

#Toscana15

Candidati Presidenti, Consiglieri e Partiti sui Social Media: una campagna poco Social

Osservatorio sulla Comunicazione Politica – Dipartimento di Scienze Politiche – Università di Pisa
15 maggio 2015-25 maggio 2015 - II report

Team di ricerca:

Roberta Bracciale, Massimiliano Andretta, Vincenzo Mele, Eugenio Pizzimenti, Lorenzo Viviani, Antonio Martella, Alessandro Albertini, Enrico Campo, Fabiano Catania, Andrea Croce

Sommario

Sezione I – I candidati “Presidente”	2
1.1 - I candidati Presidente su Twitter.....	2
1.2 – I candidati Presidente su Facebook	13
Sezione II – I candidati “Consiglieri”	21
2.1 L’attività social e le prospettive della seconda parte della ricerca su Twitter	21
2.2 Uno sguardo d’insieme sul secondo periodo: i candidati Consiglieri su Facebook.....	28
Sezione III – I Partiti politici	46
3.1 – I Partiti su Twitter	46
3.2 – I Partiti su Facebook	46
Credits	48



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

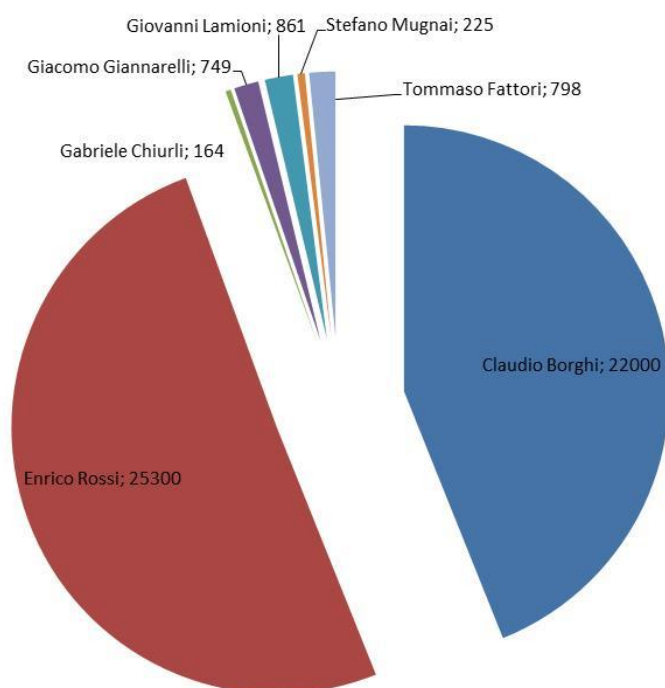
Sezione I – I candidati “Presidente”

1.1 - I candidati Presidente su Twitter

Come noto, tutti i candidati alla Presidenza della Regione Toscana dispongono di un account Twitter, sebbene si differenzino notevolmente per abitudini d'uso e per coinvolgimento che riescono a generare. Se partiamo dal dato più basilare, ovvero i *follower* di cui dispone un account, Enrico Rossi (PD) risulta non solo il candidato con il maggior numero di *follower* in assoluto (22000), ma anche quello che è riuscito ad allargare di più la sua platea digitale attraverso l'acquisizione di nuovi seguaci (+300 dal 14 maggio). Nella classifica dell'acquisizione dei *follower*, Rossi è seguito da Giacomo Giannarelli (M5S, +188 dal 14 maggio) e Claudio Borghi (LN, + 100 dal 14 maggio). Tommaso Fattori (Si Toscana) si piazza al quarto posto (+91 dal 14 maggio), nonostante l'abbandono della piattaforma, seguito da Stefano Mugnai (FI, + 56 dal 14 maggio), Giovanni Lamioni (Passione Toscana, + 34 dal 14 maggio) e Gabriele Chiurli (Democrazia Diretta, + 28 dal 14 maggio).

Nonostante le recenti acquisizioni, comunque, la “follower race” vede contrapposti Enrico Rossi e Claudio Borghi, mentre gli altri candidati rimangono staccati di parecchie lunghezze.

Figura 1.1 - I candidati Presidente su Twitter: numero di follower (28 maggio 2015)



L'aumento del numero di *follower* è andato di pari passo con l'aumento dell'attività dettato dall'avvicinarsi della data del voto. Infatti, nel periodo di interesse (15 – 25 maggio) tutti i candidati hanno prodotto più *tweet* rispetto alla precedente rilevazione (4 – 14 maggio). Il candidato alla



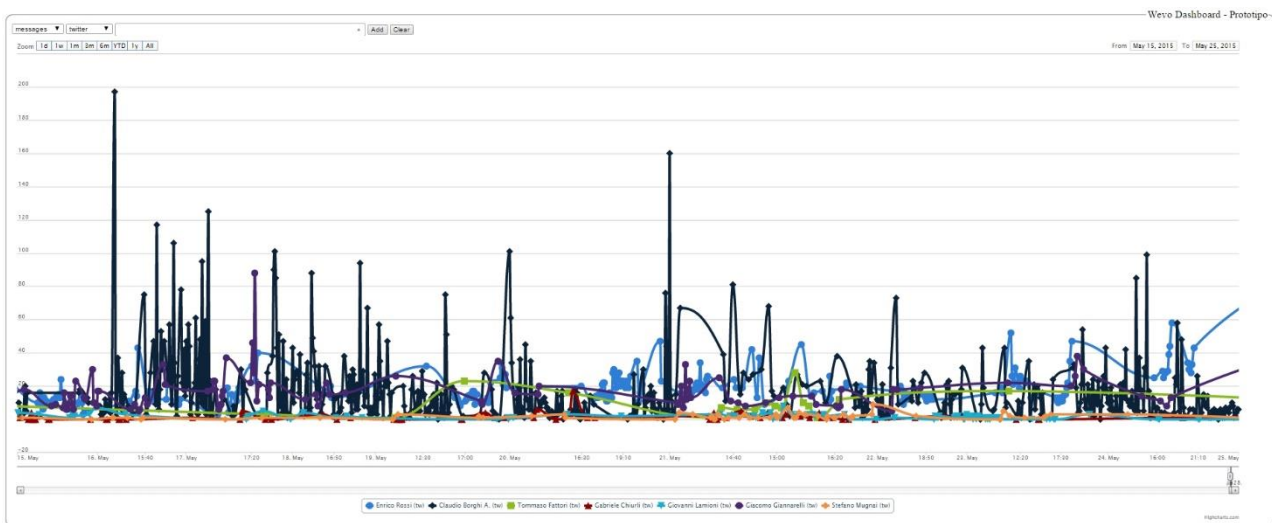
Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

presidenza della Regione più attivo si conferma Claudio Borghi, con una media di 70 *tweet* al giorno, incrementando il suo personale volume di *tweet* quotidiani rispetto al periodo precedente (52 *tweet* al giorno). Gli altri candidati pur mostrando un incremento nel numero di *tweet* quotidiani presentano medie abbastanza simili a quelle della rilevazione precedente (tabella 3).

Buzz generato

In relazione alla rilevazione della semplice attività dei soggetti monitorati su Twitter risulta molto importante il *buzz* generato dai *tweet* prodotti dai candidati alla presidenza della Regione Toscana. Per *buzz* si intende la somma di *retweet*, favoriti e reply raccolta dai singoli *tweet*.

Figura 1.2 - Buzz generato dai candidati alla presidenza della Regione Toscana su Twitter



Fonte: WEVO

Come facilmente individuabile dalla figura 2 il *buzz* generato dai *tweet* di Claudio Borghi (linea blu scuro) spicca su quello generato da tutti gli altri candidati, tra i quali emergono, anche se con volumi piuttosto inferiori, Enrico Rossi e Giacomo Giannarelli. Per avere un'idea di quali siano stati i contenuti che hanno attivato maggiormente la discussione degli utenti sono stati selezionati e analizzati i *tweet* di ciascun candidato che hanno prodotto il *buzz* più elevato.



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Figura 1.3 - Tweet Claudio Borghi (16 maggio 2015)



Il *tweet* di Claudio Borghi che ha generato il più alto numero di favoriti (72) *retweet* (96) e reply (29) risulta composto da semplice testo, senza *hashtag*, *link* o allegati mediali. È stato prodotto il 16 maggio alle 10:13 e si riferisce alle dichiarazioni del Ministro degli Interni Alfano il quale, proprio il 15 maggio, aveva fatto riferimento al numero degli agenti impiegati durante i comizi di Matteo Salvini. Questo *tweet* rappresenta ampiamente il processo di disintermediazione in atto nella comunicazione politica: Borghi in questo caso affida quello che un tempo sarebbe stato un "take di agenzia" direttamente alla piattaforma social.

Figura 1.4 - Tweet Enrico Rossi (24 maggio 2015)



Il *tweet* di Enrico Rossi che ha destato più attenzione su Twitter (22 favoriti, 25 RT, 11 reply, 24 maggio 2015 ore 17:42) si caratterizza invece per un richiamo identitario ai valori del Partito Democratico, i cui account nazionale e regionale sono direttamente citati (@pdnetwork e @PdToscana). Questo *tweet* costituisce contemporaneamente sia una risposta ai diversi attacchi da parte dagli altri candidati alla presidenza durante la campagna elettorale, sia la chiusura dell'incontro, tenutosi a Pisa, tra Enrico Rossi,



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Maria Elena Boschi e Dario Parrini. Dall'analisi della campagna elettorale si evince che il richiamo ai valori democratici e di sinistra è un *leit motiv* che ha spesso caratterizzato la produzione social di Enrico Rossi.

Figura 1.5 - Tweet Gabriele Chiurli (20 maggio 2015)



Il *tweet* di Gabriele Chiurli, prodotto il 20 maggio alle 16:04 con il *buzz* più elevato, sebbene contenuto (6 favoriti, 11 RT e 0 reply) contiene una foto e raffigura il momento in cui lo stesso Chiurli e Marco Mori (candidato Consigliere della lista Democrazia Diretta citato nel *tweet*) hanno depositato una denuncia contro le più alte cariche dello Stato per aver ceduto la sovranità nazionale firmando il Trattato di Maastricht. Il *tweet* si conclude con la citazione diretta di Magdi Cristiano Allam e l'*hashtag* #regionali2015. Questo *tweet* riporta una delle caratteristiche della comunicazione della lista Democrazia Diretta, legata soprattutto a tematiche generali, poco localizzate, come sottolineato dalla scelta dell'*hashtag* collegato al discorso nazionale sulle elezioni regionali.



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Figura 1.6 - Tweet Giacomo Giannarelli (17 maggio 2015)



Il *tweet* di Giacomo Giannarelli, che ha maggiormente coinvolto gli utenti (27 favoriti, 52 *retweet* e 9 *reply*, 17 maggio), è un *tweet* dal tono polemico, contiene l'*hashtag* della campagna elettorale in Toscana e riguarda gli stipendi dei Consiglieri Regionali, uno dei temi caratteristici delle campagne elettorali del Movimento 5 Stelle. La foto raffigura lo stesso Giannarelli durante un comizio a Grosseto e lascia presumere che sia una frase estrapolata dal discorso pronunciato durante questo incontro. Questo *tweet* ben rappresenta la campagna elettorale di Giannarelli, legata spesso a tematiche portate avanti a livello nazionale dal M5S fatte proprie dai candidati alle elezioni regionali e/o riportate sul territorio.



