POLITECNICO DI TORINO

**COMUNICATO STAMPA**

# I POLITICI SU INSTAGRAM E LE ELEZIONI EUROPEE DEL 2019

*In una ricerca del Politecnico di Torino le tendenze e le caratteristiche di un dibattito politico sempre più virtuale*

***Torino, 5 giugno 2019*** – Lo spostamento online del dibattito politico e delle campagne elettorali è un fenomeno ormai ampiamente consolidato, che coinvolge porzioni sempre più consistenti di elettori. I social network consentono infatti a personalità e aziende di comunicare direttamente con il pubblico senza il filtro dei media tradizionali, e le persone si affidano ai social network per tenersi aggiornati e informarsi in vista del voto.

I ricercatori **Centro SmartData@PoliTO del Politecnico di Torino**, in collaborazione con i colleghi **dell'Università Federale di Minas Gerais** grazie ad un progetto finanziato dalla Compagnia di San Paolo, hanno realizzato uno studio sulle **interazioni tra influencer e utenti su Instagram monitorando in particolare le consultazioni elettorali europee**. Lo studio prende in considerazione un canale – Instagram appunto – che è sempre più diffuso e si rivolge a un pubblico piuttosto giovane e che solo recentemente ha cominciato ad essere preso in considerazione per la propaganda e discussione politica. I ricercatori si sono concentrati sul confronto dell'uso di questo strumento da parte di politici in Italia, Germania e Francia, nel periodo precedente e successivo alle elezioni europee del 2019. Per l'analisi è stata monitorata in modo aggregato l'attività di decine di migliaia di profili di influencer su Instagram, prendendo in considerazione diverse categorie: politica, musica, sport e spettacolo.

I **risultati** mostrano che il numero di post di politici nell'approssimarsi delle elezioni sia cresciuto fino a tre volte, per poi tornare ai valori pre campagna elettorale subito dopo. Non si osserva invece una corrispondente crescita nei commenti degli utenti che rimane costante anche durante la campagna elettorale. Si vede invece come i politici e gli utenti interagiscano in modo molto diverso rispetto alle altre categorie di influencer: in primo luogo, i post dei politici collezionano più commenti rispetto a post relativi a musica, film ed eventi sportivi. Secondo, la maggior parte dei commenti verso post di politici proviene da un ristrettissimo gruppo di utenti molto attivi, e solo occasionalmente un follower inserisce più commenti. I commenti verso i politici, poi, sono lunghi il doppio dei commenti verso le altre categorie. Infine, il numero di risposte a commenti precedenti è superiore per i post di politici. Tutto questo riflette un dibattito politico vivace, anche se polarizzato da pochi.

Anche il confronto tra il comportamento della rete rispetto ai diversi partiti politici evidenzia ampie differenze. Ad esempio, i profili e follower della Lega generano 3-5 volte più post e 10-20 volte più commenti rispetto ad altri gruppi politici. Il grafo delle interazioni su Instagram mostra il dominio di pochi profili che monopolizzano i commenti. Mentre PD e M5S hanno diversi influencer che attraggono l'interazione degli utenti, la Lega e FdI sono monopolizzate dai profili dei loro leader.

I risultati dell'analisi di questa grande mole di dati sono resi disponibili con aggiornamenti quotidiani sul sito del progetto.

RELAZIONI CON I MEDIA - POLITECNICO DI TORINO
Resp. Elena Foglia Franke, Marzia Brandolese, Silvia Brannetti - tel. +390115646286 – relazioni.media@polito.it
Facebook: http://www.facebook.com/politecnicotorino - Twitter: @poliTOnews