

# Elezioni romane e social media

**Antonio PREITI, Massimiliano SPAZIANI**

Analisi dei social media (Twitter e Facebook) in relazione  
alla competizione elettorale comunale di Roma

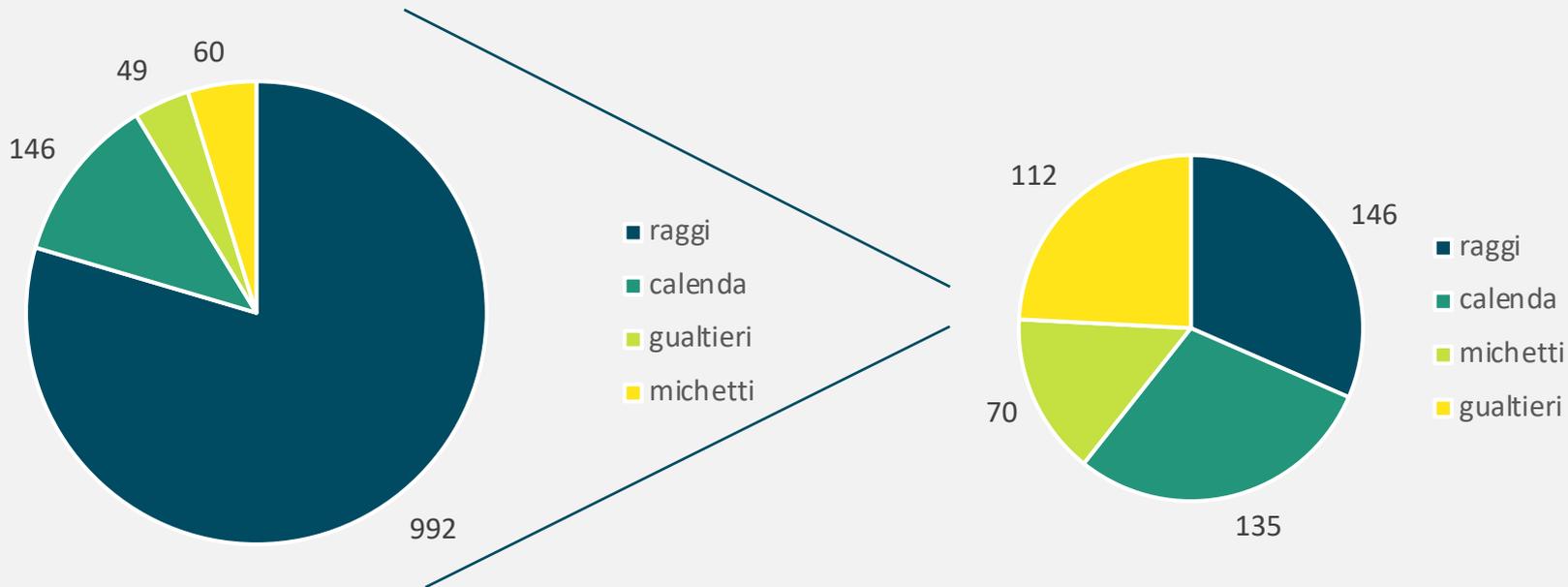
(periodo considerato 21 giugno – 18 luglio)

# Introduzione

Qui sono raccolti i principali risultati di un lavoro di monitoraggio dei social media, in specifico di Facebook e di Twitter in relazione alle elezioni comunali di Roma. Sono stati considerati i dati relativi alla campagna elettorale. Per ciascun social media sono calcolati gli indicatori generalmente considerati i più importanti in questo tipo di analisi. I dati si riferiscono complessivamente a quanto pubblicato nel periodo 21 giugno – 18 luglio. Per la metodologia si rinvia alla nota finale.

# Base di fan e numero di post su Facebook

Numero di fan per le pagine ufficiali (in migliaia) e numero di post (in valore assoluto)

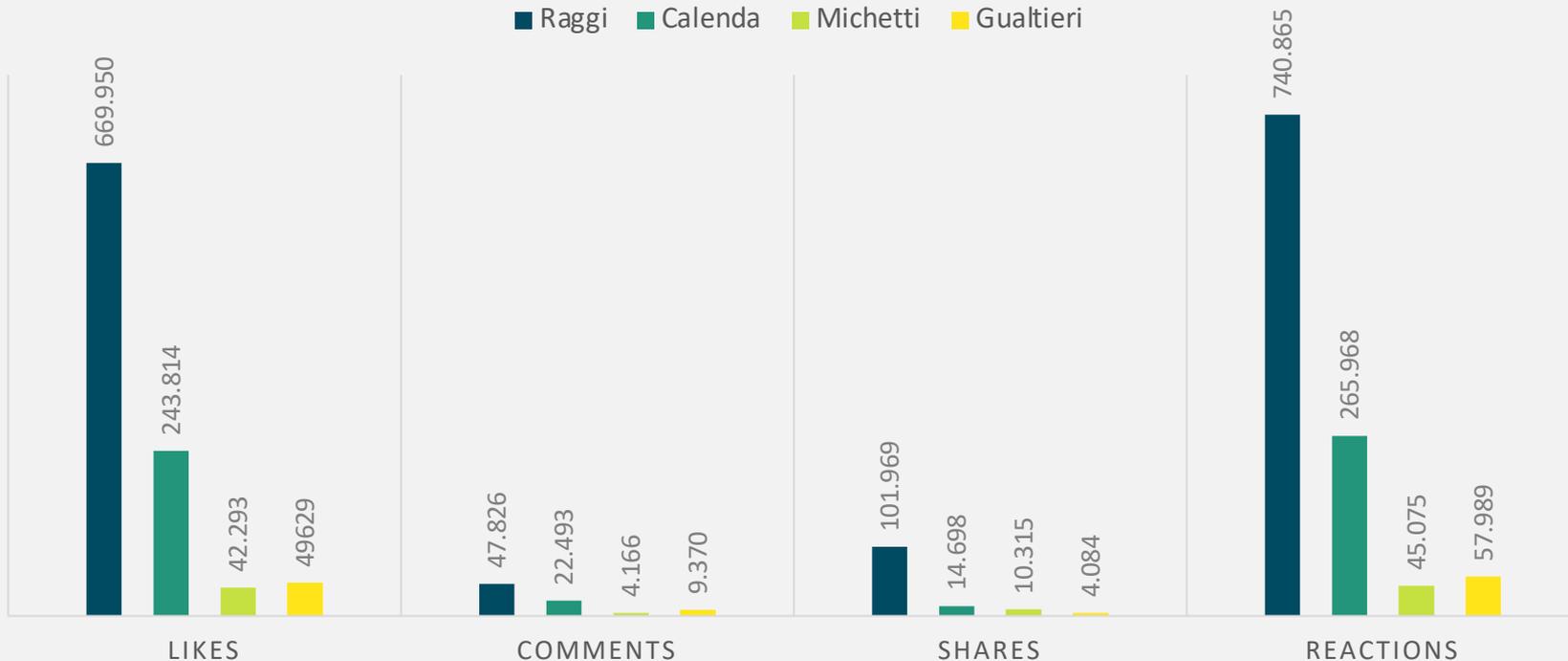


## Descrizione

Nel primo grafico è indicata la base di partenza (cioè il numero di followers) di ciascun candidato per la loro pagina ufficiale. Non è detto che il potenziale di base debba considerare solo le pagine ufficiali, ma per fare valutazioni non controverse, abbiamo scelto di considerare solo le pagine ufficiali. Nel secondo grafico a destra è elencato il numero complessivo di post che sono stati pubblicati da ciascun candidato

# Indicatori Facebook

Dal 21 giugno al 18 luglio

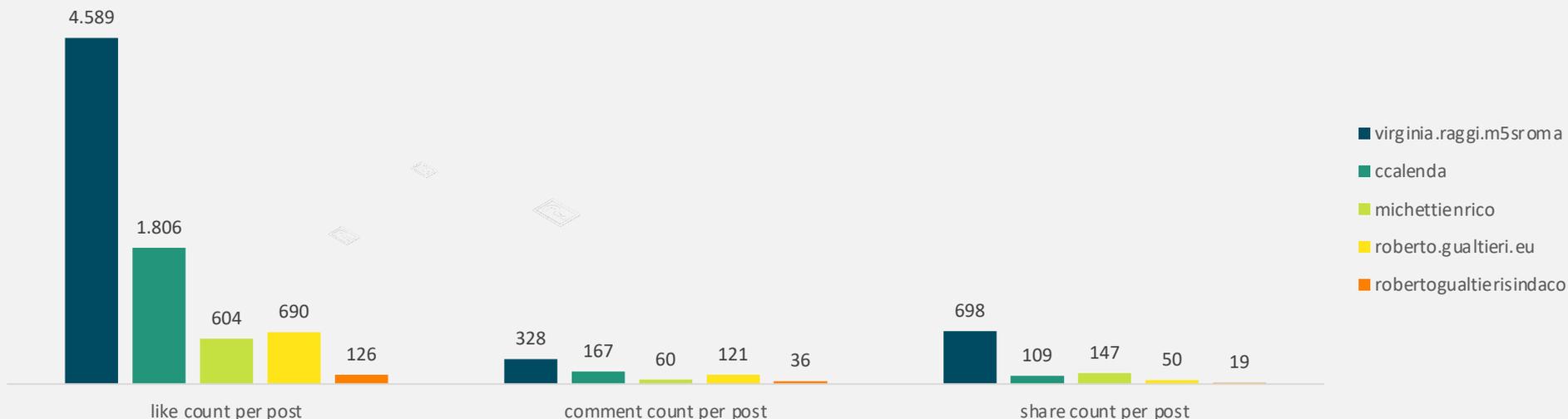


## Descrizione

Il primo indicatore il totale dei like avuti nel periodo; il secondo il numero complessivo di commenti; il terzo il numero complessivo delle condivisioni e il quarto il numero complessivo delle reazioni (cioè le iconcine che mostrano uno stato d'animo: gioia, rabbia, sorrisi, ecc.).