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Figura 1.7 - Tweet Giovanni Lamioni (21 maggio 2015)



Il *tweet* di Giovanni Lamioni che ha generato il *buzz* più elevato (2 favoriti, 5 RT e 1 reply) è stato prodotto il 21 maggio alle 20:15 ed è in realtà una risposta (reply) a un *tweet* di @Rainews che cita tutti i candidati alla presidenza della Regione Toscana per chiedergli: “trasparenza amministrazioni, serve intervenire?” Il *tweet* non contiene *link* o allegati mediali ma si caratterizza per la riproposizione degli *hashtag* presenti nel *tweet* di @Rainews (#toscana #Regionali2015), indice di buona conoscenza delle grammatiche della piattaforma da parte del candidato di Passione Toscana.

Figura 1.8 - Tweet Stefano Mugnai (21 maggio 2015)



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Il *tweet* più coinvolgente di Stefano Mugnai (4 favoriti, 4 RT, 1 reply, 21 maggio 2015, ore 22:13) esprime i ringraziamenti di Mugnai dopo l'incontro elettorale con il candidato sindaco, per Forza Italia, di Campi Bisenzio Paolo Gandola (citato direttamente @Gandolasindaco). Il *tweet* contiene l'*hashtag* della campagna elettorale del candidato alla presidenza (#cambiaMenti) e una foto di gruppo al termine dell'incontro elettorale. Questo *tweet* rappresenta una fetta consistente della produzione social di Stefano Mugnai, caratterizzata da foto durante incontri elettorali in presenza di altri esponenti del partito locali e nazionali.

Figura 1.9 - Tweet Tommaso Fattori (21 maggio 2015)



Il *tweet* di Tommaso Fattori che ha generato il più alto volume di *buzz* (11 favoriti, 17 RT, 0 reply) è un reply alla risposta di Enrico Rossi alla domanda posta da @Rainews ai candidati alla presidenza della Regione Toscana. Il *tweet* fa riferimento alla polemica scoppiata in seguito alla rimozione di un dirigente regionale legata alla realizzazioni di grandi opere, oggetto di discussione in Consiglio Regionale verso la fine del 2014.

Quest'ultimo *tweet* insieme a quello di Giovanni Lamioni (figura 1.7) fa parte di una discussione online attivata da alcuni *tweet* di @Rainews relativi a tematiche differenti (trasparenza, ASL, ecc.) che ha visto la partecipazione di quasi tutti i candidati e lo sbocciare di numerose polemiche.

Data l'impossibilità di allegare gli *screenshot* dell'intera discussione si è optato per fornire alcuni *permalink* della conversazione su Twitter per chi volesse approfondire:

Trasparenza Amministrazioni:

<https://twitter.com/RaiNews/status/601371506212495360>

ASL

<https://twitter.com/RaiNews/status/601368046956060673>



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Interattività dei candidati alla presidenza della Regione Toscana su Twitter

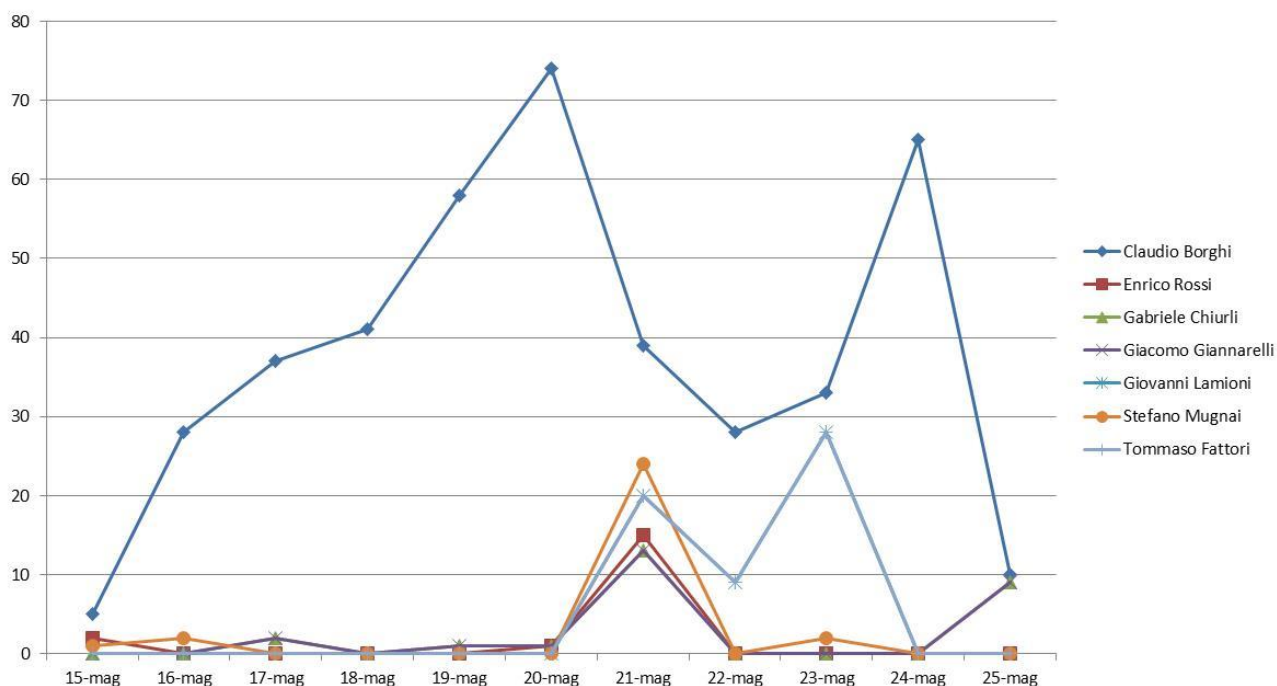
Per interattività su Twitter si intende il numero di reply effettuati dall'account monitorato ai reply degli utenti ai suoi *tweet*. I trend mostrano la somma giornaliera dei reply effettuati dai candidati alla Presidenza della Regione Toscana.

Il candidato più interattivo, come nella precedente rilevazione, è Claudio Borghi, con una media di 38 reply giornalieri, dovuto anche al fatto che - come affermato in uno suo *tweet* - il candidato Presidente della Lega Nord dedica un'ora al giorno per "chattare" con gli utenti di Twitter.

Come mostra la tabella 4 l'interattività dei candidati su Twitter sembra essere cresciuta notevolmente ma l'analisi del dato disaggregato (tabella 2) evidenzia che la quasi totalità delle interazioni effettuate da molti candidati è avvenuta il 21 maggio, giornata in cui @Rainews ha sfruttato il social network per porre delle domande ai candidati i quali sono stati coinvolti in numerose polemiche (e risposte) soprattutto tra loro. Quindi, non si è trattato di una interazione con l'utente "comune" ma di una sorta di confronto elettorale via *tweet*. Dall'analisi della tabella 5 e dei permalink relativi alla discussione attivata da @Rainews, emerge un quadro piuttosto chiaro di una classe politica impegnata quasi esclusivamente a "parlarsi addosso", data l'abbondanza di risposte tra candidati, la cui interattività sui social sembra emergere quasi esclusivamente se stimolata da una qualche auctoritas.

Infatti, a parte Borghi tutti gli altri candidati, in realtà, non sono particolarmente impegnati nella gestione di feedback online, facendo prevalere così l'uso broadcast della piattaforma.

Figura 1.10 - Interattività dei "presidenti" su Twitter



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Condivisione

Per condivisione si intende il numero delle condivisioni giornaliere che ricevono gli account monitorati. Occorre fare una precisazione: i *retweet* giornalieri possono riguardare *tweet* prodotti diversi giorni prima.

Come è possibile osservare dalla tabella 1 con l'avvicinarsi della scadenza elettorale sono aumentate le condivisioni dei contenuti dei candidati alla presidenza della Regione Toscana. Tra i candidati più condivisi, in continuità con le precedenti osservazioni, emergono Claudio Borghi (361 RT quotidiani), Enrico Rossi (173 RT quotidiani) e Giacomo Giannarelli (82 RT quotidiani). Se confrontati con il numero di *follower* appare notevole il risultato di Giacomo Giannarelli che disponendo di una comunità molto più ristretta (749) rispetto a quella di Borghi (22000) e Rossi (25300) risulta il terzo candidato più *retweettato*.

Tabella 1.1 - Totale e media dei *retweet* dei contenuti prodotti dai candidati alla presidenza

	4 - 14 maggio		15 - 25 maggio	
	totale	media	totale	media
Claudio Borghi	3035	275,9	3974	361,3
Enrico Rossi	1413	128,5	1904	173,1
Gabriele Chiurli	18	1,6	41	3,7
Giacomo Giannarelli	752	68,4	901	81,9
Giovanni Lamioni	67	6,1	84	7,6
Stefano Mugnai	25	2,3	53	4,8
Tommaso Fattori	24	2,2	88	8,0

Confrontando l'attività dei candidati con i *retweet* ottenuti emerge che il candidato con il rapporto maggiormente favorevole tra *tweet* prodotti e *retweet* ottenuti è Enrico Rossi (12,9), seguito da Giacomo Giannarelli (17,2) e Claudio Borghi (19,4).

Il rapporto percentuale presente in tabella 2 mostra la quantità di *tweet* che finora sono stati necessari ad ogni candidato per ottenere 100 *retweet*. Questo rapporto può dare un'idea della forza della comunità di *follower* ma è anche influenzato da numerosi fattori, come la capacità di comunicare sui social, lo stile di presenza del candidato, la produzione di contenuti, ecc. In questo quadro emerge la particolarità di Tommaso Fattori che a fronte di una scarsa attività su Twitter (18 *tweet* in dieci giorni) riceve un alto numero di *retweet* relativamente all'attività prodotta.

