

by Salvatore Pizzo

PADANIA EXPRESS

L'Osservatorio Digitale annuncia i risultati dell'analisi sui Talk Show televisivi politici e sui loro Conduttori

red - 15 Novembre 2020



L'Osservatorio Digitale ha annunciato i risultati dell'indagine dedicata ai Talk Show televisivi che si occupano esclusivamente o prevalentemente di politica e ai loro Conduttori. L'analisi ha preso in considerazione le attività di social media marketing quali: Facebook, Instagram e Twitter. Lo strumento impiegato per estrarre i dati è SemRush, unanimemente riconosciuto dalla comunità digitale come il più potente, attendibile e noto tool di analytics al mondo.

In merito ai social network utilizzati dai Talk Show sono stati analizzati il numero di follower, l'engagement (il numero di interazioni e dunque la

capacità di coinvolgimento degli utenti, rilevati nel mese di ottobre) ed il numero dei post pubblicati (nel mese di ottobre).

Il dato complessivo per Follower pone Presa Diretta al primo posto con oltre 694mila seguaci, seconda Piazza Pulita con 687mila e terza Porta a Porta con 280mila. A seguire quarta Agorà con 229mila, Dritto e Rovescio quinta con 224mila e sesta Otto e Mezzo con 215mila.

Il dato complessivo per Engagement attesta Quarta Repubblica al primo posto con oltre 194mila interazioni, seconda Dritto e Rovescio con 193mila e terza Stasera Italia con 161mila. A seguire quarta Fuori dal Coro con 122mila, Piazza Pulita quinta con 76mila e sesta Cartabianca con 67mila.

Il dato complessivo per numero di Post vede Piazza Pulita al primo posto con oltre 685 contenuti pubblicati, seconda Quarta Repubblica con 618 e terza Stasera Italia con 520. A seguire quarta Non è l'Arena con 427, Dimartedì quinta con 348 e sesta Dritto e Rovescio con 322.

Se andiamo ad analizzare i singoli social network troviamo su Facebook in ordine per fan: Presa Diretta, Piazza Pulita e Dritto e Rovescio. Per engagement: Dritto e Rovescio, Stasera Italia e Quarta Repubblica.

Su Instagram, la classifica sulla base dei follower è la seguente: Quarta Repubblica, Fuori dal Coro e Non è l'Arena. Per engagement: Quarta Repubblica, Non è l'Arena e Cartabianca.

Su Twitter per follower: Piazza Pulita, Presa Diretta e Porta e Porta. Per engagement: Quarta Repubblica, Stasera Italia e Piazza Pulita

L'Osservatorio Digitale ha poi analizzato sulle attività di social media marketing dei Conduttori delle trasmissioni prese in considerazione. Su Facebook Nicola Porro, che conduce Quarta Repubblica su Rete 4, è nettamente in testa con oltre 532mila fan, seguito da Bianca Berlinguer, attualmente impegnata su Rai 3 con Cartabianca, con 64mila e Luisella Costamagna, che vediamo ad Agorà su Rai 3, con 64mila seguaci. Su Instagram è sempre Nicola Porro al primo posto con 245mila follower, Mario Giordano, che conduce Fuori dal Coro su Rete 4, con 60mila e Barbara Palombelli, Stasera Italia sempre su Rete 4, con 54mila. Su Twitter ancora Nicola Porro in testa con 389mila seguaci, Luca Telese, che conduce In Onda su La7 (attualmente non in palinsesto), con 342mila e terzo Corrado Formigli, alla guida di Piazza Pulita su La7, con 292mila.

Anche per i Conduttori è stato analizzato l'Engagement. Nicola Porro è in testa in questa classifica su Facebook, Instagram e Twitter. La seconda piazza su Facebook è per Myrta Merlino, dell'Aria che Tira, su La7, su Instagram per Mario Giordano e su Twitter per Gaia Tortora, che conduce Omnibus su La7.

“L'analisi ha rilevato dati - sottolinea il responsabile dell'Osservatorio Sandro Giorgetti - che hanno stabilito nette differenze tra chi utilizza le attività social attraverso una strategia di successo e chi esclusivamente per affermare una presenza. Considerando quanto i social oggi siano indispensabili per creare consenso e per incidere sulla propria reputazione, ne consegue quanto ciò rifletti poi sugli ascolti. Se Presa Diretta e Piazza Pulita hanno una community molto più ampia dei loro competitor, i quattro talk show di Rete 4 (Quarta Repubblica, Dritto e Rovescio, Stasera Italia e Fuori dal Coro) sono in testa ad ogni indice di coinvolgimento degli utenti, evidentemente frutto di una strategia della rete Fininvest. Certamente hanno influito gli importanti volumi generati dai conduttori delle trasmissioni, in particolare Nicola Porro che è indiscutibilmente il più seguito tra i conduttori. Da prestare attenzione - continua Giorgetti - al numero di contenuti pubblicati che ci indica come Facebook e Twitter siano i social più utilizzati (oltre 2mila200 post ad ottobre per entrambi) a differenza di Instagram (appena 276 foto pubblicate). A pari post è però Facebook a produrre il maggior numero di interazioni con oltre 825mila, contro i 139mila di Twitter e i 90mila di Instagram. Va ricordato che non tutti i conduttori sono su tutti i social ed alcuni su nessuno di quelli presi in considerazione, ne consegue che i numeri aggregati hanno privilegiato coloro che hanno una presenza curata e solida. Nonostante Twitter non goda da tempo di buona salute, rimane il social media preferito da chi fa informazione mentre Instagram, utile per mettere in vista i lati più esibizionisti, non riscuote successo tra chi evidentemente non cerca quel tipo di visibilità, appagato da quella televisiva”.