# Tassi di coinvolgimento su facebook

Numero di like, commenti e condivisioni per post (*engagement ratios*)

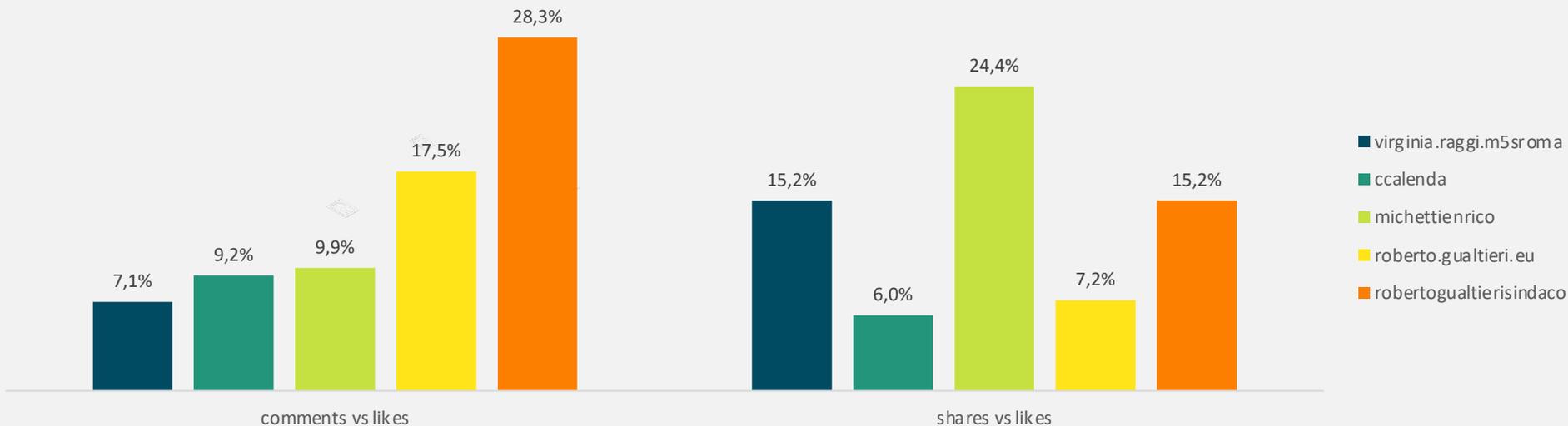


## Descrizione

Il primo indicatore (*like count per post*) misura la capacità specifica di generare consenso, cioè il numero medio di like per ogni post pubblicato. Il secondo indicatore misura la capacità di suscitare discussione, numero medio di commenti per post. Il terzo indicatore misura la capacità di coinvolgimento, o di diffusione dei contenuti da parte del candidato (numero medio di condivisioni per post).

# Discussione vs. diffusione su facebook

Numero di commenti rispetto ai like; numero di condivisioni rispetto ai like (engagement ratios)



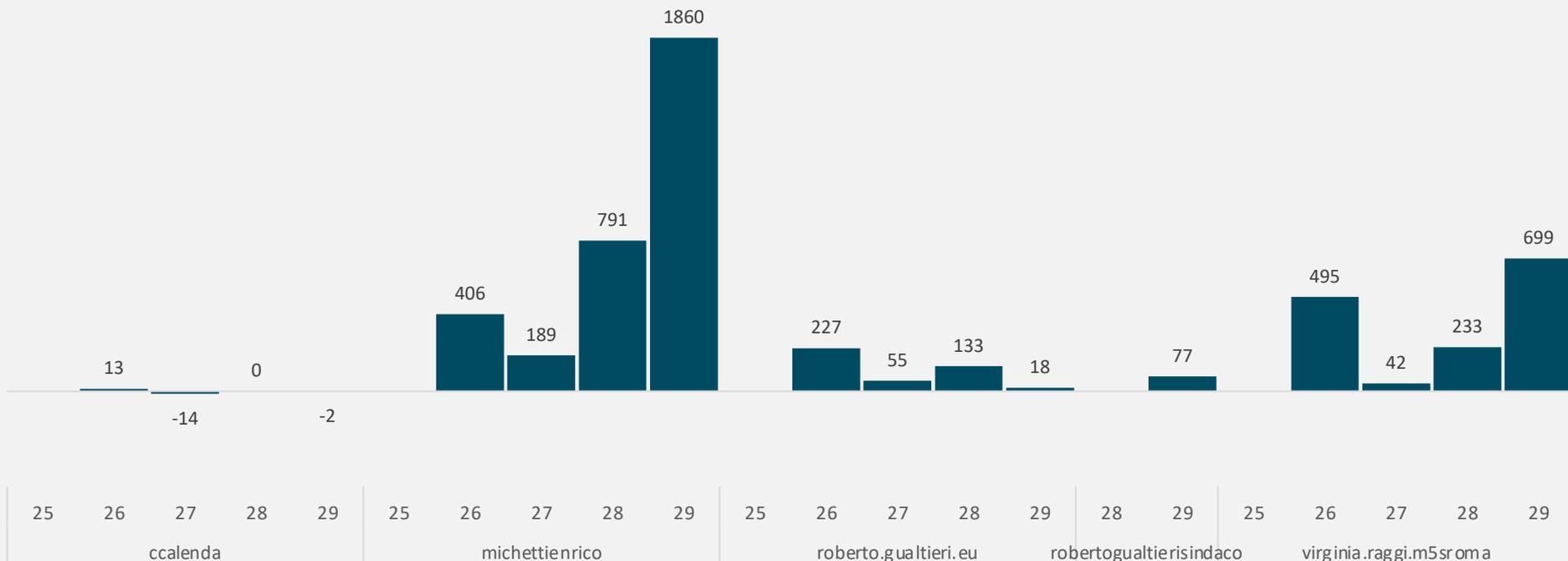
## Descrizione

Si tratta di due indicatori particolari: il primo indica quanta discussione suscitano i post creando però difficoltà alla diffusione. Può essere inteso come una *proxy* del tasso di controversia rispetto al consenso (like): più alto è l'indicatore e più il post suscita discussione ma non condivisione. Il secondo indicatore è il suo contrario: più alta è la percentuale e più è «liscio» il passaggio dai like alla condivisione.

Fonte: Sociometrica, AIDAMonitoring, 2021

# Nuovi fan su facebook rispetto alla sett. precedente

Dal 21 giugno al 18 luglio (in valore assoluto)



## Descrizione

Il grafico mostra il saldo di quanti fan (cioè followers sulla propria pagina ufficiale) ciascuno dei quattro candidati ha raggiunto rispetto alla settimana precedente. La settimana indicata con il numero 29 è quella che finisce domenica 18 luglio, il resto a scorrere verso l'indietro nel calendario.

Fonte: Sociometrica, AIDAMonitoring, 2021

# Post n. 1

Il post che su tutti i network ha ottenuto il massimo impatto

## Virginia Raggi

Incontro con i calciatori della nazionale italiana



27.275 like



561 Commenti



2.497 Condivisioni



30.432 reazioni



# Top post (2. e 3.)



Virginia Raggi

July 1 at 9:02 AM

Gli occhi e la commozione della signora Anna quando ha aperto la porta di casa e mi ha fatto entrare mi hanno davvero riempito il cuore di gioia.

La sono andata a trovare nel quartiere dove abita, a Tor Bella Monaca. Mi ha raccontato che il figlio Riccardo, che abita con lei, è riuscito a ricevere un finanziamento grazie al microcredito e a pagare così le spese che si erano accumulate nei mesi. Riccardo, infatti, lavora nel settore del turismo ed è in cassa integrazione da più di un anno.

Quando sembrava che non ci fosse altra via d'uscita, se non quella disperata di rivolgersi all'usura, il microcredito ha dato loro la possibilità di tornare a respirare.

Sono le storie delle singole persone, come quella della signora Anna e del figlio Riccardo, che ci fanno toccare con mano cosa vuol dire aver aperto un fondo rotativo da 3 milioni per il microcredito per le persone in temporanea vulnerabilità economica.

Sono uscita da quell'appartamento commossa. Ho visto con i miei occhi come Roma sia stata in grado di tendere una mano verso i suoi cittadini e di sostenerli in uno dei momenti più complicati di sempre.

Per ogni informazione potete chiamare lo 060606.



2.

Virginia Raggi

Incontro con imprenditori

20.596 Interazioni

3.

Virginia Raggi

Auguri di compleanno

17.842 Interazioni



Virginia Raggi

July 18 at 3:33 PM

Grazie! Ho ricevuto tantissimi messaggi di auguri per il mio compleanno. L'affetto che mi avete dimostrato mi ha veramente riempito di gioia.

Oggi ho fatto una pausa di alcune ore per festeggiare con la mia famiglia.

È stato bello sentire la vicinanza delle persone, mi dà la forza per continuare ad andare avanti e lavorare per il futuro di Roma.