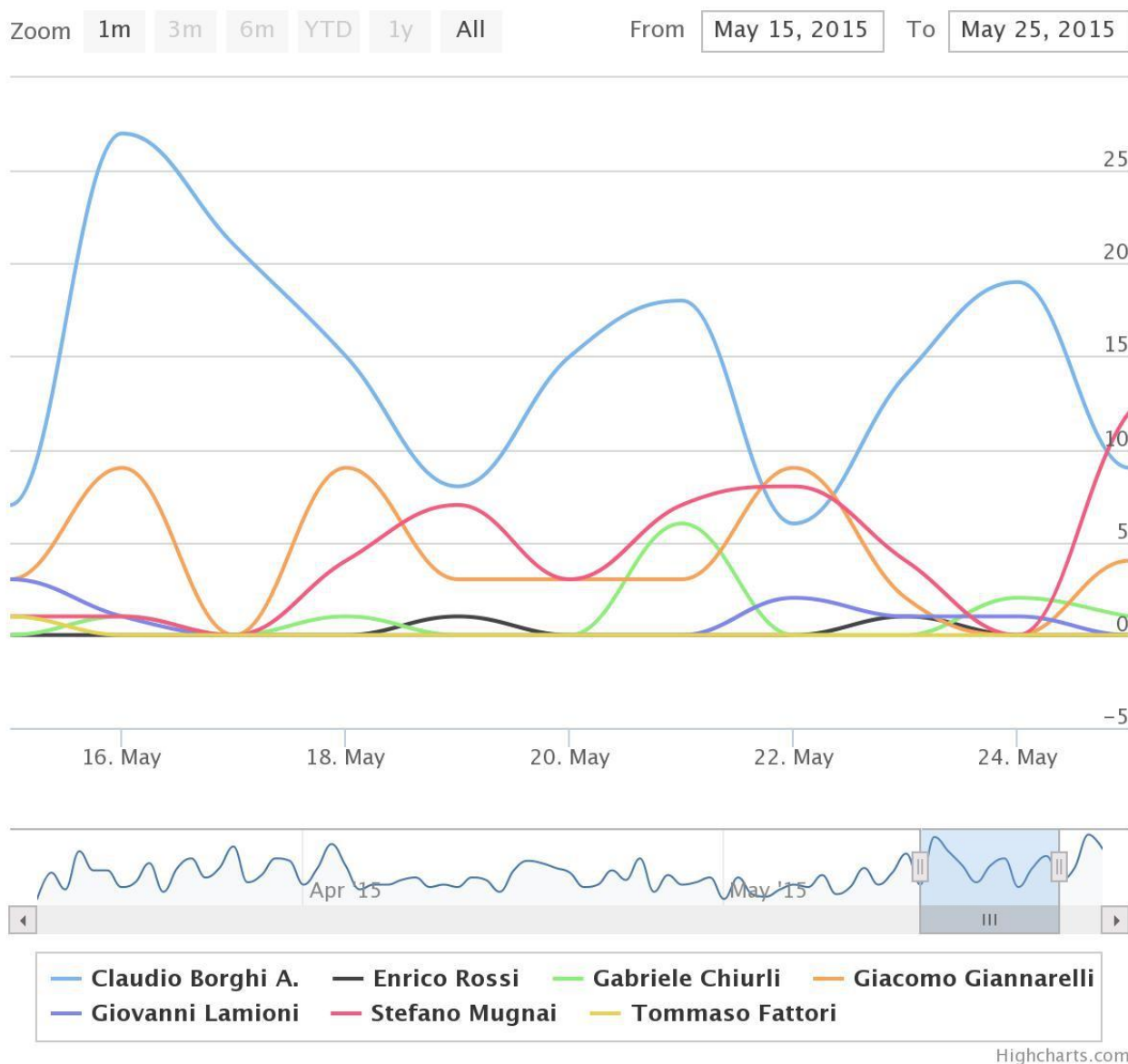
Tabella 1.2 - Rapporto tra attività totale e condivisioni

	attività	condivisioni	Rapporto %
Claudio Borghi	769	3974	19,4
Enrico Rossi	246	1904	12,9
Gabriele Chiurli	102	41	248,8
Giacomo Giannarelli	155	901	17,2
Giovanni Lamioni	110	84	131,0
Stefano Mugnai	111	53	209,4
Tommaso Fattori	18	88	20,5



Retweet dei contenuti prodotti da utenti

Figura 1.11 - Numero dei retweet effettuati dai candidati di contenuti prodotti da altri



La figura 1.11 mostra il trend giornaliero dei *retweet* da parte dei candidati dei *tweet* prodotti da altri utenti. Anche in questo indice il candidato della Lega Nord appare abbastanza distaccato da tutti gli altri, la sua acclarata capacità di creare e partecipare gli consente di conquistare il primo posto in questa ipotetica classifica. Dall'analisi dei dati emergono anche Stefano Mugnai e Giacomo Giannarelli che dopo Borghi, appaiono come i candidati maggiormente disposti a *retweettare* contenuti prodotti da altri. Questi trend rappresentano un ulteriore indice di interattività sulla piattaforma, in altre parole la disponibilità da parte dei candidati alla presidenza della Regione Toscana a condividere con la propria comunità di *follower* i contenuti prodotti da altri. Ovviamente visualizzando solo questi trend non è possibile valutare nel merito se questa "disponibilità" dei candidati è rivolta nei confronti di utenti comuni o al contrario verso altri candidati, partiti, supporter, ecc. Tale analisi, oggetto di ulteriori



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

approfondimenti, consentirà di far emergere con maggiore precisione gli stili di comunicazione dei candidati alla presidenza della regione toscana e la loro capacità di uso del mezzo in maniera realmente “social”.

Conclusioni

La rilevazione nel periodo che va dal 15 maggio al 25 maggio sembrerebbe confermare i trend individuati inizialmente per ciascun candidato. Emerge comunque un miglioramento delle “performance” di ciascuno negli indici individuati per il monitoraggio.

Oltre a quanto già emerso, un elemento di ulteriore conferma di una comunicazione politica non troppo rivolta al rafforzamento del rapporto con la *constituency* è dato dalla constatazione che il momento più “social” della campagna elettorale sembrerebbe essere stato caratterizzato dalle polemiche tra candidati in seguito ai *tweet* di @Rainews.

Da questa ultima analisi emergono alcune particolarità per ciascun candidato che vale la pena sottolineare:

- Claudio Borghi rimane il candidato in grado di generare il maggior volume di conversazioni su Twitter. Il suo investimento “personale” nella piattaforma, la conoscenza della sua grammatica e l’uso relazionale dello strumento lo “ripagano” in termini di visibilità ottenuta nel network online;
- Enrico Rossi è il candidato in grado di generare il maggior *buzz* con il minimo sforzo. Tale successo può essere messo in relazione sia alla sua carica di Presidente uscente, sia alla peculiare connotazione politica della Toscana;
- Gabriele Chiurli non sembra essere riuscito a sfruttare Twitter per ampliare la platea di soggetti a cui far conoscere e con cui promuovere il suo messaggio elettorale;
- Giacomo Giannarelli rispetto ai “numeri” di partenza riesce a stare al passo con Rossi e Borghi in termini di dinamiche innescate;
- Giovanni Lamioni è il candidato che ha mostrato una buona conoscenza delle grammatiche di Twitter, ma è comunque “distante” dalle capacità di engagement delle teste di serie;
- Stefano Mugnai si è distinto tra i candidati maggiormente disponibili a condividere contenuti prodotti da altri;
- Tomaso Fattori sembra aver prestato poca attenzione alla piattaforma social nonostante sembri disporre di una comunità potenzialmente forte e in attesa di un semplice “*tweet*” da poter condividere per supportare il proprio candidato.



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

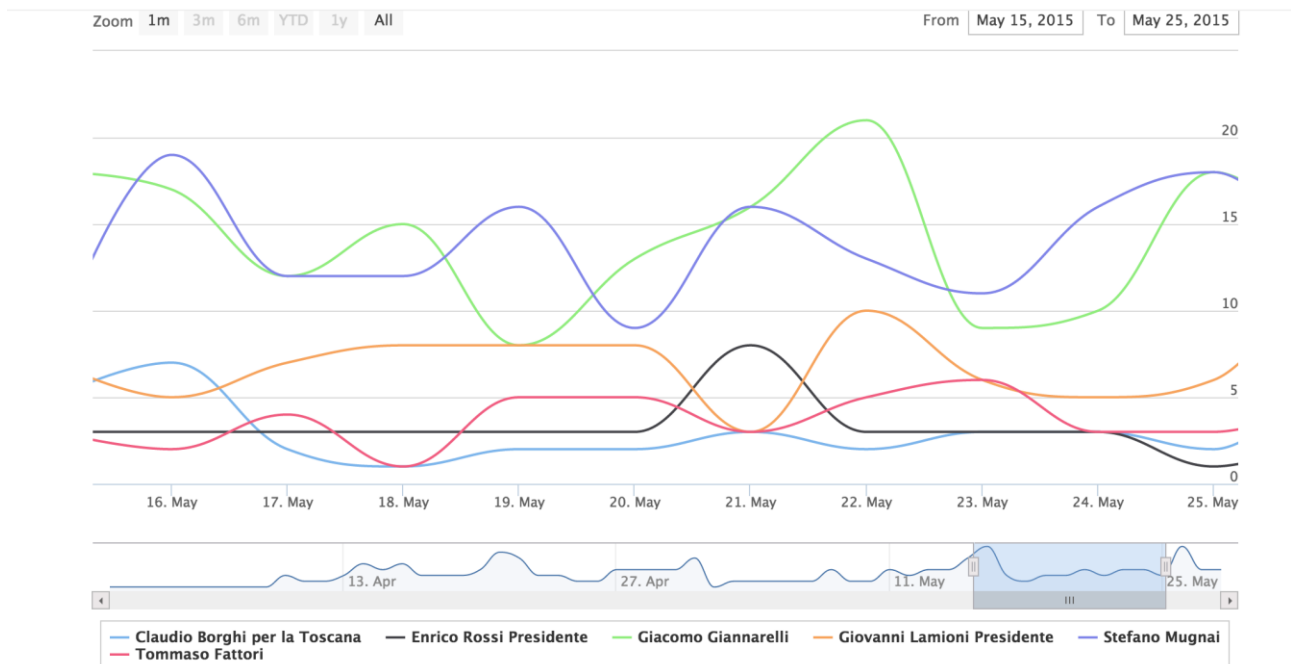
1.2 - I candidati Presidente su Facebook

Nel periodo di analisi che va dal 15 maggio al 25 maggio cambia qualcosa rispetto al precedente periodo analizzato. Il candidato Presidente più attivo risulta infatti essere Giacomo Giannarelli, candidato del M5S con un totale di 155 post. In particolare, si può notare un picco il 22 maggio in cui Giannarelli produce 21 post.

Un post del 16 maggio si fa notare invece per un buon coinvolgimento degli utenti quantificabile in 443 di "buzz", in cui ci sono 166 mi piace, 253 condivisioni e 24 commenti: si tratta di un video di denuncia riguardante lo spreco di soldi pubblici nella costruzione di un parcheggio a pagamento nel nuovo Ospedale di Pistoia. Questo post conferma il grande coinvolgimento degli utenti nei confronti dei contenuti multimediali come video o immagini e rimane in line con la strategia del M5S in cui la denuncia agli sprechi rimane un tema centrale.

Si attesta invece in seconda posizione, sebbene staccato di pochi post (ne produce 150), Stefano Mugnai, candidato di Forza Italia, che era risultato il candidato più attivo precedentemente. Il candidato meno attivo rimane invece Claudio Borghi della Lega Nord che totalizza 32 post. Il dato conferma un interesse basso del candidato nell'uso di Facebook rispetto invece a Twitter.

