivisione nelle tendenze tra gruppi di destra e di sinistra**: mentre i primi (in particolare Efd e Enf) diminuiscono radicalmente il numero di post scritti rispetto a quelli degli altri partiti (da circa il 10% ad una percentuale molto vicina allo zero), i partiti con orientamento di centro e di sinistra si posizionano tra il 10 e il 25% nel corso di tutto il periodo. La seconda tendenza da rilevare è quella del **partito Conservatori e riformisti europei (Ecr): inizialmente posizionato insieme agli altri due partiti con minore copertura, il trend lo porta a raggiungere un picco il 9 marzo, seguito da un leggero declino che lo vede comunque tra i partiti più attivi**.

Confrontando questi primi risultati con le ultime simulazioni svolte dall' Istituto Cattaneo, si possono notare alcuni elementi interessanti su come le intenzioni di voto possano essere in linea o meno con la discussione online. Nelle simulazioni, si mette in evidenza la progressiva erosione dei consensi per i due maggiori eurogruppi, S&D e Ppe. Invece, quello che viene evidenziato dalla figura 1, è una certa **stabilità nella percentuale di tweet scritti da sostenitori di S&D e un**

piccolo aumento di quella per il Ppe. All'opposto, la consistente crescita stimata nella simulazione per il gruppo euroscettico Enf va di pari passo con una sempre minore, quasi nulla, copertura mediatica da parte del suo elettorato online. D'altro canto, lo stimato aumento di consenso registrato per il partito dei Verdi è in linea con la copertura mediatica dei suoi sostenitori, assestandosi al 20% di tweet sul totale del 16 marzo.

Questi risultati potrebbero essere interpretati considerando, ad esempio, che la comunicazione online sia frutto di un bisogno che non viene soddisfatto nella realtà politica. **Considerando l'avanzata politica dei partiti euroscettici e populistici in vari paesi dell'Ue, questa interpretazione considera come non necessario promuovere online le proprie visioni politiche. Al contrario, l'erosione che le forze di sinistra stanno subendo in molti contesti nazionali può portare ad un aumento della domanda di comunicazione politica, in cerca di nuovi elettori e maggior visibilità.**

Per avere una prospettiva più dettagliata su questi risultati, è utile approfondire il contenuto di questi tweet tramite una classificazione tematica. In questa fase, la strategia adottata è stata quella di selezionare i termini che ricorrono più di 50 volte in ciascun gruppo di tweet. Questi termini sono poi stati codificati manualmente ad ogni rilevazione, mantenendo costanti tra essi i temi emersi durante la prima codifica. I principali argomenti di cui si è parlato sono stati i seguenti: **ambiente, conflitto, corruzione, diritti e valori, donne, economia e lavoro, educazione, immigrazione, internazionale, politica, popolo, salute, scienza.** La tabella 1 riporta la percentuale di utilizzo di ciascun tema nel totale della popolazione di tweet per ciascun periodo di osservazione.

Tab. 1. *Percentuali della presenza di temi nell'intera popolazione di tweets per periodo di osservazione*

Temi	9 Feb	16 Feb	23 Feb	2 Mar	9 Mar	16 Mar
Politica	39,5	37,0	45,0	54,5	41,8	54,7
Diritti e valori	11,9	17,0	19,7	21,4	24,2	19,5
Conflitto	3,7	7,2	6,6	5,0	14,2	4,8
Popolo	9,0	9,0	5,1	5,5	4,6	4,8
Internazionale	12,9	5,7	8,4	3,7	0,8	3,1
Economia e lavoro	6,3	6,9	8,0	4,3	2,1	2,6
Ambiente	4,0	7,8	3,2	1,9	1,1	9,9
Donne	9,7	6,3	0,6	2,4	6,3	0,6
Scienza	0,6	0,5	2,6	0,0	2,2	0,0
Salute	1,2	0,0	0,0	0,5	2,0	0,0
Immigrazione	0,3	1,8	0,8	0,7	0,0	0,0
Corruzione	0,6	0,7	0,0	0,0	0,6	0,0
Istruzione	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

