

I social in questo primo anno di legislatura: Meloni la più citata, la 'bestia' di Salvini risorge, molto presenti i 5S. Il Pd non riesce a sfondare

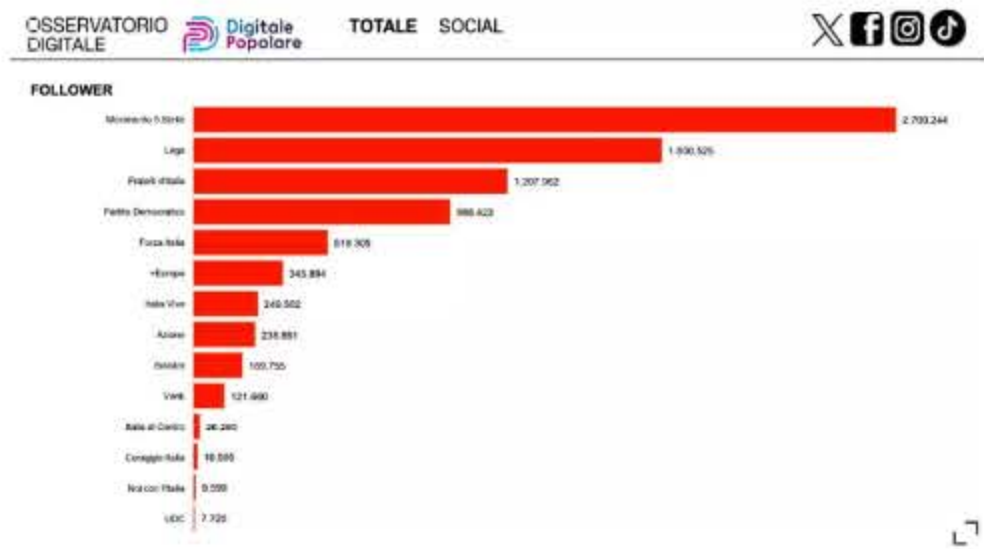
di Gabriele Bartoloni

Uno studio dell'Osservatorio digitale per Digital Popolare

11 OTTOBRE 2023 AGGIORNATO ALLE 15:45

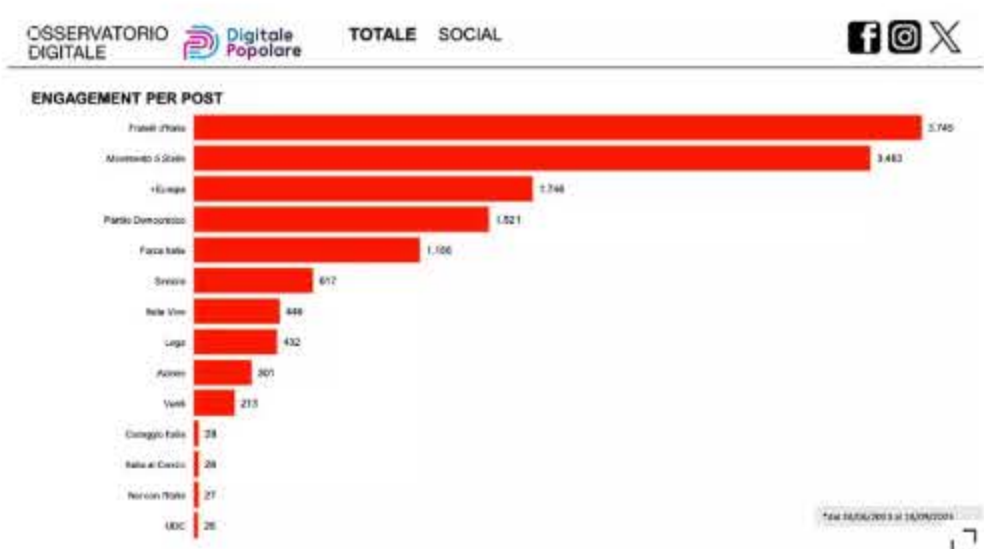
Un anno dall'inizio della legislatura, undici mesi dall'insediamento del governo. È tempo di bilanci. E sui social - dove si misura buona parte del consenso - la propaganda della destra appare sempre più in buona salute. Perché mentre la comunicazione della 'bestia' leghista, insieme alla propaganda meloniana scaldano il proprio elettorato, non altrettanto si può dire dei partiti del centrosinistra.