Figura 1.12 - Attività su Facebook dei candidati alla Presidenza della Regione Toscana



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Figura 1.13 – Il post con più buzz: Giacomo Giannarelli (16 maggio 2015)



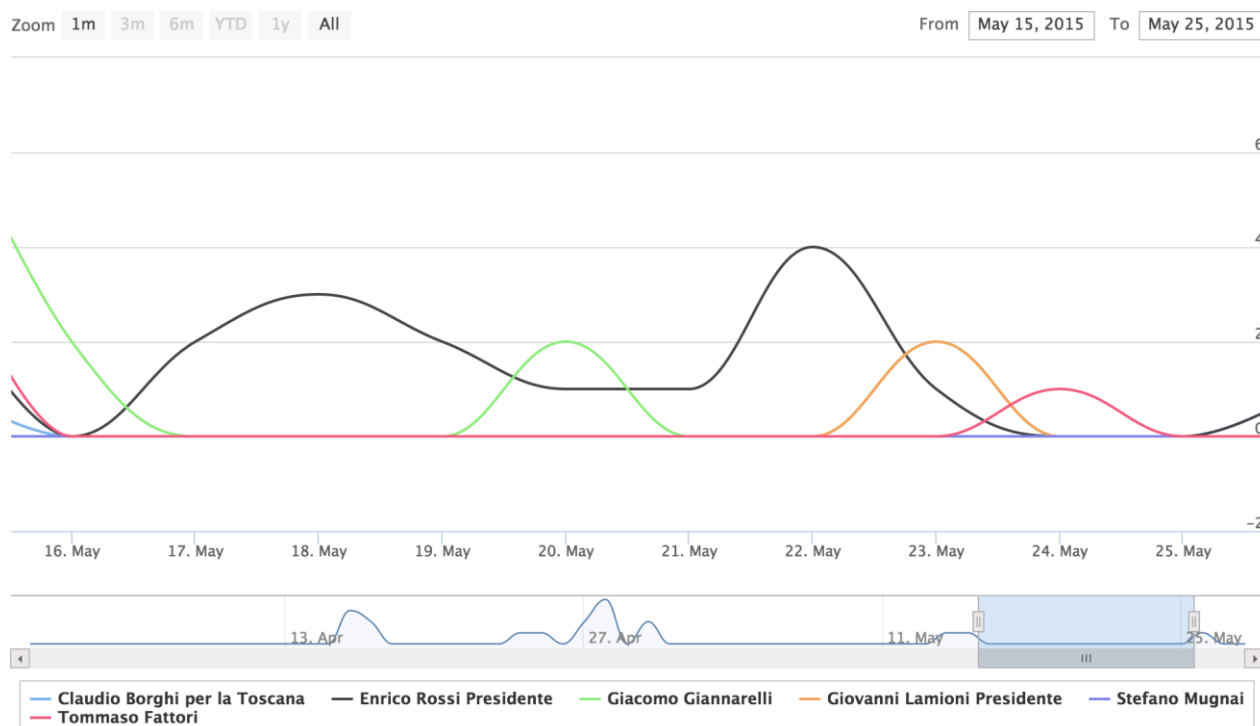
Interattività

Nello stesso periodo di tempo analizzato Enrico Rossi, candidato Presidente del Partito Democratico, si conferma il più interattivo. Il Presidente uscente, su un totale di 36 post produce un indice di interattività pari a 17. L'elemento che risalta immediatamente è il calo dell'interattività di Rossi; il dato ci dimostra che il candidato del PD rimane quello che alimenta la discussione in Facebook rispondendo agli utenti ma lo fa in misura nettamente minore rispetto all'inizio della campagna elettorale. Stefano Mugnai, invece, si attesta come candidato meno interattivo su Facebook nel periodo analizzato. Il dato dimostra la poca attitudine del candidato al coinvolgimento degli utenti nonostante il grande numero di post prodotti (150).



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Figura 1.14 - Interattività su Facebook dei candidati alla presidenza della Regione Toscana



Interessante l'analisi del post che si fa notare come uno dei più partecipati dagli utenti: si tratta di un post del 24 maggio che contiene un commento alla notizia del riconoscimento in Irlanda delle unioni civili tra persone dello stesso sesso completata da una citazione di Sant'Agostino riguardo l'amore. Il post raccoglie un indice di coinvolgimento totale di 5529 di cui 4065 mi piace, 394 condivisioni e 1070 commenti confermando il grande interesse degli elettori di centro sinistra circa il tema delle unioni civili tra omosessuali.



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Figura 1.15 - Post di Enrico Rossi (24 maggio 2015)



Condivisioni

La condivisione, rispetto al "mi piace", risulta "più costosa" per l'utente e rappresenta l'operazione con la quale un soggetto decide di condividere un contenuto con i propri amici di Facebook.

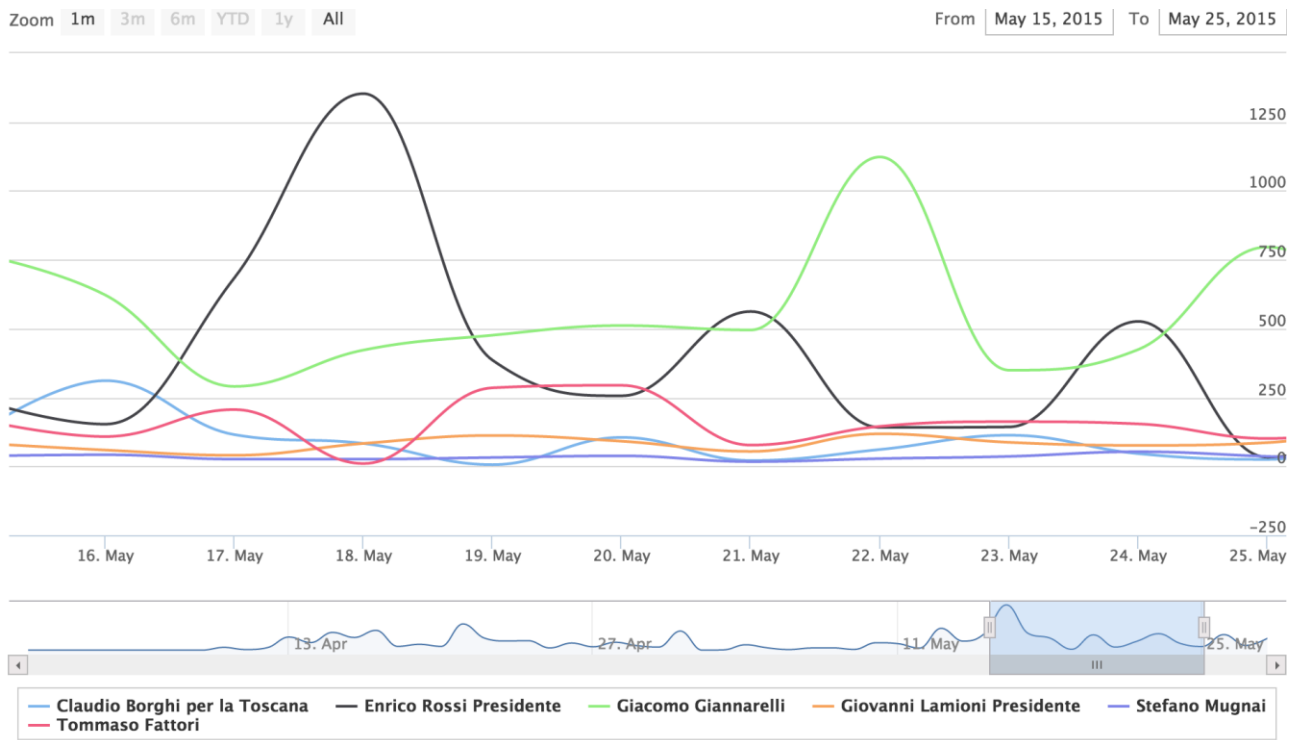
Il candidato che primeggia in questa speciale classifica è ancora una volta Giacomo Giannarelli che raccoglie un indice di condivisioni pari a 6186 su una base di fan di 4526 che, come abbiamo visto, è 20 volte inferiore rispetto a quella di Enrico Rossi. Rossi rimane il secondo candidato più condiviso e si fa notare per il picco giornaliero più alto in assoluto (1353 condivisioni).

In particolare, andando ad analizzare i post di Giannarelli, si può notare il giorno 22 maggio come picco di condivisioni (1122) a fronte di 21 post. È ancora una volta un contenuto multimediale, un video per l'esattezza, a suscitare il maggior numero di condivisioni (292) che risultano comunque un dato piuttosto basso se si considerano i picchi giornalieri di Enrico Rossi che si attesta a una media di condivisioni pari a 401 circa. Il post in questione contiene ancora una volta un video in cui questa volta si ricostruisce un confronto fra Giannarelli e Rossi sul programma e sulla sanità.



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Figura 1.16 - Condivisioni su Facebook dei candidati alla presidenza della Regione Toscana



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Figura 1.17 - Post di Giacomo Giannarelli (22 maggio 2015)



Stefano Mugnai resta anche in questo periodo di analisi il candidato meno condiviso esprimendo un indice pari a 365 a fronte di 155 post. Si conferma dunque la discrepanza tra il grande numero di post pubblicati e il basso dato di coinvolgimento di questi ultimi, nonostante Mugnai possieda la comunità di fan più grande dopo Enrico Rossi.

Media Commenti

Altro indice interessante risulta essere la media commenti che misura il rapporto tra numero di post e commenti ricevuti in un singolo giorno.

In questa speciale classifica Enrico Rossi si attesta ancora come il candidato con il dato più alto che si traduce in una media giornaliera di 160 commenti sui suoi post. Spicca in particolare un post del 17 maggio in cui il candidato riprende l'*hashtag* #25proposte che sta contraddistinguendo il suo programma durante la campagna elettorale. Questa volta si parla di microcredito alle imprese che riscuote 666 commenti e si dimostra altro tema molto partecipato per gli utenti.



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Figura 1.18 - Post di Enrico Rossi (17 maggio 2015)



The image shows a Facebook post by Enrico Rossi, President of the Democratic Party in Tuscany. The post features a large orange graphic with the text "#MicrocreditiToscani AIUTIAMO CHI VUOLE PROVARCÌ". The graphic includes icons of money, a thumbs up, and a "12/25" badge. Below the graphic is the profile picture and name of Enrico Rossi, along with the text "Politico · Piace a 96.592 persone · 17 maggio alle ore 13.39 · Modificato". The main text of the post reads: "#25proposte Aiuteremo imprese e aspiranti imprenditori con microcrediti. Un prestito a tasso zero da 5 a 15mila €, da restituire in sei anni. Inizieremo con 40mln di fondi UE. Attiveremo 4mila prestiti senza passare dalle banche. Aiutiamo chi vuole provarci #ToscanaCiSiamo <http://goo.gl/YrdGMP>". At the bottom, it shows "Piace a 955 persone · 666 commenti · 186 condivisioni" and three buttons: "Mi piace", "Commenta", and "Condividi".

Media dei Like

Come per la media commenti, la media *like* misura il rapporto tra post e “mi piace” ottenuti in un singolo giorno.