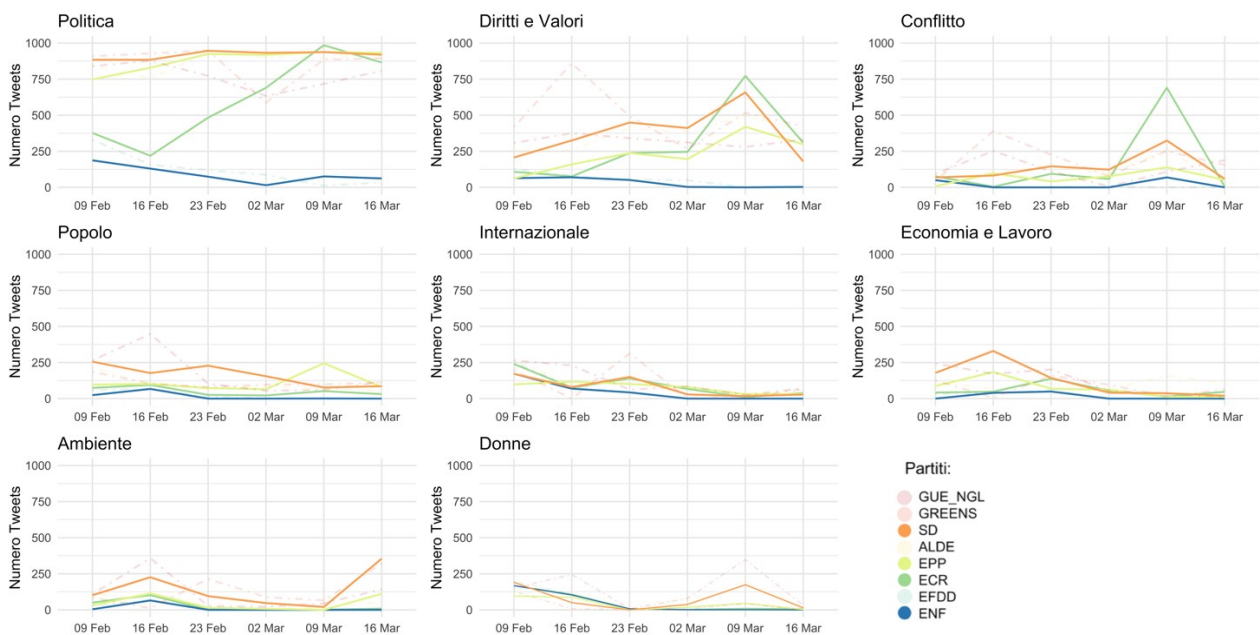
Fonte: Elaborazione Istituto Cattaneo su dati Twitter.

Una delle informazioni che risaltano maggiormente dalla tabella 1 è la **netta prevalenza di temi strettamente politici o riguardanti valori e diritti rispetto al resto delle tematiche. All'opposto, è curioso vedere come temi apparentemente al centro del dibattito pubblico, come immigrazione, educazione, e scienza siano quasi completamente assenti in questi messaggi.** Questo potrebbe rinforzare ulteriormente l'ipotesi suggerita in precedenza per cui la comunicazione politica online in periodi pre-elettorali segua le leggi della domanda e offerta di pubblicità. **Si potrebbe pensare che, puntando l'attenzione su temi poco polarizzanti, i partiti**

che stanno subendo un calo di consensi cercano di occupare spazi dove attrarre nuovi elettori e, per farlo, utilizzino temi poco divisivi. Si parla quindi di temi come il copyright, diritti umani e libertà di espressione in “diritti e valori” piuttosto che di politiche migratorie, oppure si presentano semplicemente gli esponenti politici dei vari gruppi in modo da farli conoscere al pubblico.

Tuttavia, la tabella 1 mostra i dati in aggregato, senza distinzioni tra i diversi partiti. Per controllare la nostra ipotesi, è utile comparare l’utilizzo dei temi più importanti tra i vari partiti politici sul piano europeo. La figura 2 conferma l’ipotesi di Twitter come mercato comunicativo: i sostenitori di S&D e Ppe sono quelli che, durante l’intero periodo di analisi, mostrano l’attività più intensa nella scrittura di post riguardanti politica e “diritti e valori”, mentre quelli di Enf hanno una copertura decisamente più limitata. Inoltre, i sostenitori dell’Ecr rivelano nelle ultime settimane un aumento considerevole, che li ha portati allo stesso livello dei S&D e del Ppe nei temi più ricorrenti. Queste fluttuazioni sono sicuramente anche il sintomo di avvenimenti contingenti piuttosto che una rappresentazione di un progetto coerente e costante. Ad esempio, il 9 marzo si è osservato un incremento notevole nel numero di tweet che trattavano temi legati alle donne, dovuto probabilmente alla festa della donna dell’8 marzo, così come accaduto il 16 marzo sul tema ambiente a seguito delle manifestazioni ecologiste del giorno precedente.