C'è ancora tanto da fare e sono tante le sfide da vincere, ma sono sicura che, con il vostro sostegno raggiungeremo risultati ancora più grandi. Grazie a tutti voi!

#AvantiConCoRAGGIo



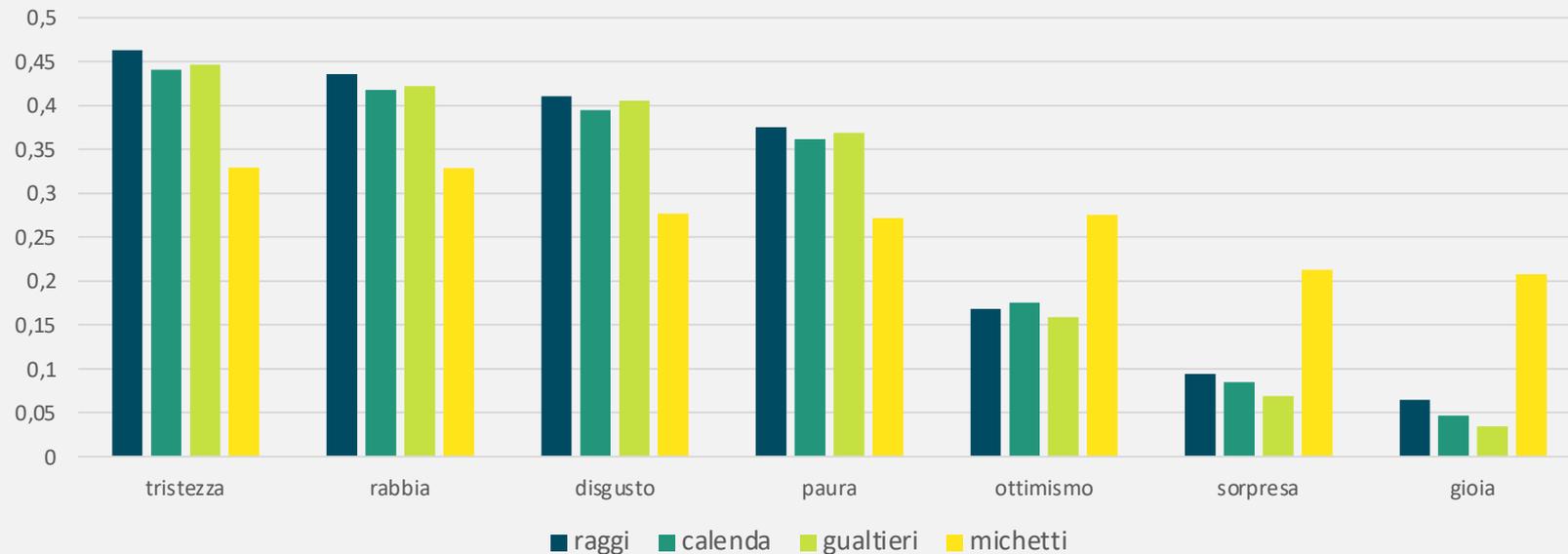
# Top 10 post Facebook per numero di like

Ranking	autore	Contenuto	like
1	Virginia Raggi	Roma e l'Italia intera sono orgogliose di voi! Avete regalato a tutti delle emozioni incredibili: dopo 53 anni siamo campioni d'Europa!	27.275
2	Virginia Raggi	Gli occhi e la commozione della signora Anna quando ha aperto la porta di casa e mi ha fatto entrare mi hanno davvero riempito il cuore di gioia.	20.596
3	Virginia Raggi	Grazie! Ho ricevuto tantissimi messaggi di auguri per il mio compleanno. L'affetto che mi avete dimostrato mi ha veramente riempito di gioia.	17.842
4	Virginia Raggi	E noi i soldi li sappiamo spendere soltanto con onestà! Lo abbiamo dimostrato in questi anni mettendo fine alle rubeerie del passato, riportando i conti in ordine ed evitando nuovi debiti per i cittadini.	18.484
5	Virginia Raggi	Ecco l'accoglienza che ha ricevuto oggi Matteo Salvini a Ostia. I cittadini non dimenticano che la Lega Nord gridava "Roma ladrona" o li insultava a ogni occasione. I romani vanno rispettati. E non dimenticano. Perché mentre lui li insultava, tanti cittadini hanno lottato contro la criminalità e il degrado, per restituire legalità e dignità a Ostia e al litorale di Roma. Noi siamo al loro fianco. #SalviniChiacchierone	17.740
6	Virginia Raggi	In Campidoglio, nella Sala della Protomoteca, abbiamo allestito la camera ardente per Raffaella Carrà.	12.360
7	Carlo Calenda	Fischiano l'inno, gli infortunati e rifiutano la medaglia. Gli inglesi ieri hanno perso la partita, l'europeo e anche il fair play. Peccato. Per loro. #CampionidEuropa	15.347
8	Virginia Raggi	La criminalità con "la monnezza" si arricchisce e prova a condizionare le amministrazioni. Questa mattina all'alba due persone sono state arrestate a Latina nell'ambito di un'inchiesta della Direzione Distrettuale Antimafia: secondo l'accusa, un imprenditore operante nel settore dei rifiuti avrebbe pagato 45mila euro a membri del clan camorristico "Di Silvio- in cambio di duecento voti al capolista candidato da "Noi con Salvini" in occasione delle amministrative di Latina del 2016. Lo dico a voce alta perché è giusto che i romani sappiano cosa stiamo affrontando da cinque anni per loro.	13.267
9	Virginia Raggi	Ho sempre creduto che Beppe Grillo e Giuseppe Conte avrebbero trovato una soluzione. Sono due persone che stimo e che hanno a cuore il futuro dell'Italia e del Movimento 5 Stelle.	13.257
10	Virginia Raggi	Guardate che meraviglia l'Auditorium di Adriano vicino a Piazza Venezia. Per molti anni questa importante area archeologica della città è stata nascosta da un cantiere e da alcune reti di protezione.	12.449

# Principali emozioni correlate ai candidati su Facebook

Dal 21 giugno al 18 luglio (Analisi semantica)

Commenti ai post su Facebook - Profilo dei candidati rispetto alle emozioni



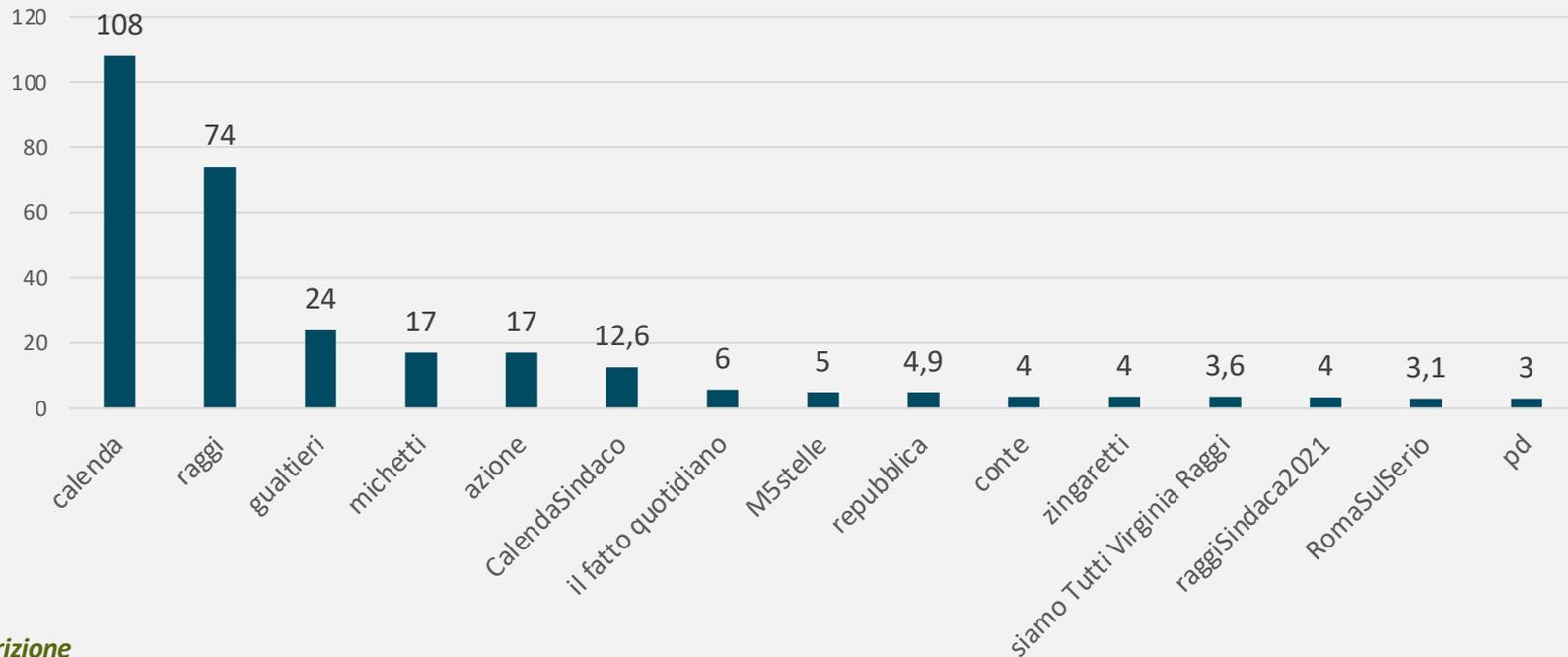
## Descrizione

In questo grafico sono illustrati i principali sentimenti correlati ai candidati attraverso l'analisi dei commenti pubblicati in reazione dei loro post su facebook.