Enrico Rossi è ancora il candidato che presenta la più alta media liking e ciò dimostra che i suoi contenuti si rivelano molto graditi dagli utenti.

In particolare, si segnala ancora il post sulle unioni civili tra omosessuali in Irlanda a riscuotere il maggior numero di mi piace (4065) e quindi un tema non prettamente toscano ma che riguarda una issue nazionale e che risulta molto apprezzata dagli utenti.

Sempre Mugnai si distingue per la minore media liking e ciò dimostra che i suoi tanti post non riscuotono apprezzamento dagli utenti forse anche per l'uso di “diario di bordo” che continua ad adottare il candidato.



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Incrementi del numero di fan

Gli incrementi misurano gli aumenti dei “mi piace” alla pagina Facebook del candidato rispetto al giorno precedente.

Il candidato che fa registrare il maggiore incremento è, come nel periodo di analisi precedente, Giacomo Giannarelli che incassa il 16 maggio 188 mi piace in più rispetto al giorno precedente battendo di poco Tommaso Fattori che il 25 maggio fa registrare una crescita della sua pagina di 181 mi piace. Si conferma dunque la crescita del candidato del M5S ma si registra anche una ascesa interessante del candidato di SEL.

Maglia nera si conferma Stefano Mugnai che vede la sua pagina crescere a una media inferiore ai 10 mi piace confermando che non c'è una diretta relazione tra grande attività su Facebook e interazione e coinvolgimento degli utenti che riesce a produrre.

Conclusioni

Alla luce dei dati analizzati, si deve registrare una forte crescita di Giacomo Giannarelli nella seconda parte della campagna elettorale. Il candidato conferma il trend positivo del periodo di analisi precedente e infatti si fa notare come più attivo e anche come più condiviso, scalzando dal primo posto rispettivamente Stefano Mugnai ed Enrico Rossi.

La forte attività del candidato del M5S coincide anche con un forte incremento dei “mi piace” nella sua pagina Facebook mentre i suoi post, caratterizzati spesso da materiale multimediale, si confermano i più condivisi dagli utenti perché molto più “virali”.

Enrico Rossi si conferma invece il candidato più attento a stimolare il dibattito sulla rete. Rimane il candidato più interattivo in assoluto e raccoglie la più alta media commenti, segno che i suoi contenuti coinvolgono notevolmente gli utenti. In particolare, risulta molto interessante l'utilizzo dell'*hashtag* #25proposte per spiegare su Facebook i punti del suo programma elettorale e questo modo di comunicare è molto apprezzato visti i dati di coinvolgimento.

Stefano Mugnai non dimostra invece grossi cambiamenti nell'uso di Facebook rimanendo il candidato che meno riesce a coinvolgere gli utenti nonostante i tanti post prodotti. La media commenti pari a 0 è un dato particolarmente significativo sull'utilizzo del social come “diario di bordo”, che non risulta particolarmente gradito dagli utenti.

Infine, si deve registrare una diminuzione generale dell'attività di tutti i candidati nonostante la campagna elettorale stia per entrare verso la sua fase finale. Rossi attua una campagna di mantenimento della posizione di vantaggio che possiede su Facebook visti soprattutto il grande numero di mi piace sulla pagina e le grandi interazioni sui suoi post; gli “outsider” Giannarelli e Fattori, invece, attuano una campagna più aggressiva e che riscontra dati in costante crescita; in particolare, Giannarelli ricorre spesso a post che contengono diretti confronti tra le sue proposte e quelle del Presidente uscente.

Sezione redatta da: Roberta Bracciale, Fabiano Catania, Antonio Martella



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Sezione II – I candidati “Consiglieri”

2.1 L’attività social e le prospettive della seconda parte della ricerca su Twitter

Fra i post dei candidati possiamo trovare informazioni quantitative, ma anche osservare quali sono i *tweet* che hanno ricevuto maggior condivisione e maggiore interattività nel dialogo leader/follower. Passando ad un’analisi più qualitativa, possiamo entrare dentro le liste dei candidati e osservare non solo l’attivismo all’interno della stessa lista nei vari collegi, ma anche ricostruire alcune caratteristiche tematiche in una comparazione fra le liste concorrenti. Un tipo di analisi di cui segnaliamo anche lo specifico contesto territoriale del singolo candidato, rilevante per verificare se e quanto il singolo collegio contribuisca a modificare la produzione di *tweet*. La campagna elettorale sui social network può infatti assumere profili diversi in considerazione delle prospettive di reale competitività della lista, della competizione interna fra candidati, della personalizzazione micro a livello di singolo candidato o invece della personalizzazione macro con il richiamo al leader candidato Presidente o al leader nazionale. Inoltre, l’osservazione dei *tweet* continua a mettere in evidenza il largo impiego di riferimenti visivi, fotografie raffiguranti luoghi, persone, e i candidati stessi. La diversa distribuzione dei temi, dell’attivismo e dell’uso più o meno “cartellonistico-virtuale”, offre la possibilità di delineare tipologie di uso dei social network nelle campagne elettorali, e verificare quanto queste siano condivise all’interno delle liste e dei partiti, sempre assumendo come oggetti della rilevazioni i candidati stessi.

Iniziando da un breve aggiornamento sui dati relativi all’attivismo e alla condivisione, ancora secondo una prospettiva quantitativa, fra i soggetti più attivi, e che stimolano maggior dibattito troviamo Francesco Giusti (Lega Nord), candidato a Siena, con il suo maggior score di 91 *tweet* il 18 maggio, e Marco Mori (Democrazia diretta), candidato capolista nel collegio di Grosseto, il cui score massimo si registra il 23 maggio con 66 *tweet*. In particolare, Marco Mori continua a essere anche in questo periodo, come nel precedente, uno dei candidati più produttivi e più regolari nell’uso di Twitter. L’attività del candidato è spesso orientata a temi di politica nazionale, con una netta presa di distanza dall’operato del governo nazionale e locale. Fra i *tweet* che hanno ricevuto una maggior condivisione (figura n. 2.1), si segnala un intervento del 23 maggio su uno dei temi che orienta il dibattito politico a livello nazionale, che continua ad essere il “terreno di riflessione” social preferito da Mori, con la recente sentenza della Corte Costituzionale sulla incostituzionalità di alcuni degli aspetti della Legge Fornero sulle pensioni-

Figura 2.1 - Tweet di Marco Mori (23 maggio 2015)



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Candidati e liste: quali temi?

Se passiamo a monitorare i candidati che mantengono un elevato grado di attività e di condivisione all'interno delle singole, liste abbiamo la possibilità di osservare quanto i loro *tweet* siano ancorati alla politica di collegio, alla politica regionale o alla politica nazionale.

I candidati della Lega Nord

I tre candidati della Lega Nord- Toscana-Salvini che confermano un tasso di attività e di condivisione superiore ai loro compagni di partito sono Francesco Giusti, candidato a Siena, Susanna Ceccardi, candidata a Pisa, e Andrea Barabotti, candidato nel collegio di Firenze 1. Il candidato con score di attività più elevato, Francesco Giusti, ha ricevuto il maggior numero di condivisioni 18 maggio. Fra i temi più ricorrenti di quello che è un candidato fra i più social anche a livello regionale complessivo, troviamo *tweet* che riportano le attività e i pensieri del candidato Presidente della Toscana Claudio Borghi e le attività e i pensieri del leader nazionale Matteo Salvini. In merito alla condivisione, se fra i suoi *tweet* le "vicende senesi" sono presenti, tuttavia è la riproduzione dei *tweet* di Borghi e Salvini che produce un maggior impatto fra i suoi *follower*, come nel caso del *tweet* qui riportato, in cui sono presenti i temi mainstream della Lega a livello nazionale, quali l'immigrazione e la crisi economica (figura n. 2.2):

Figura 2.2 - Tweet di Matteo Salvini (18 maggio 2015)



I candidati del Partito Democratico

Per quanto riguarda il Pd, dove più serrata è la competizione per le preferenze e maggiore è il numero di candidati che corre effettivamente per entrare in Consiglio Regionale, possiamo rilevare un andamento con maggior omogeneità nell'attivismo social dei candidati, e, al tempo stessa, una minor varianza nei dati sulla condivisione dei *follower*. Per quanto riguarda i temi che i candidati del Pd riportano nei *tweet*, troviamo una maggior attenzione ai problemi locali del proprio collegio, ai temi "caldi" della campagna elettorale regionale, la sanità e il lavoro, oltre alla sempre presente dimensione nazionale. In più, nel Pd la tendenza è all'uso di Twitter come diario e racconto per immagini degli appuntamenti che hanno visto protagonisti i diversi candidati, il che se da una parte "racconta" il viaggio del candidato, dall'altra permette ai *follower* di "rivedersi" e sentirsi coinvolti nel "racconto" del candidato.

Fra i candidati più attivi troviamo Barbara Pinzuti, candidata a Grosseto, e Marco Niccolai, candidato a Pistoia. Per quanto invece riguarda i *retweet* l'andamento in parte cambia, con l'ingresso Ilaria Bugetti, candidata a Prato, Leonardo Marras, candidato a Grosseto, Nicola Ciolini, candidato a Prato, Alessandra Nardini, candidata a Pisa, e Stefania Saccardi, candidata a Firenze (1). Di seguito riportiamo tre esempi del tipo di comunicazione prevalente dei alcuni *tweet* fra i candidati sopra riportati.



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

I candidati del Pd affrontano temi legati all'economie locali, ai diversi settori di attività e interessi che corrispondono ai punti di forza o di criticità dei rispettivi territori. Molti dei candidati si distinguono per l'uso di Twitter nel consueto reportage fotografico, in cui non solo si riportano i temi e i luoghi, ma in cui il candidato viene ritratto testimonianza del rapporto diretto con le singole persone. Per una sintesi delle diverse tipologie di *tweet* si rimanda alla selezione qui di seguito riportata:

Figura 2.3 - Tweet di Ilaria Bugetti (24 maggio 2015)



Figura 2.4 - Tweet di Barbara Pinzuti (23 maggio 2015)



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Figura 2.5 - Tweet di Leonardo Marras (14 maggio 2015)

 **Leonardo Marras** @leonardo_marras · 14 mag
Stiamo dentro la [#riformasanitaria](#), ma pretendiamo omogeneità e rispetto degli standard qualitativi.

  2  1  

 **Leonardo Marras** @leonardo_marras · 14 mag
Interessanti contributi, sono in ascolto. Incontro sulla [#sanità](#) a [#Grosseto](#)



I candidati del M5S

Nel caso del Movimento Cinque Stelle la campagna elettorale su Twitter conferma come candidati più attivi Lucia Bardini, candidata Firenze (2), Andrea Quartini, candidato ad Arezzo, mentre per quanto riguarda le condivisioni troviamo Marcella Rubino, candidata a Firenze (1), e Alessandra Biagini, candidata a Firenze (1). Se si osservano i temi affrontati dai candidati, con i relativi *tweet*, possiamo osservare l'interesse verso due aree. La prima è quella della denuncia dei "costi della politica" e sul "malfunzionamento e clientelismo della politica". La seconda è l'attenzione al territorio, non solo su macro-temi, ma anche in riferimento a singoli problemi di quartiere, tale per cui il candidato spesso si caratterizza con una presenza di "attivista di base". Per una sintesi delle diverse tipologie di *tweet* si rimanda alla selezione qui di seguito riportata:



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](#).