Fig. 2. Focus tematico su S&D, Ppe, Ecr e Enf (numero di tweet che parlano dei temi più citati per ogni periodo di osservazione, valore assoluto)



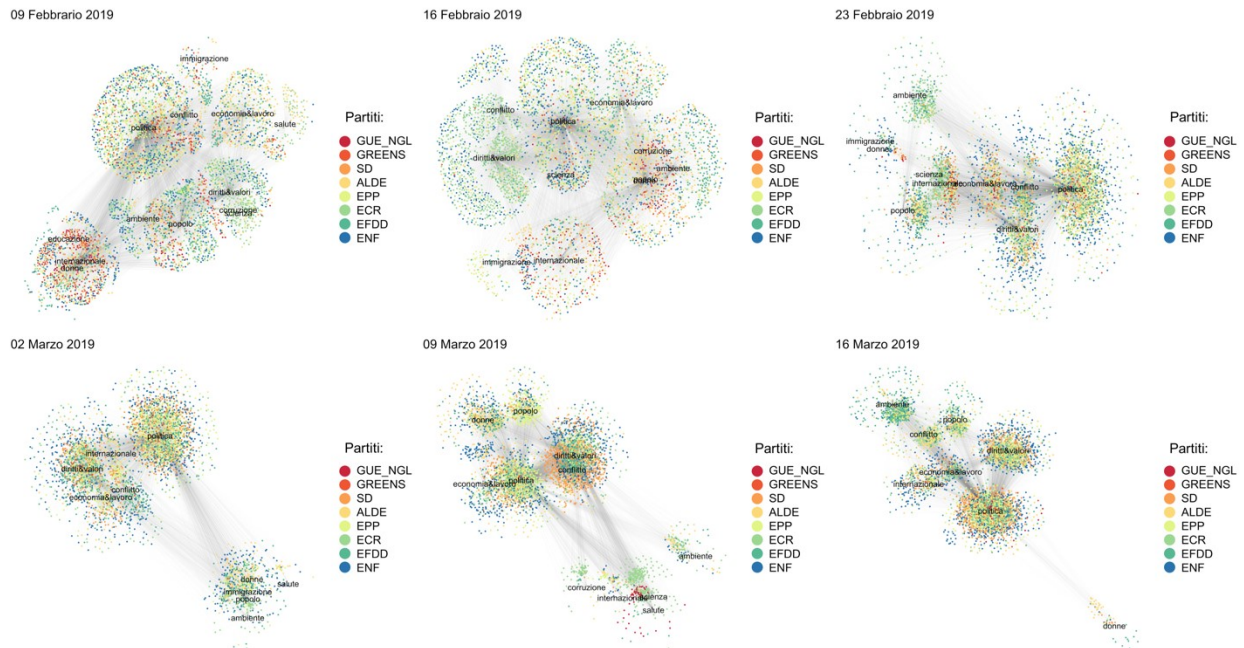
Fonte: Elaborazione Istituto Carlo Cattaneo su dati Twitter.

2. Network di temi e affiliazioni politiche

Per avere un quadro più completo del rapporto tra sostenitori politici e temi trattati, abbiamo analizzato le relazioni che i temi selezionati hanno avuto durante tutto il periodo. A tal fine, il rapporto tra tweet può essere considerato in termini di network come la relazione che ogni tweet ha con uno o più temi: nel momento in cui due tweet parlano di un tema, si crea un

collegamento tra loro. Attribuendo a ciascun tweet un colore sulla base dell'appartenenza politica, un network di questo tipo mostra **quali sono i temi più trattati in relazione ad altri temi.** La figura 3 include l'evoluzione di questi network tra i sei periodi di osservazione.

Fig. 3. Sviluppo di network tematici ad ogni periodo di osservazione



Fonte: Elaborazione Istituto Cattaneo su dati Twitter.

Prima di analizzare questa figura nel dettaglio, bisogna specificare che **la comparazione con i risultati mostrati in precedenza, specialmente con la figura 2, non è diretta e immediata.** Ad esempio, dalla figura 2 si nota che i sostenitori di S&D hanno il maggior numero di tweet che trattano ambientali nella rilevazione del 16 marzo. Tuttavia, guardando l'ultimo network (a destra) della figura 3, si nota che il cluster rispetto al tema ambiente non ha alcun pallino arancione chiaro (colore di riferimento per S&D). Questo perché l'algoritmo di disposizione dei tweet fa in modo che vengano distribuiti a seconda del rapporto con il resto dei temi. In altre parole, ciò significa che il 16 marzo i sostenitori di S&D hanno sì parlato molto di ambiente, ma anche di altri temi, il che li posiziona nei cluster di politica e "diritti e valori". Questo si evince anche dalla figura 2, dove il numero di tweet per questo gruppo politico è molto più alto per politica piuttosto che per ambiente.