Fonte: Sociometrica, AIDAMonitoring, 2021

# Ranking delle menzioni su Twitter

Dal 21 giugno al 18 luglio (in milioni di impressions)



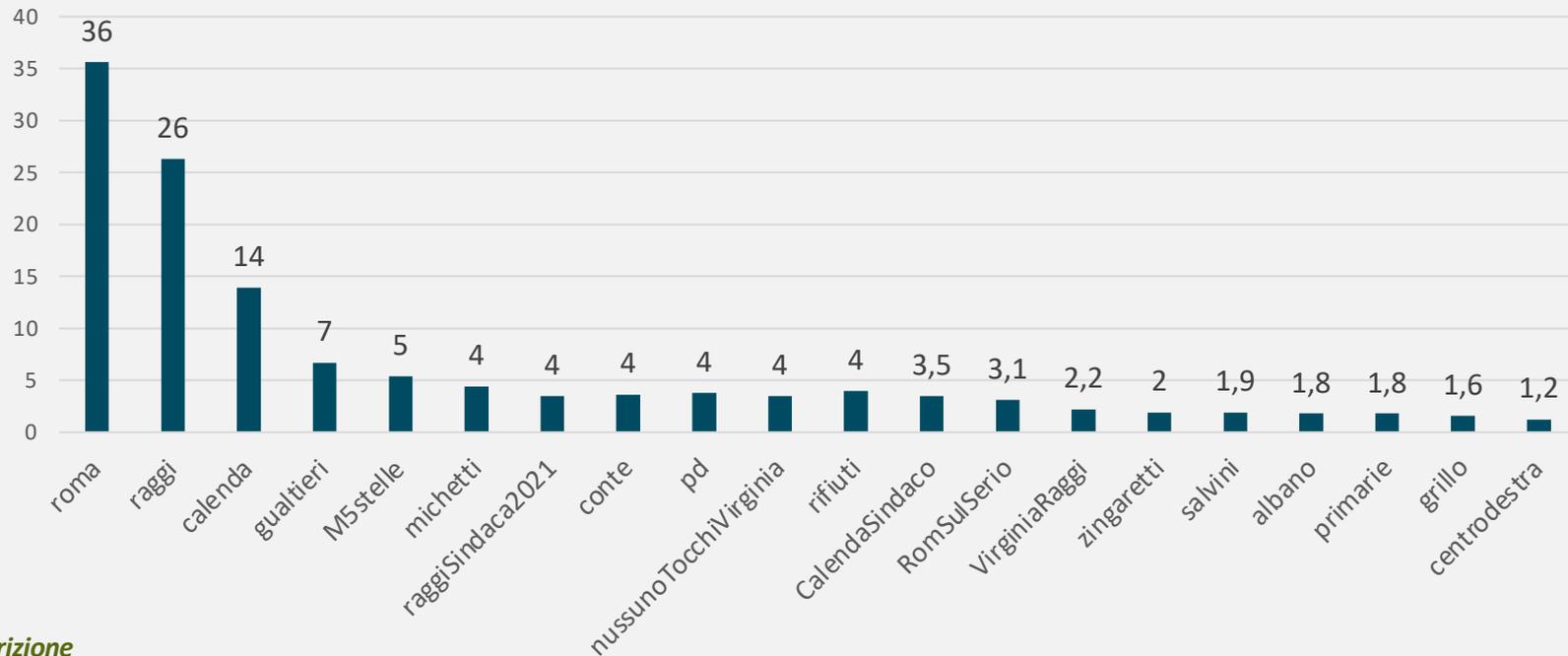
## Descrizione

Considerando la totalità di tweet che ha per oggetto le elezioni comunali a Roma, in questo grafico è misurato il numero di menzioni degli account dei candidati.

Fonte: Sociometrica, AIDAMonitoring, 2021

# Ranking degli hashtag su Twitter

Dal 21 giugno al 18 luglio (in milioni di impressions)

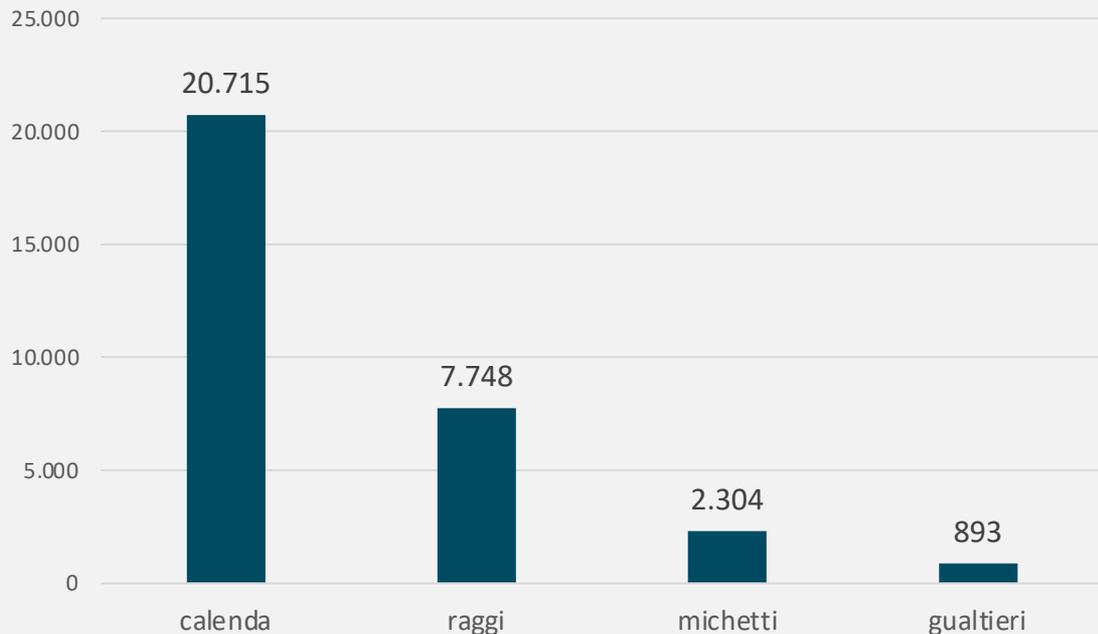


## Descrizione

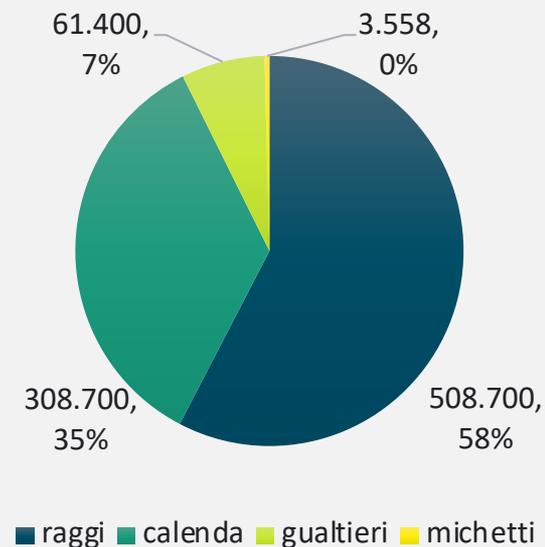
In questo grafico è misurato il numero di hashtag specifici citati nel complesso di tweet che hanno per oggetto le elezioni comunali a Roma.

Fonte: Sociometrica, AIDA Monitoring, 2021

## Ranking dei tweet rilanciati (retweeted)



## Base di followers



### Descrizione

Nel primo grafico è misurato il numero di retweet dei tweet dei quattro candidati nel periodo considerato. Nel secondo a destra è riportata l'attuale base dei followers per ciascun candidato

# KPI relativi agli hashtag su twitter: hashtag dei candidati di cui si parla maggiormente

Dal 21 giugno al 18 luglio

Autore	Tweet volume	reach	Impressions
Carlo Calenda	4.144	6.418.410	17.698.072
Virginia Raggi	12.288	14.179.996	35.828.251
Roberto Gualtieri	2.165	4.594.604	7.260.567
Enrico Michetti	1.226	3.358.832	5.047.968