Figura 2.6 - Tweet di Lucia Bardini (26 maggio 2015)



Figura 2.7 - Tweet di Marcella Rubino (13 maggio 2015)



I candidati di Forza Italia

Per quanto riguarda Forza Italia le tipologie tematiche di *tweet* risultano essere meno omogenee tra i diversi candidati. Da una ricostruzione dei temi si può infatti notare un'ampia dispersione dei temi: il diario delle iniziative locali, con immagini: i problemi legati ai singoli collegi elettorali; i *retweet* dei candidati di Stefano Mugnai, il candidato Presidente; i temi di politica nazionale; la leadership nazionale di Silvio Berlusconi. Forza Italia, seguendo l'andamento della campagna sui social network, sembra in questo senso procedere con una direzione molto micro-personalizzata, in cui ciascun candidato si dota di una linea politica particolare, seppur accomunata dal comune riferimento al vertice, specialmente nazionale.

Il candidato che in assoluto ha una maggiore attività social continua a essere Giorgio Silli, candidato a Prato, con ben 27 *tweet* nella giornata del 22 maggio, a cui seguono Eva Betti, candidata a Prato, Alessandra Cantini, candidata a Livorno, Luca Cuccu, candidato a Pisa, e poi tutti gli altri candidati con scarsa differenza in termini quantitativi. I candidati più attivi in questo caso risultano essere anche i candidati con il maggior numero di condivisioni, in particolar modo nel periodo osservato si segnala la



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

candidata Eva Betti, candidata a Prato Per una sintesi delle diverse tipologie di *tweet* si rimanda alla selezione qui di seguito riportata:

Figura 2.8 - Tweet di Eva Betti (25 maggio 2015)



Figura 2.9 - Tweet di Licia Ronzulli (24 maggio 2015)



I candidati di Sì – Toscana a Sinistra

Per quanto riguarda la lista a sostegno della candidatura di Tommaso Fattori, Sì – Toscana a Sinistra, l'attività social dei candidati appare in generale più contenuta rispetto ad altre formazioni politiche. Fra i candidati più attivi troviamo Francesco Cecchetti, candidato a Pisa, Francesco Paoletti, candidato a Prato, Francesca Di Marco, candidata a Firenze (1), Marco di Monte, candidato a Siena, ed Enrico Calossi,



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

candidato a Grosseto Il dato generalmente contenuto di produzione di *tweet* lascia comunque intravedere, anche per quanto riguarda le condivisioni, un ruolo social più attivo nei *retweet* di Francesco Cecchetti, in particolare il 22 di maggio, e di Francesca di Marco, in particolare il 23 di maggio. Per quanto riguarda i temi trattati troviamo un'ampia parte legata al lavoro, ai diritti, alla scuola, alla politica del candidato Presidente Tommaso Fattori, mentre per quanto riguarda la politica social dei candidati rimane sullo sfondo il ruolo dei leader nazionali. Per una sintesi delle diverse tipologie di *tweet* si rimanda alla selezione qui di seguito riportata:

Figura 2.10 - Tweet di Francesco Cecchetti (22 maggio 2015)



Figura 2.11 - Tweet di Francesca Di Marco (18 maggio 2015)



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

2.2 Uno sguardo d'insieme sul secondo periodo: i candidati Consiglieri su Facebook

Siamo arrivati alla chiusura di una campagna elettorale abbastanza “bipolare”, nel senso che si è giocata tra un livello estremamente “macro” – ovvero la riproposizione di temi e nazionali ed internazionali – ed estremamente “micro” – la proposizione della faccia dei candidati. In generale i social network anche in questa campagna sembrano rappresentare abbastanza bene la dimensione “pulviscolare” dello spazio pubblico italiano. L'effetto di questo tipo di media sulla partecipazione politica è di “disintermediazione”, ovvero di superamento delle organizzazioni di partito come “corpi intermedi” tra il candidato e l'elettore. Questo da un lato lascia nuovi spazi di libertà e di espressione, dall'altro facilita l'improvvisazione, il personalismo eccessivo, la mancanza di una razionalità politica dei programmi elettorali. I tradizionali partiti di massa facevano da mediatori tra la domanda dell'elettorato e le istituzioni, ma avevano anche una funzione di riduzione della complessità, quindi di filtraggio tra gli umori più particolaristici dell'elettorato.

I più attivi e condivisi

La lista dei più attivi non presenta grandi sorprese. Dal punto di vista dell'attività, per il periodo 14-27 maggio i più attivi su Facebook risultano Chiara Nesti e Francesco Giusti, entrambi candidati della Lega Nord, che si erano distinti anche nel periodo precedente, seguiti da Antonio Mazzeo (PD), Francesco Nocchi (PD) e Paolo Vaira (M5S). Il mero dato “quantitativo” dell'attività su Facebook non ci dice comunque tutto rispetto alla sua “qualità”. Infatti se si guarda al dato della condivisione dei post, indicativa di una certa “simpatia” riguardo i messaggi pubblicati, la classifica risulta diversa. Francesco Nocchi e Antonio Mazzeo risultano sempre molto condivisi (con un totale rispettivamente di 414 e 370 condivisioni nel periodo considerato), ma il top della classifica della condivisione è occupato dallo “strano caso” dell'Avv. Marco Mori, candidato della lista Democrazia Diretta. Mori ottiene un numero estremamente alto di condivisioni (1880) con la sua personale campagna sul tema della “perduta sovranità nazionale”. Andrea Barabotti (Lega Nord), Leonardo Marras (PD), Paola Baldelli (Lista Sì Toscana a Sinistra) seguono Mori nella classifica delle condivisioni. Molto condiviso risulta anche Giovanni Donzelli (Fratelli d'Italia).

Da questi dati non risulta tuttavia la “qualità” della campagna elettorale sui social di questi candidati. Infatti si può essere molto attivi, come la candidata della Lega Nord (con una media di circa 90 attività alla settimana) ed avere una condivisione o una media di *like* molto bassa. Questo si spiega in generale con una la sua comunicazione molto piatta, che spesso rappresenta una sorta di “megafono” passivo del leader nazionale (nel caso della Nesti, Salvini), con temi sono quasi tutti della agenda politica nazionale. I post e i *tweet* più condivisi riguardano spesso temi che hanno poco a che fare con la politica regionale: si parla di difesa dei confini, immigrazione, della riforma sulla scuola, tematiche tuttavia ripetute in maniera alquanto meccanica – “ri-twitattando” o “condividendo” su Facebook i commenti dei leader nazionali. Ci sono candidati invece attivi e condivisi, che mostrano anche sui social una campagna fatta anche di incontri con le specificità territoriali.

Candidati e liste: quali temi su Facebook?

Riportiamo adesso una serie di “esempi” che danno una idea di alcuni episodi salienti delle ultime due settimane.

I candidati della Lega Nord

I tre candidati della Lega Nord- Toscana-Salvini che confermano un tasso di attività e di condivisione superiore ai loro compagni di partito sono Francesco Giusti, candidato a Siena, Susanna Ceccardi, candidata a Pisa, e Andrea Barabotti, candidato nel collegio di Firenze 1. Il candidato con score di



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

condivisioni più elevato, Andrea Barabotti, ha ricevuto il maggior numero di condivisioni 27 maggio. Fra i temi più ricorrenti, troviamo post che riportano le attività e i pensieri del candidato Presidente della Toscana Claudio Borghi e le attività e i pensieri del leader nazionale Matteo Salvini. In merito alla condivisione, se fra i suoi post i temi locali sono presenti, tuttavia è la riproduzione dei i temi mainstream della Lega a livello nazionale, quali l'immigrazione, che riscuotono maggiore condivisione:

Figura 2.12 - Post di Andrea Barabotti (27 maggio 2015)

Andrea Barabotti
27 maggio alle ore 20.20 · 🌐

ENNESIMA BEFFA AGLI ITALIANI.
Immigrati messi in Hotel con Wi-fi e piscina si LAMENTANO del cibo, dei vestiti e della sistemazione. Questo E' RAZZISMO nei confronti di tanti italiani in difficoltà: VERGOGNA! #STOPInvasione #InsiemeperFirenze - Andrea Barabotti
(Servizio del programma "Dalla vostra parte")

Questi sono i vestiti c

DALLA VOSTRA PARTE IMMIGRATI, L'EUROPA CI PRENDE IN GIRO DA NOI HOTEL CON PISCINA. E PROTESTANO

5.690 visualizzazioni

Mi piace · Commenta · Condividi

👍 Piace a 115 persone. Commenti più in vista ▾

🔄 186 condivisioni

Il caso Donzelli-Storage-Tommasi

Il 25 maggio una certa eco nazionale ha suscitato l'azione di Giovanni Donzelli e Francesco Storage, segretario nazionale de La Destra e vicepresidente del Consiglio Regionale del Lazio, riguardo una iniziativa elettorale nel capoluogo toscano. I due esponenti politici si sono presentati con scope e strofinacci davanti ad un centro di accoglienza per immigrati (Fig. 2.14). "Ogni immigrato nei centri di accoglienza costa mille euro al mesi di soldi dei cittadini italiani. Per questo oggi siamo andati



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

simbolicamente ad uno di questi centri per chiedere a queste persone di contraccambiare all'accoglienza con dei lavori socialmente utili". Queste le motivazioni di Donzelli.

La questione ha attirato l'attenzione di Saverio Tommasi, attore, scrittore e blogger militante italiano molto conosciuto, che in un post molto condiviso (8.652 condivisioni e 12211 *like* ad oggi) ha criticato duramente l'azione di Donzelli e Storace (Fig. 2.13)

Figura 2.13 - Post di Saverio Tommasi



Saverio Tommasi

DUE OMINI PICCINI E UNA GRANDE FIGURA DI MERDA

Quello con la giacca e la scopa si chiama Francesco Storace, invece quello con la scopa e l'occhialino furbino è Giovanni Donzelli, candidato in Toscana con Fratelli d'Italia, il partito di quella che usa photoshop come se non ci fosse un domani.

Ieri tutti e quattro (le due scope più Francesco e Giovanni) sono andati in un centro profughi chiedendo ai responsabili del centro di far scendere i rifugiati in strada per farli pulire insieme a loro, i due grandi scopatori di fama internazionale (Storace e Donzelli).

Nessuno è sceso e il fantastico duo ha dichiarato: "Non c'è stato niente da fare, queste persone sono ospitate in questi centri e non fanno niente. Oggi abbiamo dimostrato che ci considerano il 'paese di Bengodi', perché nessuna di queste persone è disposta a lavorare".

Ora, premesso che se il mio compagno di lavoro dovesse essere Storace probabilmente non lavorerei neanche io, la storia è un po' diversa, molto diversa.