Lo dimostrano i numeri elaborati da Osservatorio Digitale per Digital Popolare. Dati che certificano una certa distanza tra centrodestra, M5S e centrosinistra; con i primi due che macinano numeri su numeri e i secondi costretti ad inseguire. I pentastellati infatti sono la prima forza politica in termini di follower, considerata la somma dei seguaci su Facebook, Twitter, Instagram e TikTok: 2,7 milioni in tutto. Segue la Lega con 1,8 follower e Fratelli d'Italia con 1,2 milioni. Nell'ultimo anno il partito della premier è riuscito ad aumentare la platea degli utenti di oltre il 30 per cento. Il Pd, invece, che del centrosinistra è il principale partito, non supera nemmeno il milione. L'unica eccezione nel campo progressista è rappresentata da Sinistra Italiana di Nicola Fratoianni, primo partito per crescita di seguaci (+132 per cento), pur rimanendo su un numero di follower sostanzialmente basso.



“Il centrodestra utilizza strategia che fa leva sulle insoddisfazione e sulle frustrazioni dell'elettorato”, spiega Sandro Giorgetti, responsabile dell'osservatorio. Sentimenti, quelli su cui fa leva la destra, che molto spesso, dai social, si spostano fino alla cabina elettorale. Il Pd, al contrario, punta su una comunicazione più fredda, meno empatica. Una strategia, insomma, che non paga in termini di ritorno di visibilità. O meglio: che trova riscontro soltanto in determinati ambienti, nelle “ztl dei social network”, per dirla con le parole di Giorgetti. Ambienti, virtualmente parlando, frequentati più dalle nicchie che dalle masse. Piattaforme come X (ex Twitter), unico spazio dove i dem registrano performance superiori rispetto a buona parte delle altre forze.

I partiti di centrosinistra hanno meno della metà dei follower a confronto con il centrodestra. Tre milioni e mezzo contro un milione e sei. Bene il Movimento 5 stelle che, da solo, arriva a due milioni a sette. “Va detto - sottolinea Giorgetti - che l'avvento di Elly Schlein alla guida del Pd è riuscito in parte a rinfrescare la comunicazione in casa dem”. Tuttavia la leader non è riuscita a spingere il volume delle interazioni ai contenuti postati dalle pagine ufficiali del partito. Schlein, complice anche la vittoria delle primarie, nell'ultimo anno ha aumentato del 1091 per cento l'engagement dei post pubblicati sui suoi profili. Il Pd, al contrario, ha perso il 45 per cento, contro il -68 guadagnato da FdI.



Dati poco trascurabili: “Gli algoritmi dei social danno maggiore visibilità ai contenuti che hanno ricevono più interazioni, dunque commenti, condivisioni, like e così via”, spiega ancora Giorgetti. “La tifoseria del Pd, invece, rimane sostanzialmente passiva”. E i dati, ancora una volta, lo dimostrano. Meloni può contare mediamente su 51 mila interazioni per ogni contenuto pubblicato, contro le 22 mila di Salvini (l'esponente più seguito sui social) e le 17 mila di Conte. Schlein si colloca in quarta posizione, con in media poco meno di 9 mila interazioni a post. Complice anche un volume di follower più ristretto perfino rispetto a chi ha una peso elettorale decisamente più basso, come Carlo Calenda e Matteo Renzi.

Schlein sconta anche la decisione di tenersi alla larga da un social molto popolare tra le giovani generazioni: TikTok. La piattaforma cinese, sul piano politico, ha rappresentato una vera novità durante la campagna elettorale dell'anno scorso. Tutti i principali leader hanno deciso di spendersi in prima persona inaugurando un proprio personale. Tutti, tranne quelli del Pd. I dem infatti hanno optato per l'apertura di un account di partito, che di volta in volta si serviva del contributo dei vari esponenti impegnati in prima linea nella campagna elettorale. Risultato: Elly Schlein è una delle poche leader senza un profilo TikTok. Quello del Pd conta appena 7.500 follower. Meloni, invece, può contare su circa un milione e mezzo di seguaci, contro i 900 mila di Salvini e - terzo classificato - i 600 mila di Conte.