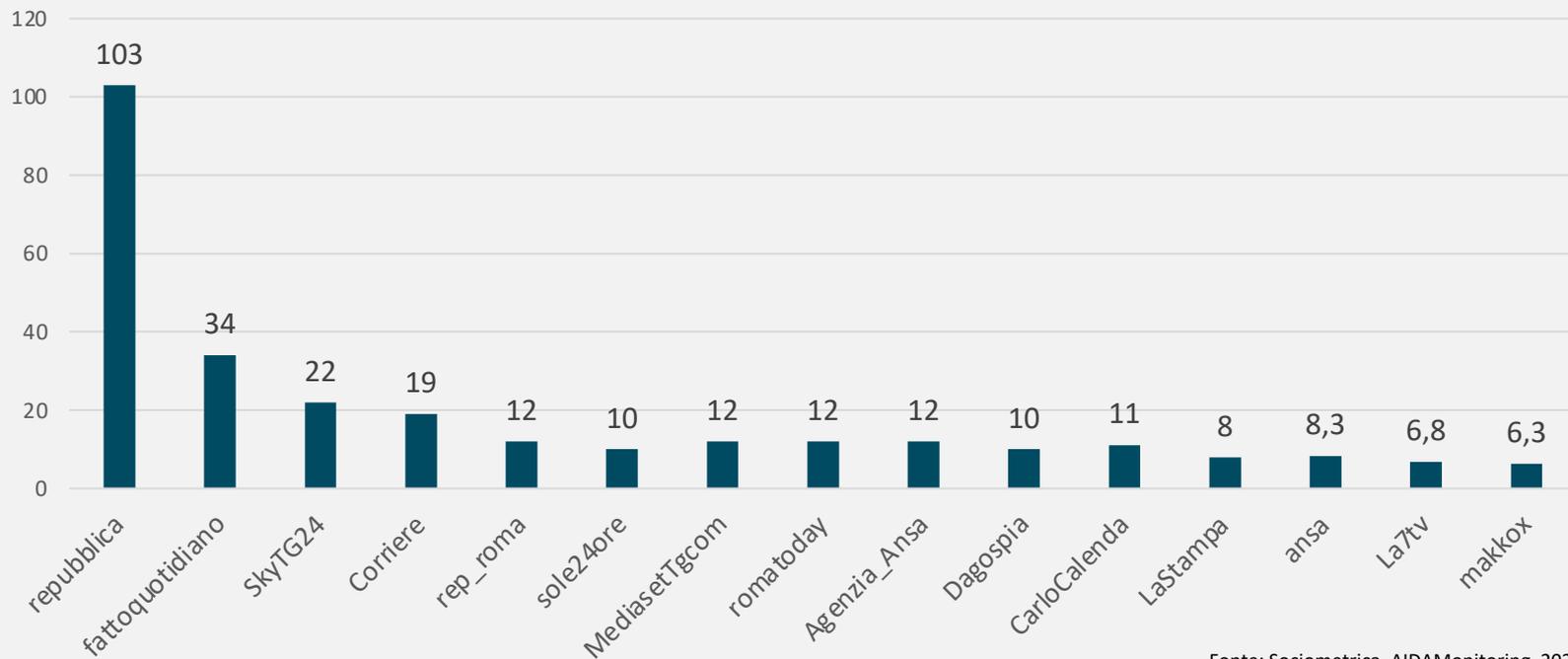
## Descrizione

In questa tabella è fatta una sintesi dei principali indicatori della centralità su twitter dei quattro candidati, vale a dire quante volte sono usati i loro nomi come hashtag, il che vuol dire di quanto si parla di ciascuno di essi. *Tweet volume* indica il complesso di tweet che riportano l'hashtag con il nome del candidato; *reach* è il numero teorico raggiungibile da quei messaggi (che hanno per hashtag il nome del candidato), tenendo conto dei followers di ognuno che cita l'hashtag del candidato (ovviamente ci sono delle sovrapposizioni, perché una persona può seguire più account; *impressions* è il numero complessivo di volte che i tweet che contengono l'hashtag del candidato sono visti. Al nostro fine (di misurare la diffusione) è l'indicatore più appropriato.

Fonte: Sociometrica, AIDAMonitoring, 2021

# Account più influenti su Twitter

In relazione alle elezioni comunali (million di impressions)



Fonte: Sociometrica, AIDAMonitoring, 2021

# Top 5 retweeted

In assoluto, considerando in assoluto, in relazione alle elezioni romane, per numero di impressions

01

Barbara Balanzoni, 1.088



**barbara balanzoni**  
@barbarab1974

Cioè Calenda spara cazzate sulle varianti, io da medico replico e you tube si affanna a cancellare il video e bloccarmi per 2 settimane ? Ma come cazzo ci siamo ridotti?

[Translate Tweet](#)

9:38 PM · Jun 23, 2021 · Twitter Web App

02

Barbara Balanzoni, 1974,754



**barbara balanzoni**  
@barbarab1974

Segnalazione contro [@CarloCalenda](#) . Cittadini datemi una mano e inviate anche voi con pec

[Translate Tweet](#)

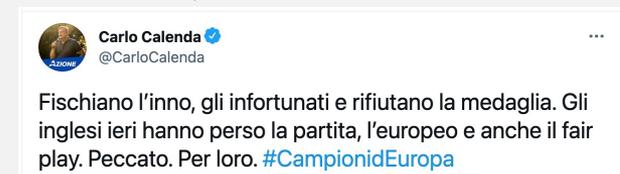
**segnalazione Carlo Calenda**

Da: [<barbara.balanzoni2511@omceove.it>](mailto:<barbara.balanzoni2511@omceove.it>)

A: [NAS.COMANDO.ROMA <srm20400@pec.carabinieri.it>](mailto:NAS.COMANDO.ROMA<srm20400@pec.carabinieri.it>)

03

Carlo Calenda, 652



**Carlo Calenda** ✓  
@CarloCalenda

Fischiano l'inno, gli infortunati e rifiutano la medaglia. Gli inglesi ieri hanno perso la partita, l'europeo e anche il fair play. Peccato. Per loro. [#CampionidEuropa](#)

04

Calenda, 595

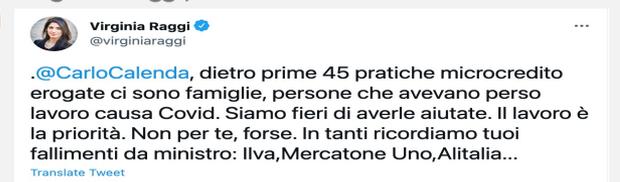


**Carlo Calenda** ✓  
@CarloCalenda

Ho visto troppe di queste inchieste concludersi in nulla verso i politici in generale e [@matteorenzi](#) in particolare per attribuire un qualsiasi peso a quanto accaduto. Mi dispiace per i magistrati seri, ma su questa roba la magistratura ha perso ogni credibilità.

05

Virginia Raggi, 517



**Virginia Raggi** ✓  
@virginiaraggi

[.@CarloCalenda](#), dietro prime 45 pratiche microcredito erogate ci sono famiglie, persone che avevano perso lavoro causa Covid. Siamo fieri di averle aiutate. Il lavoro è la priorità. Non per te, forse. In tanti ricordiamo tuoi fallimenti da ministro: Ilva, Mercatone Uno, Alitalia...

[Translate Tweet](#)

# Top tweet dei candidati

Per numero di impressions

## CALENDA

1.

Calenda, 652

Fischiano l'inno, gli infortunati e rifiutano la medaglia. Gli inglesi ieri hanno perso la partita, l'europeo e anc... <https://t.co/iONmMN4jOs>

2.

Calenda, 595

Ho visto troppe di queste inchieste concludersi in nulla verso i politici in generale e @matteoreenzi in particolare... <https://t.co/yfle7lgsNB>

3.

Calenda, 495

Io direi che è tempo di mettere l'Ungheria all'angolo e spingerla a uscire dall'UE. Applicando le norme previste da... <https://t.co/W1cqIG2Z24>

## RAGGI

1.

Raggi, 617

.@CarloCalenda, dietro prime 45 pratiche microcredito erogate ci sono famiglie, persone che avevano perso lavoro ca... <https://t.co/pm2VKEu1jE>

2.

Raggi, 332

Il Gup di Roma ha condannato 9 esponenti del clan Casamonica e per alcuni di loro è stata confermata l'associazione... <https://t.co/KqqNyo3WJR>

3.

Raggi, 242

Ripartiamo insieme per portare avanti il cambiamento iniziato dal @Mov5Stelle e gli impegni che abbiamo preso con i... <https://t.co/WRsm6JT6mP>

# Top tweet dei candidati

Per numero di impressions

## GUALTIERI

1.

**Gualtieri, 66**

Prima di candidarmi a sindaco di #Roma ho chiesto di visionarne i bilanci.  
Sia chiara la situazione: non c'è mancan...  
<https://t.co/Y90cJ9qPX8>

2.

**Gualtieri, 61**

Con @nzingaretti siamo una squadra, faremo insieme la campagna elettorale e poi insieme governeremo la rinascita di... <https://t.co/MOTzbRGOWu>

3.

**Gualtieri, 59**

Diritti, partecipazione, unità: buon Pride, #Roma  
#Pride2021 <https://t.co/laDH5oTmfX>

## MICHETTI

1.

**Michetti, 486**

Indagato l'agente che sabato ha aperto il fuoco sul cittadino ghanese che a Termini minacciava i passanti con il co...  
<https://t.co/sbzf2Y9cQ>

2.

**Michetti, 309**

Sono d'accordo con Carlo Nordio. Il poliziotto alla Stazione Termini ha fatto il suo sacrosanto dovere. Come si può...  
<https://t.co/sGDjkR3aKV>

3.