Donzelli e Storace sono andati in una delle sedi del progetto Sprar, che accoglie rifugiati con disagio mentale, prevalentemente persone che hanno subito gravissime torture e sono attualmente inserite in un progetto europeo di inclusione, con tipologie di attività che consentano loro un recupero fisico ma soprattutto psicologico. Si tratta, ad esempio, di persone a cui hanno ucciso la figlia di fronte agli occhi, oppure li hanno fatti assistere allo stupro della moglie, oppure il regime le torturava legate a una sedia e alzando con un cacciavite le unghie delle mani. Oppure, semplicemente, di persone che sono nate con un ritardo mentale.

Il teatrino della coppia Francesco Storace e Giovanni Donzelli di fronte a queste persone, ha raccontato l'assessora Funaro, ha provocato uno stato di agitazione e preoccupazione tra gli ospiti e i lavoratori della struttura. Uno degli ospiti ha avuto due forti crisi di agitazione psicomotoria e durante una di queste ha tentato addirittura di gettarsi dalla finestra.

Per questo, anche per questo io vi dico che non sarò mai un reporter super partes. Perché l'equidistanza è una menzogna raccontata da quelli che hanno qualcosa da nascondere. Io invece sarò sempre di parte, questa è la mia promessa. Sarò sempre dalla parte dei fragili, e perciò quasi sempre lontano dal potere, e il più vicino possibile alla verità.

PS. siano maledetti gli imbroglioni, gli scopatori e i razzisti.

Saverio Tommasi

Saverio Tommasi sostiene che Donzelli e Storace, pensando di andare in un centro di prima accoglienza profughi, sono andati in una delle sedi del progetto Sprar, che accoglie in particolare rifugiati con disagio mentale, prevalentemente persone che hanno subito gravissime torture e sono attualmente inserite in un progetto europeo di inclusione sociale finanziato dalla Comunità europea, di cui il Comune di Firenze è il capofila.



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Donzelli ha replicato (ottenendo 106 like e 48 condivisioni) nella maniera seguente (Fig. 2.14), ribadendo l'opportunità politica del suo operato.

Figura 2.14 - Post di Giovanni Donzelli



I candidati del Partito Democratico

Per quanto riguarda i temi che i candidati del Pd riportano sulle loro bacheche, troviamo una maggior attenzione ai problemi locali del proprio collegio, ai temi “caldi” della campagna elettorale regionale, la sanità e il lavoro, oltre alla sempre presente dimensione nazionale. Fra i candidati più attivi e condivisi troviamo Antonio Mazzeo, Francesco Nocchi e Leonardo Marras. Di seguito riportiamo tre esempi (Fig. 2.14, 2.15 e 2.16) del tipo di comunicazione prevalente dei alcuni post fra i candidati sopra riportati. I candidati del Pd affrontano temi legati all'economie locali, ai diversi settori di attività e interessi che corrispondono ai punti di forza o di criticità dei rispettivi territori.



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Figura 2.15 - Post di Leonardo Marras (27 maggio 2015)



Figura 2.16 - Post di Antonio Mazzeo (19 maggio 2015)



Figura 2.17 - Post di Francesco Nocchi (27 maggio 2015)



I candidati del M5S

Nel caso del Movimento Cinque Stelle i più attivi su Facebook sono Paolo Vaira, candidato a Massa Carrara e Celeste Rotondi, candidata a Firenze 4, mentre per quanto riguarda le condivisioni troviamo Nicola Ceravolo e Irene Pecchia, entrambi candidati a Livorno. Se si osservano i temi affrontati dai candidati, con i relativi *tweet*, possiamo osservare l'interesse verso due aree. La prima – ovviamente più prevedibile e attesa per il M5S – è quella della denuncia del “malfunzionamento e dei costi della politica”. La seconda è l'attenzione al territorio, non solo su macro-temi, ma anche in riferimento a singoli problemi locali. Per una sintesi delle diverse tipologie di post si rimanda alla selezione qui di seguito riportata (Fig. 2.18, 2.19 e 2.20):



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Figura 2.18 - Post di Paolo Vaira (27 maggio 2015)

Paolo Vaira tramite **L'Eco della Lunigiana**
27 maggio alle ore 22.20 · 🌐



Vaira, candidato 5 Stelle, punta sulla necessità di migliorare la mobilità in Lunigiana
Il candidato del Movimento Cinque Stelle Paolo Vaira in corsa per le regionali, spiega quanto sia importante una mobilità sostenibile per dare un futuro alla...
ECODELLALUNIGIANA.IT

Mi piace · Commenta · Condividi

👍 Piace a 5 persone.

🔗 12 condivisioni

Figura 2.19 - Post di Amelie Pecchia (28 maggio 2015)

Irene Amelie Pecchia
Ieri alle 9.57 · Modificato · 🌐

Dal Tirreno di oggi 28/05/2015 Cronaca di Livorno, la mia accusa a Giuliani per non aver coinvolto i cittadini su una delle scelte più importanti dello scenario futuro per la Val di Cornia...

GRILLINI SICURI DI ESSERE ELETTI E ANDARE AL BALLOTTAGGIO
I candidati M5S: «Basta con Rossi»
Si punta su partecipazione, sanità pubblica e risanamento del territorio



LIVORNO
Londra contro Rossi, e la sicurezza non solo di essere eletti, ma anche di portare il candidato governatore Giacomo Giannarelli al ballottaggio, con un appello agli elettori a esercitare il diritto di voto, mentre qualcuno punta su ostensionismo e disaffezione per bloccare il processo partecipativo.
I candidati del Movimento 5 Stelle al consiglio regionale della provincia di Livorno si sono presentati ieri mattina. Il nipotino Enrico Cantone si è levato assente, quindi la prima a parlare è stata Irene Pecchia, della Val di Cornia. Voglio dar voce a chi finora non ne ha avuta», ha dichiarato l'insegnante precaria di filosofia che punta sulla partecipazione alle decisioni e sulle scelte territoriali. «Un esempio di cose decise dall'alto a Piombino, dove non è stato possibile fare un'assemblea sull'accordo tra Lucchini e Cevital perché il sindaco Giuliani vuole farlo firmare prima delle elezioni per farne uno spot elettorale Pd».
Monica Pecori, tecnico di prevenzione Asl, è livornese, e parla di sanità, ricordando come la politica di Rossi nel campo non sia stata «affatto virtuosa» con i tagli del personale che hanno alla fine causato un impoverimento dei servizi, con le liste di attesa e altri problemi creati ad hoc che hanno dato il via alla privatizzazione di molte prestazioni. La nostra proposta per la sanità è semplice e a costo zero: basterà reinternalizzare i servizi, visto che svolti dai privati costano di più, e abolire spese e enti inutili, come le società della salute. E il va abolito ticket: la sanità la paghiamo già con le tasse».
Davide Capannari, system manager informatico di Rosignano, punta invece sull'ambiente, sia per Rosignano «che deve diventare Sst per poter accedere ai finanziamenti per la bonifica», ma anche per il resto della costa: «I tre pranzi di crisi economica toscani sono in quest'area, mentre il potere è altrove. Bene, è arrivato il momento di redistribuire potere e risorse, per sviluppare l'industria ma anche turismo e agricoltura, bonificando le zone inquinate».
Infine Nicola Ceravola, psicologo e ricercatore livornese, che nota come «oggi il problema principale sia il lavoro», ma aggiunge che è fondamentale «far capire come la responsabilità civile delle persone sia fondamentale per i cambiamenti della società». Quindi, aggiunge il candidato del M5S, anche la vista degli appalti per Porto 2000 e la Danubio Europa bisogna cambiare rispetto a una città «bloccata dagli interessi di pochi che speculano sul bene comune».

Mi piace · Commenta · Condividi · 👍 18 🗨️ 1 🔗 33



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Figura 2.20 - Post di Nicola Ceravolo (24 maggio 2015)



I candidati di Forza Italia

Per quanto riguarda Forza Italia si può notare una scarsa attività su Facebook, legata ad un'ampia dispersione dei temi: il diario delle iniziative locali, con immagini: i problemi legati ai singoli collegi elettorali; le condivisioni dei candidati di Stefano Mugnai, il candidato Presidente; i temi di politica nazionale; la leadership nazionale di Silvio Berlusconi. Forza Italia, seguendo l'andamento della campagna sui social network, sembra in questo senso procedere con una direzione molto micro-personalizzata, in cui ciascun candidato si dota di una linea politica particolare, seppur accomunata dal comune riferimento al vertice nazionale.

Il candidato più attivo lo troviamo solo al venticinquesimo posto ed è Marco Stella (Firenze 1), che risulta anche il più condiviso. Due esempi della sua campagna (Fig. 2.21 e 2.22).



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Figura 2.21 - Post di Marco Stella (25 maggio 2015)

Marco Stella
25 maggio alle ore 11.17 · 🌐

Basta ABUSIVISMO COMMERCIALE A FIRENZE!!
#votastella #forzaitalia #sicambia #regionalitoscana

Mi piace · Commenta · Condividi

👍 Piace a 34 persone. Commenti più in vista

➔ 1 condivisione

Figura 2.22 - Post di Marco Stella (26 maggio 2015)

Marco Stella
22 h · 🌐

Grazie al Presidente Berlusconi per aver creduto in me.
Vota Forza Italia
Vota Stella

Mi piace · Commenta · Condividi

👍 Piace a 580 persone. Commenti più in vista

➔ 3 condivisioni



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

I candidati di Sì – Toscana a Sinistra

Per quanto riguarda la lista a sostegno della candidatura di Tommaso Fattori, Sì – Toscana a Sinistra, fra i candidati più attivi e condivisi troviamo Paola Baldelli del collegio di Grosseto, Francesco Cecchetti e Dia Papa Demba, entrambi candidati a Pisa, Mauro Romanelli, candidato a Firenze 1. Per quanto riguarda i temi trattati troviamo un'ampia parte legata al lavoro, ai diritti, alla scuola, alla politica del candidato Presidente Tommaso Fattori, mentre per quanto riguarda la politica social dei candidati rimane sullo sfondo il ruolo dei leader nazionali (con la sola eccezione della conferenza stampa tenuta a Pisa da Nichi Vendola). Per alcuni esempi delle diverse tipologie di post si rimanda alla selezione qui di seguito riportata:

Figura 2.23 - Post di Dia Papa Demba (24 maggio 2015)



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Figura 2.4 - Post di Francesco Cecchetti (28 maggio 2015)



Francesco Cecchetti

Ieri alle 11.27 · Modificato ·

Una mia intervista oggi sulla Nazione, dove spiego le mie idee per la nostra provincia e la nostra regione #Pisati impegna



Mi piace · Commenta · Condividi

👍 Piace a Alessandro Valenza, Giovanni Capuzzi, Lorenzo Del Zoppo e altri 13.

➦ 18 condivisioni



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Figura 2.25 - Post di Mauro Romanelli

Mauro Romanelli
22 ore fa · 🌐

DEQUALIFICARE LA PROFESSIONALITA' DELLE GUIDE TURISTICHE E' UN SUICIDIO PER FIRENZE E LA TOSCANA E TOGLIE VALORE AL NOSTRO PATRIMONIO CULTURALE.
SU QUESTO TEMA CONTINUEREMO A DARE BATTAGLIA IN CONSIGLIO REGIONALE.