Proponendo ora un'interpretazione generale della figura 3, si nota una differenza tra il modo di comunicare dei sostenitori di Enf rispetto a quelli di S&D e Ppe. **Mentre i primi hanno una bassa copertura su molti temi, i secondi hanno un'alta copertura su pochi temi.** Nel primo periodo di osservazione, ad esempio, è evidente come un cluster di argomenti tipici della sinistra – composto da istruzione, internazionale, donne e ambiente – sia molto popolato dai potenziali sostenitori del gruppo socialdemocratico (arancione chiaro). Al di fuori di qualche altra sporadica citazione, questo partito utilizza molto poco gli altri temi. Al contrario, si vedono molti pallini di colore blu sparsi per tutto il grafico, ad indicare una bassa copertura di Enf su tutti i temi. Questo rapporto si mantiene più o meno costante anche negli altri grafici, con aree più popolate da tweet con una certa affiliazione politica e altre più variegate.

Un secondo aspetto di comparazione tra visioni politiche è la distribuzione dei temi. Come già anticipato, **una maggior concentrazione in un gruppo tematico indica una scarsa connessione con altri temi.** È importante notare, ad esempio, che **i sostenitori dell'Enf tendono spesso a concentrarsi su singoli temi piuttosto che affrontare vari argomenti.** Diritti e valori, ambiente, e scienza sono quelle nelle quali si nota una maggior *clusterizzazione* di questi utenti. Al contrario, **i partiti di sinistra come Gue/Ngl e Greens tendono a posizionarsi al confine tra varie tematiche, indicando in questo modo una molteplicità di temi affrontati,** in particolare quelli di ambiente, internazionale, donne, economia e lavoro.

Un ultimo aspetto da sottolineare è la composizione generale dei network nei vari periodi esaminati. Al di là della diminuzione dei temi trattati (come indicato anche dalla tabella 1), si può notare come, **mentre nei primi due periodi di rilevazione vi era una minor concentrazione su singoli temi, dal 23 febbraio i tweet hanno iniziato a concentrarsi maggiormente nelle aree tematiche. In altri termini, sembra esserci una maggior densità interna ad ogni "gruppo tematico".** Questo può indicare la tendenza verso una maggiore omogeneità nei temi trattati nei tweet e quindi la tendenza a parlare più specificamente di un argomento (o di un gruppo di argomenti) piuttosto che affrontare vari temi.

3. Cosa aspettarsi nei prossimi mesi

Collegando quanto già detto in apertura di questo comunicato con l'analisi dei network appena condotta, si può ipotizzare che ci si stia dirigendo verso un periodo di intensa campagna mediatica, soprattutto da parte di quei partiti che stanno faticando maggiormente a raccogliere nuovi consensi. Da una parte, bisognerà vedere se la concentrazione tematica, registrata a partire da fine febbraio, continuerà (e in che modo). Bisognerà inoltre capire se la strategia di non affrontare temi polarizzanti, adottata da S&D e Ppe verrà portata avanti o se si cercherà di focalizzare la campagna politica su alcuni temi nello specifico. Un ulteriore aspetto da considerare sarà anche quello della comunicazione tra elettorato e politica. Confrontando i temi di cui discutono i principali candidati italiani alle elezioni europee e i loro elettorati, sarà possibile confrontare ciò che viene (ri)chiesto ai partiti, e di cui gli elettori parlano maggiormente, rispetto a quello che viene proposto dagli esponenti politici.

Quali saranno i temi più caldi nei mesi che ci separano dalle elezioni? Twitter si rivelerà un mercato comunicativo come sembra essere emerso da queste analisi? Qual è la relazione tra le modalità di comunicazione dei sostenitori rispetto a quelle dei politici italiani su Twitter? Le nostre prossime analisi hanno lo scopo di raccogliere queste domande e analizzare, similmente a quanto fatto qui, come evolverà la comunicazione politica in prossimità del voto europeo di maggio.

Analisi a cura di Luca Carbone

Fondazione di ricerca Istituto Carlo Cattaneo

Tel. 051235599 / 051239766

Sito web: www.cattaneo.org