**Michetti, 223**

Il rispetto per la città di Roma parte dall'atteggiamento che sia ha nei confronti dei suoi beni culturali.  
Che si... <https://t.co/Qe9oqs5muT>

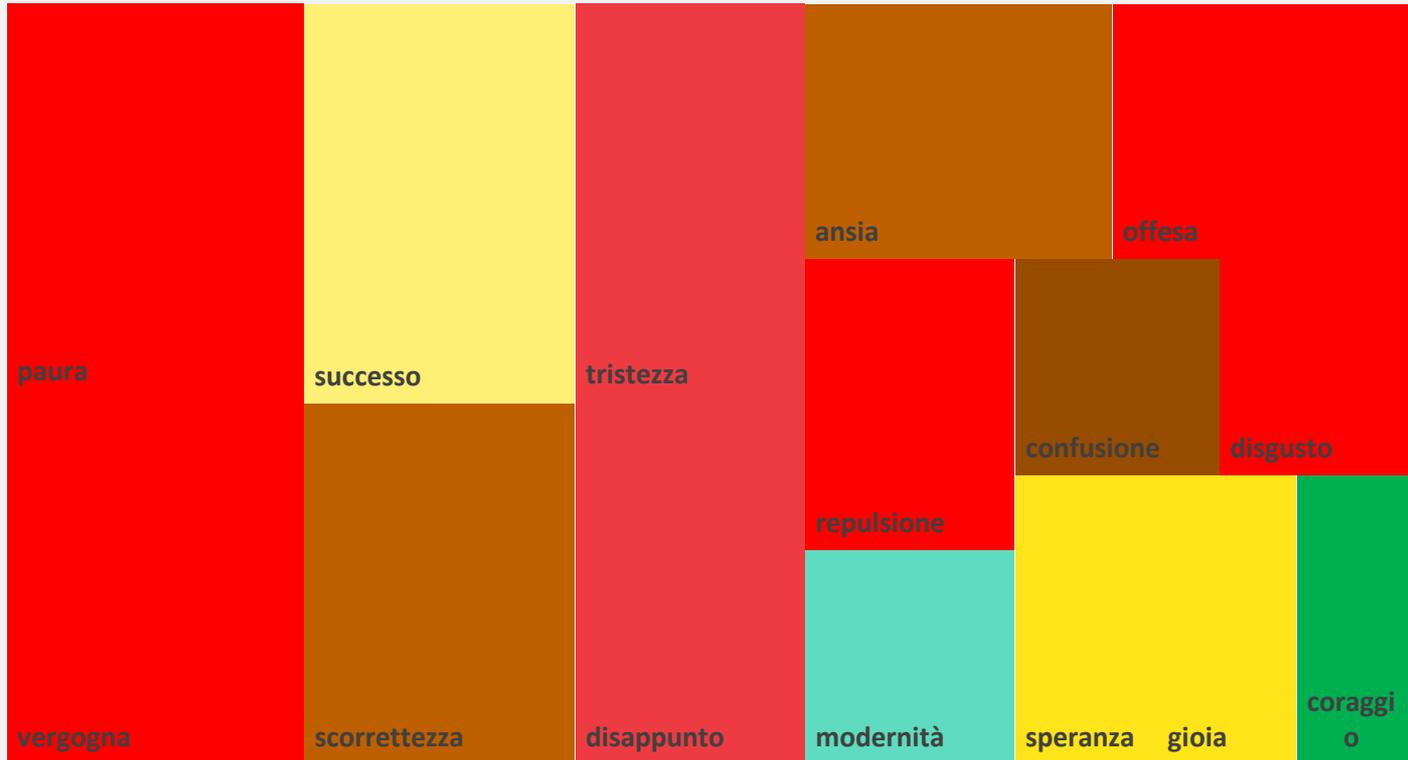
## Mappa delle emozioni intorno a Virginia Raggi \*

### Descrizione

In questa mappa sono considerate tutte le principali emozioni che suscita Virginia Raggi, tratte dall'analisi del flusso di Twitter. Che reca il suo account o il suo hashtag

\*

La mappa è ottenuta mediante l'analisi del flusso dei tweet elaborati con la tecnologia di intelligenza artificiale e semantica di Expert.ai [www.expert.ai](http://www.expert.ai)



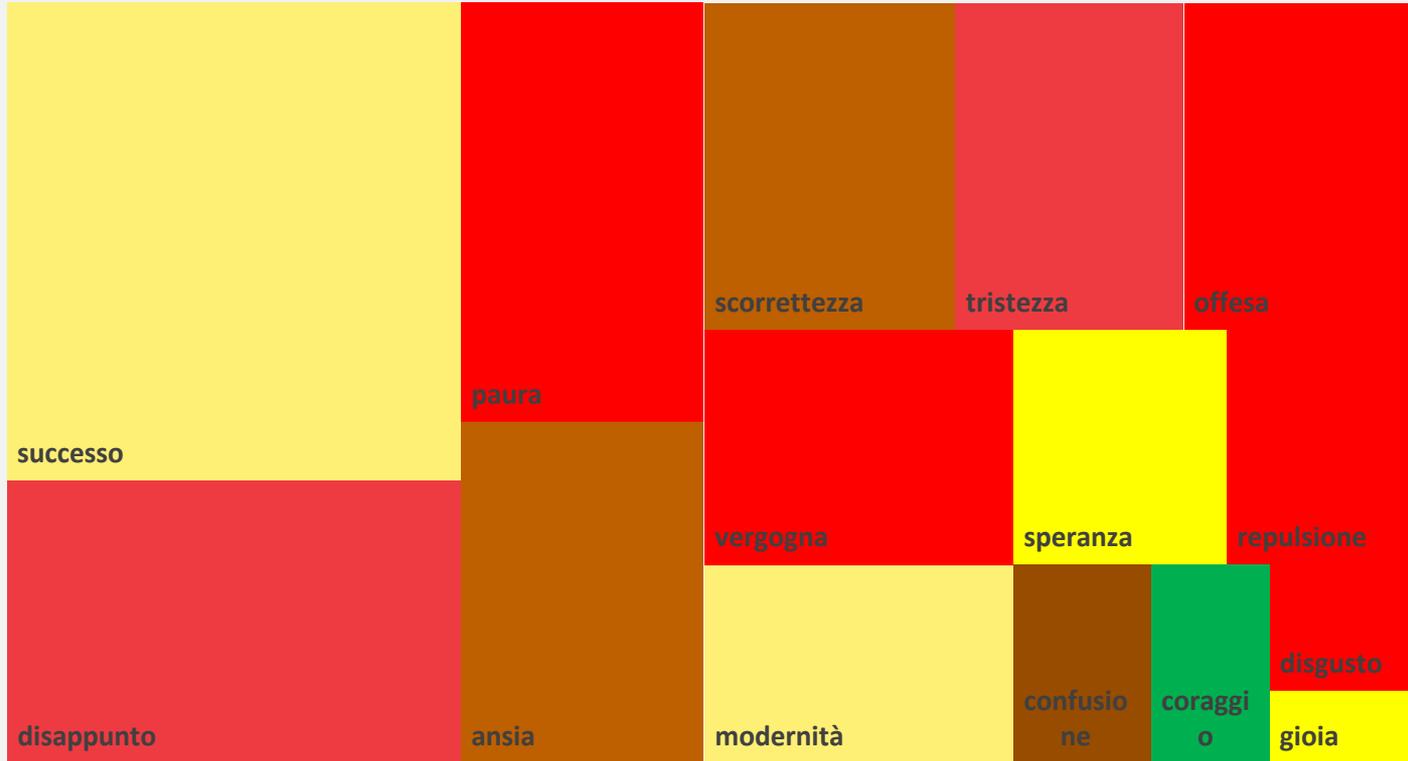
## Mappa delle emozioni intorno a Carlo Calenda \*

### Descrizione

In questa mappa sono considerate tutte le principali emozioni che suscita Carlo Calenda, tratte dall'analisi del flusso di Twitter. Che reca il suo account o il suo hashtag

\*

La mappa è ottenuta mediante l'analisi del flusso dei tweet elaborati con la tecnologia di intelligenza artificiale e semantica di Expert.ai [www.expert.ai](http://www.expert.ai)



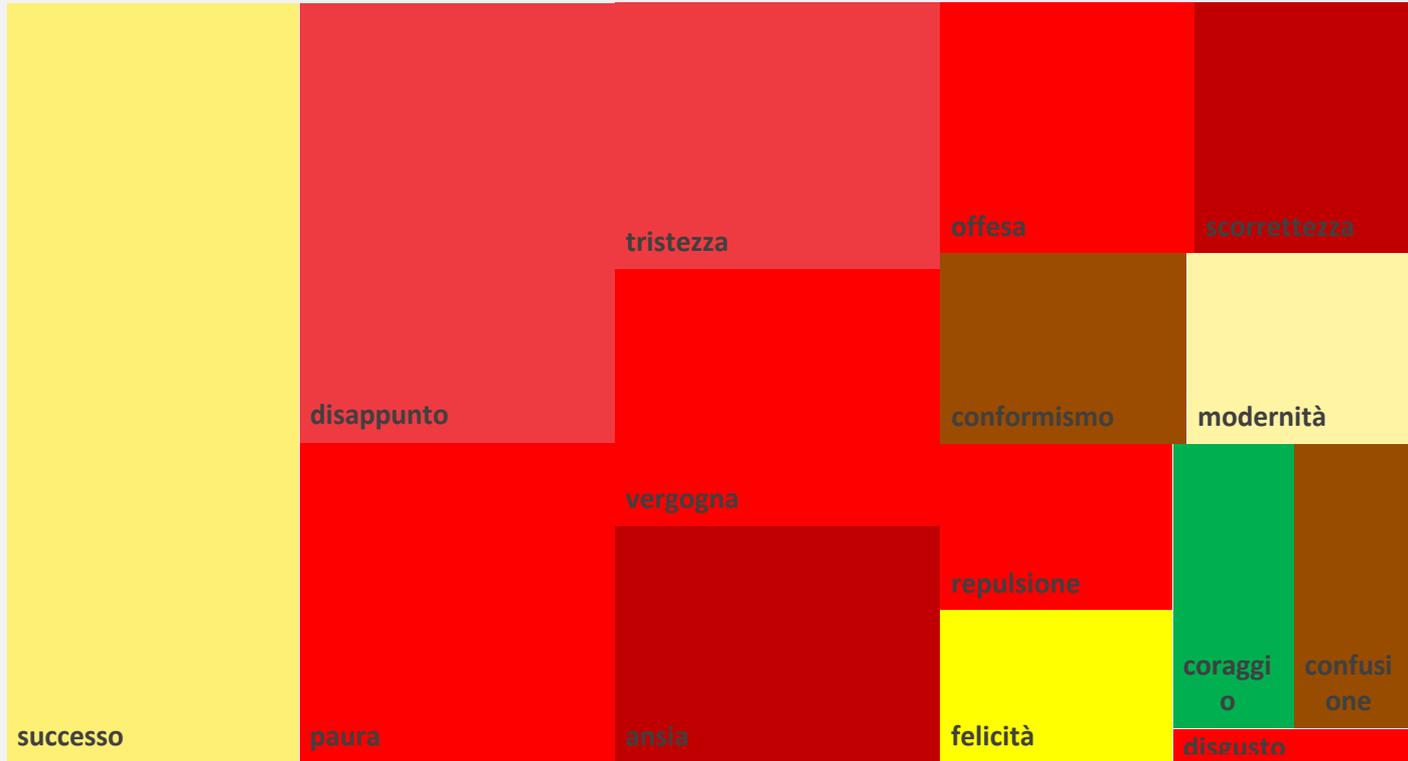
## Mapa delle emozioni intorno a Roberto Gualtieri \*