Uno dei temi che ho seguito negli ultimi mesi in Consiglio Regionale è quello legato al tentativo legislativo, a seguito di una normativa europea, di consentire l'esercizio del mestiere di Guida Turistica sul nostro territorio anche con titoli molto scadenti, acquis... Altro...



Mi piace · Commenta · Condividi

👍 Piace a 64 persone. Commenti più in vista -

➦ 1 condivisione

Figura 2.26 - Post di Paola Baldelli (26 maggio 2015)

Paola Baldelli
26 maggio alle ore 9.20 · 🌐

#RIFIUTI FORUM AMBIENTALISTA CONTRO ATO E SEI
"Il Comune di Grosseto spende ogni anno un totale di 1.085.000 euro per la valorizzazione e incassa 484.000 euro di contributi. Ossia: si spende più per portare i rifiuti differenziati negli impianti idonei rispetto a quanto s'incassa d'incentivi. "
SI TOSCANA A SINISTRA CON TOMMASO FATTORI PRESIDENTE
Insieme si può , c'e un'alternativa...
Continua a leggere



Mi piace · Commenta · Condividi



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

2.3 Temi e trovate trasversali: il Selfie e i gatti

Molte bacheche di candidati attivissimi e con alte percentuali di condivisione presentano emblematicamente l'immane "selfie" con il leader nazionale di turno. L'identità del candidato locale è rappresentata come una emanazione del *Self* della personalità nazionale di riferimento (Salvini va per la maggiore, ma anche Renzi non scherza, seguito da altre figure nazionali). Comunque il record assoluto di Selfie (o foto ritratto) con i *leader* nazionali va ad Antonio Mazzeo (figg. 2.29-2.32).

Figura 2.27 - Gianni Cuperlo e Francesco Nocchi



Figura 2.28 - Giovanni Donzelli, Giorgia Meloni e Claudio Borghi



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Figura 2.29 - Post di Antonio Mazzeo (6 maggio 2015)



Figura 2.30 - Deborah Serracchiani e Antonio Mazzeo



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Figura 2.31 - Post di Antonio Mazzeo (8 maggio 2015)



Figura 2.32 - Post di Antonio Mazzeo (24 maggio 2015)



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Figura 2.33- Chiara Nesti e Matteo Salvini



Cats therapy

Come tutte le ricerche confermano, i gatti sono tra i soggetti che riscuotono maggiore successo di condivisione su Facebook (anche più dei cani), al pari delle foto sui familiari e delle vacanze. I candidati non potevano ignorare questa elementare realtà evidente a chiunque navighi su Facebook. Simpatica la trovata di Francesco Nocchi, che sfrutta la popolarità dei gatti su Facebook. Nocchi impegnandosi per i gattili Onlus – realtà molto presenti e attive sui social – ha indubbiamente centrato un argomento popolare. Infatti il suo post ha avuto un discreto successo di condivisioni (32 like, 6 condivisioni: non alto come valore assoluto ma il più alto della giornata).

Figura 2.34 - Post di Giovanni Donzelli (27 maggio 2015)



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Figura 2.35 - Post di Francesco Nocchi



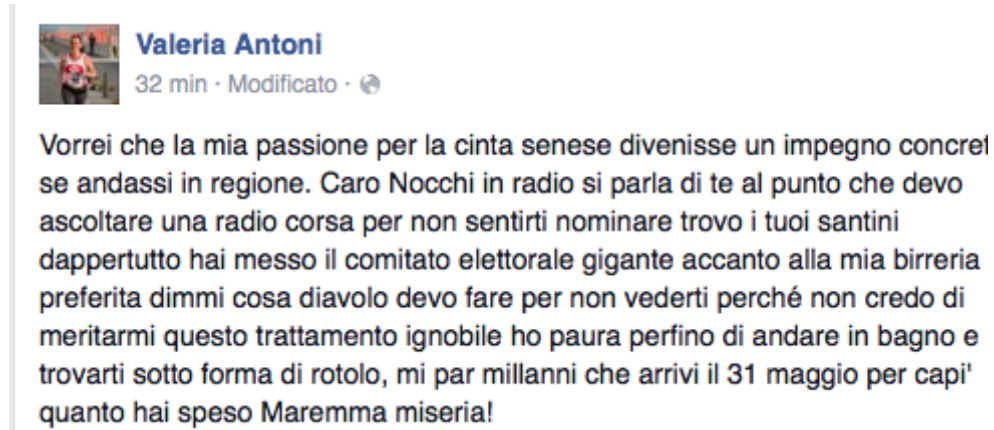
Figura 2.36 - Post di Francesco Nocchi



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Non manca chi ha ironizzato sull'efficacia della campagna di Nocchi, fuori e dentro i Social Network. Valeria Antoni, consigliera comunale a Pisa del M5S, nonché candidata a sindaco alle scorse elezioni amministrative, ha commentato così, condividendo il post di Nocchi dei gatti su Facebook (fig. 2.37):

Figura 2.37 - Post di Valeria Antoni



Sezione redatta da: Lorenzo Viviani (Twitter) e Vincenzo Mele (Facebook) con la collaborazione di Enrico Campo e Andrea Croce.



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Sezione III – I Partiti politici

A distanza di tre settimane dall'avvio del monitoraggio sull'utilizzo che partiti, movimenti e liste fanno dei nuovi social media, i dati emersi offrono diversi spunti per una prima riflessione. Come rilevato nel primo rapporto, tutti i principali attori che partecipano alle elezioni regionali hanno un profilo Facebook: ciò non implica, tuttavia, che questo strumento sia stato effettivamente utilizzato durante la campagna elettorale; così come non sempre i post pubblicati sulle pagine dei partiti hanno ricevuto particolare attenzione da parte degli utenti di questo social media.

3.1 – I Partiti su Twitter

Per quanto riguarda Twitter, nonostante sia impossibile riscontrare alcuna specifica linea di tendenza, nell'intero arco temporale gli attori politici più attivi (per numero di *tweet*) sono stati il Movimento 5 Stelle, il PD e la Lega Nord; Buongiorno Toscana e Fratelli d'Italia Toscana sono invece rimasti totalmente inattivi. A differenza delle altre liste – meno attive su Twitter nel corso dell'ultima settimana di campagna elettorale – Forza Italia ha impiegato maggiormente questo strumento tra il 22 e il 27 Maggio. Rimane difficilmente comprensibile la scelta, operata dalla lista Sì Toscana a Sinistra, di non essere presente su Twitter: neppure i principali partiti che compongono la lista (SEL e Prc), del resto, hanno fatto un utilizzo continuativo e “massiccio” di questo social media. Come già emerso nel primo rapporto, il M5S è anche di gran lunga l'attore più “popolare” in base all'indice “buzz” (che somma i *tweet* “preferiti”, quelli “retweettati” e i “reply”), seguito a distanza dalla Lega Nord e dal PD.

Questa situazione si ripresenta se si considera il livello di condivisione dei *tweet*. Infatti i numeri relativi ai *tweet* del M5S *retweettati* dai *follower* sono nettamente superiori rispetto a tutti gli altri attori (ben 244 *retweet* nella prima settimana). Tuttavia tutti i partiti, movimenti e liste dimostrano una nulla propensione all'interattività con gli utenti, ossia non vi sono dati significativi relativi al numero di reply ai commenti ricevuti.

3.2 – I Partiti su Facebook

Del tutto inattivi Forza Italia e Nuovo Centrodestra, che non hanno pubblicato alcun post; praticamente inattiva anche la lista Buongiorno Toscana, con un solo post pubblicato. Il partito più votato in regione, il PD, ha usato sporadicamente Facebook (una media di 6 post settimanali): il post che ha riscosso più successo (indice *buzz* pari a 77) è stato quello che pubblicizzava la chiusura della campagna elettorale di Enrico Rossi, alla presenza del capo del governo, Matteo Renzi. Anche SEL Toscana, che a queste elezioni non si presenta in coalizione col PD, non ha mostrato di dedicare particolare attenzione alla propria pagina Facebook quale mezzo per la campagna elettorale (7 post settimanali, in media): anche in questo caso il *buzz* più alto è legato all'incontro tra il candidato alla presidenza della Regione, Tommaso Fattori, e il leader nazionale Nichi Vendola. Più in generale, il Movimento 5 Stelle è l'attore politico che ha impiegato con maggiore intensità e regolarità Facebook nell'arco del periodo (in media 41 post settimanali): il post più apprezzato, condiviso e commentato nel corso dell'ultima settimana ha avuto ad oggetto una questione locale, vale a dire un esposto del M5S sulla gestione del trasporto marittimo per l'Isola d'Elba. Molto attiva (ma poco seguita, nel complesso) la lista Il Popolo Toscano. Anche la lista Sì Toscana a Sinistra, Prc Toscana, Fratelli d'Italia, Lega Nord si sono avvalsi dello strumento in modo continuativo. Mentre le due sigle della sinistra hanno raccolto maggiori consensi – in termini di “like”, “share” e “comment” – in relazione a post aventi ad oggetto il programma elettorale, gli interventi del candidato alla presidenza e gli appuntamenti della campagna elettorale, i due partiti di estrema destra hanno riscosso più attenzione intorno a tematiche nazionali (dalla propaganda a favore



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

della famiglia tradizionale alle proteste contro l'IMU in agricoltura; al dibattito intorno ai campi rom). In particolare, la visita in diverse città toscane del segretario nazionale della Lega Nord, Matteo Salvini, e le proteste nei suoi confronti sono state oggetto di interesse da parte di quei cittadini che, su Facebook, seguono la pagina della sezione toscana del partito.

Sezione redatta da: Massimiliano Andretta, Eugenio Pizzimenti e Alessandro Albertini



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Credits

Dati prodotti nell'ambito dell'iniziativa di analisi della comunicazione politica sui Social Media in occasione delle elezioni politiche regionali in Toscana del 2015, cui hanno partecipato: [Il Tirreno](#), [gli istituti di Informatica e Telematica](#) e [di Linguistica Computazionale](#) del CNR di Pisa, il [Dipartimento di Scienze Politiche dell'Università di Pisa](#) e [WEVO srl](#).

Attribuzione Sezioni Report

Il report è frutto di un lavoro di elaborazione comune del team di ricerca dell'Osservatorio di Comunicazione Politica del Dipartimento di Scienze Politiche dell'Università di Pisa.

In particolare, la sezione I, sui candidati Presidente, è stata redatta da Roberta Bracciale, Fabiano Catania, Antonio Martella; la sezione II, sui candidati Consigliere, è stata redatta da Lorenzo Viviani (Twitter) e Vincenzo Mele (Facebook) con la collaborazione di Enrico Campo e Andrea Croce; la sezione III, sui Partiti è stata redatta da Massimiliano Andretta, Eugenio Pizzimenti e Alessandro Albertini.



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](#).