### Descrizione

In questa mappa sono considerate tutte le principali emozioni che suscita Roberto Gualtieri, tratte dall'analisi del flusso di Twitter. Che reca il suo account o il suo hashtag

\*

La mappa è ottenuta mediante l'analisi del flusso dei tweet elaborati con la tecnologia di intelligenza artificiale e semantica di Expert.ai [www.expert.ai](http://www.expert.ai)



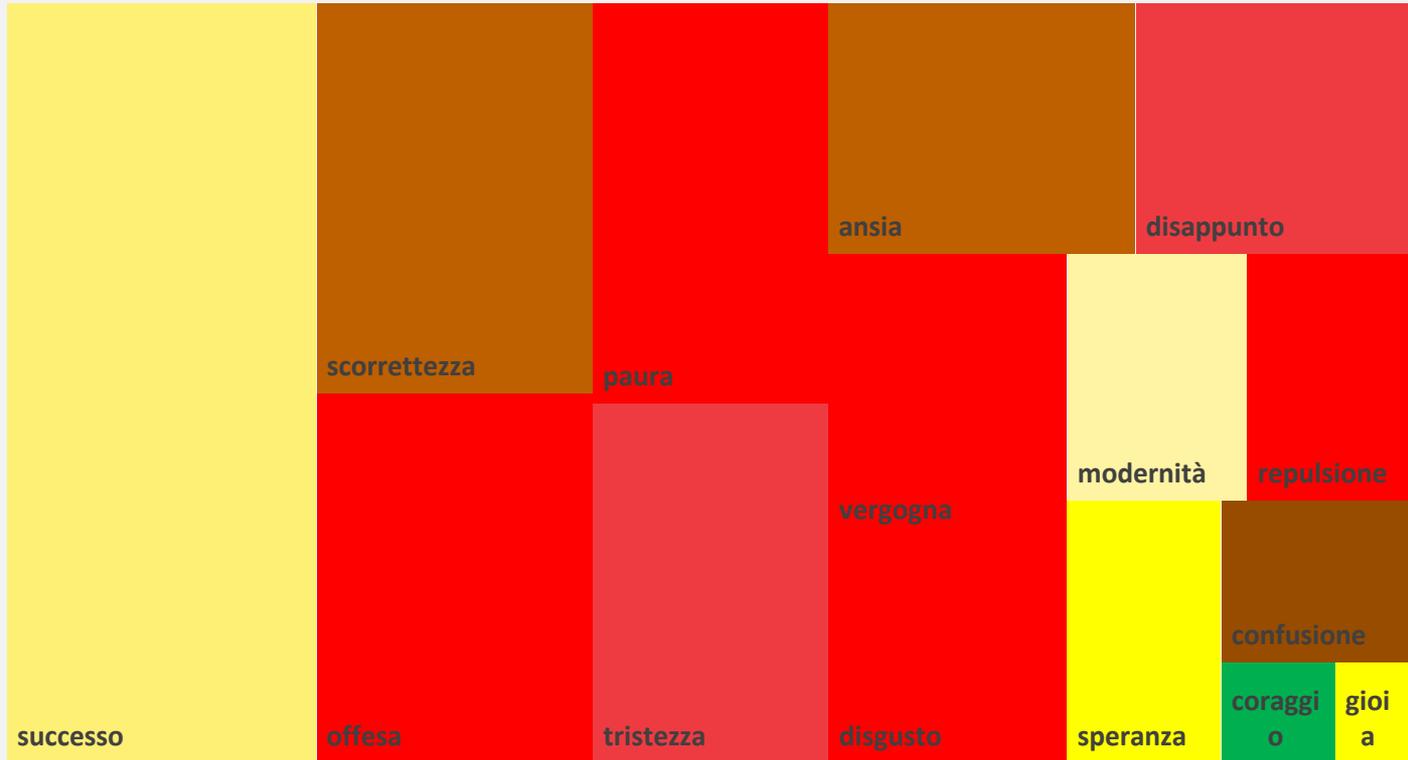
## Mappa delle emozioni intorno a Enrico Michetti \*

### Descrizione

In questa mappa sono considerate tutte le principali emozioni che suscita Enrico Michetti, tratte dall'analisi del flusso di Twitter. Che reca il suo account o il suo hashtag

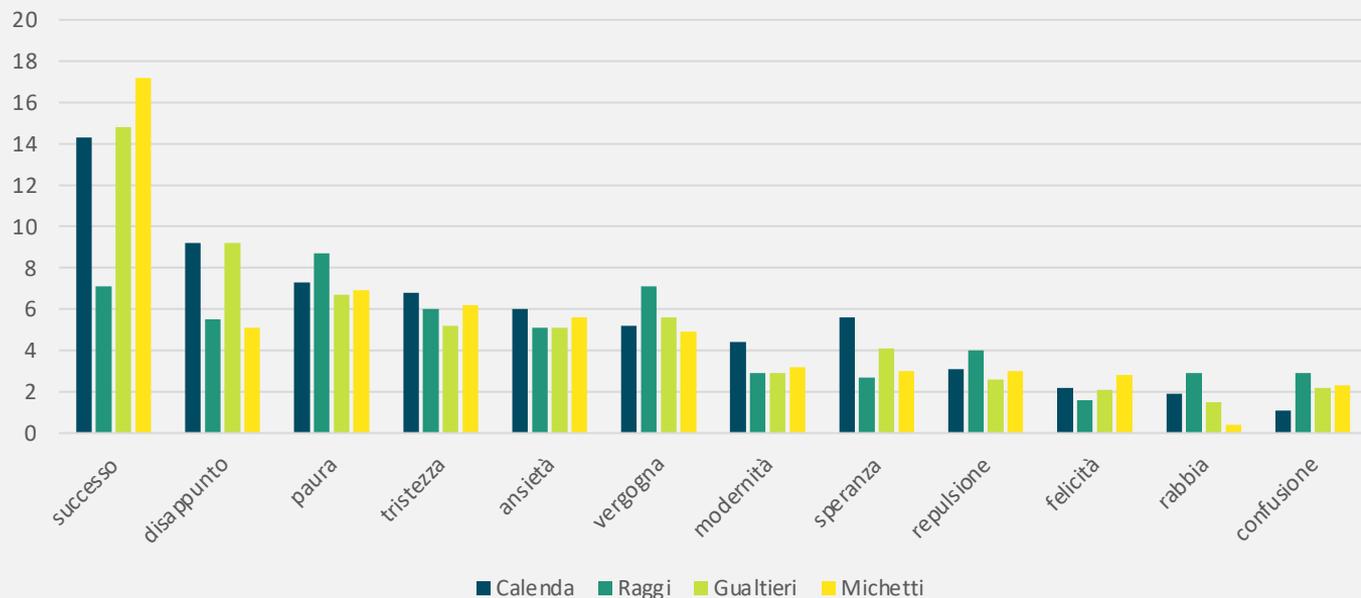
\*

La mappa è ottenuta mediante l'analisi del flusso dei tweet elaborati con la tecnologia di intelligenza artificiale e semantica di Expert.ai [www.expert.ai](http://www.expert.ai)

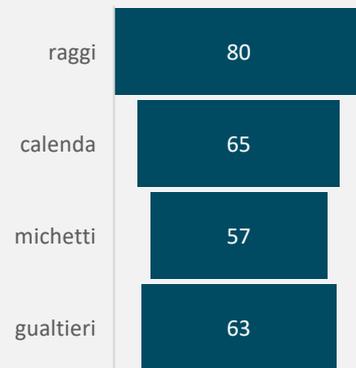


# Ranking delle emozioni intorno ai candidati

Percentuale delle singole emozioni sul totale delle emozioni su ciascun candidato



Varietà di emozioni che ogni candidato suscita intorno a sé



## Descrizione

Nel primo grafico sono considerate le prime 12 singole emozioni suscitate da ciascuno dei quattro candidati. Perciò, ad esempio, il primo dato indica sul totale delle emozioni suscitate dai candidati, quanta parte ha a che fare con l'idea di successo e così via. Nel secondo grafico è indicata la varietà di emozioni che ciascun candidato crea. Ad esempio, Virginia Raggi suscita una gamma di emozioni, tra negative e positive, superiore agli altri.

Fonte: elaborazioni Sociometrica, AIDAMonitoring, su tecnologia Expert.ai, 2021



Rifiuti

## Principali dinamiche del dibattito pubblico



### Descrizione

In questa tavola sinottica, sono indicati, per ogni candidato, le persone o gli argomenti su cui si concentra la polemica e/o l'attenzione del candidato. In rosso l'attacco, in verde il sostegno. In arancione quando vi è una situazione neutra o non ben definita.



# Conclusioni: Limiti e pregi dell'analisi dei social media



## Il ruolo dei social media

Quel che succede sui social media non è lo specchio esatto della società. I social media sono molto seguiti, ma è difficile fare previsioni elettorali, anche se alcuni modelli tendono a farlo. D'altra parte anche i sondaggi falliscono spesso sulle previsioni elettorali. Quel che i social possono misurare sono le emozioni politiche più immediate e più radicate nella psiche collettiva. I social media sono un sismografo estremamente sensibile e dettagliato di quel che passa per la mente della gente.



## Notorietà e sentiment

I social media misurano la quantità, cioè quanto un candidato incide, si fa notare, quante persone riesce a raggiungere e la qualità, cioè il sentiment generale e le specifiche emozioni che suscita. Alta notorietà e sentimento positivo assicurano, naturalmente, la vittoria. Talvolta - è il caso di Trump - alla grande notorietà si collega anche un'elevata controversia rispetto alle emozioni. Quel che è certo è che nessuno ha vinto con una notorietà bassa complessiva. In questa prima versione del lavoro non abbiamo calcolato il sentiment.



## Quanti seguono i social?

Nel Lazio ci sono 4,1 milioni di persone (o meglio account) registrati su facebook e circa un terzo su Twitter. Conta sottolineare che ogni giorno in media sono dedicati da ogni «user» 26 minuti spesi su facebook e 1,1 minuto per twitter. Almeno il primo dato è clamoroso, perché solo la tv espone di più, ma nessun canale specifico della tv supera facebook.



## Il valore dei social

Le opinioni espresse sui social non sono sollecitate (come avviene nei sondaggi), ma nascono da un movente interno, che perciò è molto più significativo. Naturalmente al netto delle attività sponsorizzate, che comunque sono segnalate come tali. La differenza, sul piano dell'impatto elettorale, tra facebook e twitter è enorme: facebook cioè è enormemente più potente di twitter sul piano della diffusione delle opinioni tra la gente; twitter piuttosto definisce il dibattito pubblico tra «gli addetti ai lavori», cioè giornalisti, politici e opinion maker.

# Conclusioni: sintesi generale

## Virginia Raggi domina su facebook

Considerando la base fan, la capacità di generare condivisioni, il numero di post, si può dire che la Raggi occupa circa il 70% dello spazio politico delle elezioni comunali su facebook. Rif. (4) (5)



## I rifiuti sono l'argomento principale

Nel corso delle settimane abbiamo avuto un picco per gli Europei, ma il problema dei rifiuti domina il dibattito pubblico



## La sicurezza, e il microcredito

Oltre al dominante dibattito sui rifiuti, due temi sono specifici di due candidati: Michetti sulla sicurezza e solidarietà alle forze dell'ordine e Raggi con la proposta comunale del microcredito



## Calenda conduce su twitter

Considerando le menzioni, la capacità di suscitare retweet dei propri messaggi, Calenda, pur con una base fan più piccola della Raggi, è primo su questo social media. Rif. (18)



## L'incrocio polemico sui rifiuti

Sui rifiuti la Raggi attacca direttamente Zingaretti; Gualtieri attacca la Raggi e difende Zingaretti; Michetti attacca sia la Raggi che Zingaretti; Calenda attacca la Raggi e critica Zingaretti. Rif. (27)



## Le emozioni controverse sulla Raggi

Guardano il volume sia su facebook che su Twitter, Virginia Raggi occupa il dibattito più degli altri tre candidati, ma su di lei si concentra la maggior parte delle emozioni negative, in proporzione rispetto a quelle positive. E' al centro del dibattito, ma in maniera molto controversa.



# Conclusioni: sintesi Facebook

## Virginia Raggi vince su like e condivisioni

Analizzando i post di Virginia Raggi, si segnalano molti like, condivisioni e «reazioni», mentre sono relativamente meno i commenti; l'opposto, quasi, che si registra per Gualtieri. (Rif. 5)



## Europei stravincono sui social

Il post più visto nel periodo è la vittoria dell'Italia ai campionati europei: quello dedicato all'evento dalla Raggi è al primo posto assoluto. Rif. (9)



## La linea like-condivisioni

Tra gli indicatori si considera la triangolazione like/commenti/condivisioni: quando i tre indicatori sono allineati, vuol dire che non vi sono questioni controverse tra i propri fan. Su questo al primo posto sono Michetti con Raggi, segue Calenda, mentre su Gualtieri i commenti sono proporzionalmente più grandi (rispetto agli altri tre candidati) rispetto ai like e alle condivisioni. Rif. (6) (7)



## Michetti in crescita

Analizzando non il complesso dei dati, ma il cambiamento settimana per settimana della base dei fan, si vede che Michetti nell'ultima settimana considerata ha raddoppiato il numero di fan. Rif. (8)



## 9 sui Top 10

Considerando i top 10 di post con maggiore successo, 9 sono della Raggi e uno è di Calenda. Rif. (11)



## La base di partenza solidissima della Raggi

Considerando la base di partenza dei followers, c'è da segnalare la solidissima posizione di Virginia Raggi che raccoglie il 79,4% del totale dei followers di tutti e quattro i candidati, seguita da Carlo Calenda con l'11,7%, in una situazione minore Enrico Michetti (5,0%) e Roberto Gualtieri (3,9%). Rif. (3)



# Conclusioni: sintesi twitter

## Calenda guida su twitter

Analizzando i post dei candidati, Calenda ha più menzioni di tutti, seguito da Virginia Raggi e poi Gualtieri. Molto staccato Michetti. (Rif. 18)



## La base maggiore superiore per Raggi

Su twitter la base di followers vede prima la Raggi, ma sul piano dei flussi (retweet), Calenda la supera. Rif. (21)



## Giornali e tv grandi influencer, ma...

Considerando gli account in assoluto, quelli che hanno la maggiore influenza sono dei giornali (Repubblica, Corriere) seguiti dalle Tv (Mediaset e La7), ma nei primi 10 ci sono anche Dagospia e Makkox. Rif. (23)



## Raggi prima negli hashtag

Analizzando il numero di volte che gli hashtag sono impiegati, si vede la Raggi al primo posto, cioè il dibattito è –come prevedibile– improntato sulla sua figura, e in maniera controversa. Rif. (19)



## 9 sui Top 10

Considerando i top 10 di post con maggiore successo, 9 sono della Raggi e uno è di Calenda. Rif. (11)



## Gli influencer outliers

Esistono singoli account, non solo espressione di soggetti come giornali o leader politici, che riescono a ottenere grande visibilità. E' il caso di Barbara Balanzoni contro Calenda e YouTube che le ha cancellato un post. Rif. (24)



# Nota metodologica

Per questa analisi sono state considerate le cinque pagine pubbliche ufficiali di Facebook (per Gualtieri ne sono presenti due) e per Twitter, tutti i tweet che avessero per oggetto (hashtag o account) le elezioni romane (è stato creato un set di hashtag e account di oltre 50 termini). Il periodo considerato va dal 21 giugno al 18 luglio. Salvo diversamente specificato, i dati si riferiscono al totale accumulato in questo periodo. L'analisi si può condurre con la cadenza preferita: ogni giorno, ogni settimana, più settimane e così via. Le analisi sono state condotte congiuntamente da Sociometrica e da Aida Monitoring, attraverso un gruppo di lavoro comune diretto da Antonio Preiti e Massimiliano Spaziani. Per quanto riguarda le mappe delle emozioni, sono ottenute mediante l'analisi del flusso dei tweet elaborati con la tecnologia di intelligenza artificiale e semantica di Expert.ai [www.expert.ai](http://www.expert.ai)

## Antonio Preiti

Direttore di Sociometrica; docente all'Università di Firenze nel Dip. di Economia Aziendale; esperto di comportamenti collettivi e di studio dell'opinione pubblica sia nelle ricerche tradizionali «field» che di quelle di monitoring digitale.

## Massimiliano Spaziani

Data scientist con una Fellowship al Santa Fe Institute, il centro di ricerca basato in New Mexico dedicato allo studio dei sistemi complessi, compresi i sistemi sociali. founder di AidaMonitoring.com



<https://www.expert.ai/>

<https://twitter.com/expertdotai>

<https://www.linkedin.com/company/expert-ai/>

## CONTATTI

### EMAIL

Antonio Preiti: [apreiti@sociometrica.it](mailto:apreiti@sociometrica.it)

Massimiliano Spaziani: [massimiliano@aidamonitoring.com](mailto:massimiliano@aidamonitoring.com)



[www.sociometrica.it](http://www.sociometrica.it)

[www.antoniopreiti.it](http://www.antoniopreiti.it)

<https://www.aidamonitoring.com/>

<http://aidamonitoring.com/>



@apreiti

@AIDAMonitoring



<https://www.linkedin.com/in/antonio-n-preiti-288b20b/>

### FACEBOOK

<https://www.facebook.com/AidaMonitor/>