INSTANT PAPER

I due Matteo alla ricerca di una nuova leadership

L'anno online di Salvini e Renzi

di **Domenico Giordano**

Indice

Una rapida panoramica 3

Il mood degli ultimi 12 mesi 7

Il primo trimestre: da ottobre a dicembre 2020 9

Un 2021 che inizia con i botti 14

Bentornata primavera 19

L'autogrill delle spie 21

L'estate di Renzi e Salvini, dal tiro a giro agli ori olimpici 23

Ottobre a tutto Zan 27

Conclusioni 28

L'anno online di Salvini e Renzi

Una rapida panoramica

Matteo Salvini e Matteo Renzi. Milanese, 48 anni, capo della Lega post – secessionista e ministro in bermuda il primo; 46 anni, fiorentino, con le primarie è riuscito a scalare il Partito Democratico prima di abbandonarlo per fondare Italia Viva il secondo.

Due parabole politiche assai diverse, per storia, linguaggio e comportamenti, due percorsi che per lungo tempo hanno vissuto di una reciproca conflittualità utile a entrambi, eppure dopo alcuni rovesci che sembravano aver affossato o azzoppato luminose carriere politiche, adesso **i due Matteo** sono faticosamente alla ricerca di una **nuova leadership** nel sistema politico italiano.

Renzi e Salvini ovvero Matteo e Matteo, tanto diversi quanto simili quindi, tanto incompatibili quanto interdipendenti, si raccontano e si presentano come lo **yin** e lo **yang** dell'ultimo decennio, ma tutti e due, ancora oggi, hanno in comune una qualità rara che appartiene forse solo a veri leader, o comunque in maniera evidente a quelli che hanno saputo sfruttare al massimo le opportunità della transizione digitale della politica: l'**essere divisivi** più che inclusivi, avere e conservare la **capacità** di **polarizzare le discussioni** in un secondo piuttosto che narcotizzarle. Su questo, i due Matteo sono gemelli in competizione, uniti dallo stesso destino perché nessuno dei leader italiani che si contende con loro la scena è astuto e bravo come il fiorentino e il milanese a infiammare in un nulla il dibattito pubblico.

Nessuno come Salvini e Renzi ha lavorato in questi anni sulle piattaforme social con una precisa strategia, vuoi finalizzata a generare partecipazione e consenso sui posizionamenti giornalieri, come nel caso del segretario leghista, vuoi a indirizzare e condizionare in un verso o nell'altro l'agenda del dibattito politico nazionale, come nel caso dell'ex rottamatore toscano.

Negli **ultimi dodici mesi**, dal 1° ottobre 2020 al 31 ottobre 2021, Matteo Salvini e Matteo Renzi

	Fans	Engagement	Post interaction	Total Reactions, Comments, Shares	Number of posts	Number of Comments (total)	Page Performance Index	Follower Growth Average Weekly (in %)	Number of Likes	Sum of total impressions of single posts	Posts per day	Sum of reach of single posts
Matteo Renzi	1.1M	1.3%	0.96%	5.6M	517	2.2M	9.0%	-0.077%	2.5M	n/a	1.3	n/a
Matteo Salvini	4.6M	5.6%	0.55%	99.1M	4.0k	17.5M	35%	0.097%	57.1M	n/a	10	n/a
Average	**2.9M**	**3.4%**	**0.76%**	**52.3M**	**2.2k**	**9.8M**	**22%**	**0.0100%**	**29.8M**	**n/a**	**5.7**	**n/a**

	Fans	Engagement	Post interaction	Total Reactions, Comments, Shares	Number of posts	Number of Comments (total)	Page Performance Index	Follower Growth Average Weekly (in %)	Number of Likes	Sum of total impressions of single posts	Posts per day	Sum of reach of single posts
Matteo Renzi	3.3M	0.072%	0.023%	959k	1.4k	n/a	4.0%	-0.027%	796k	n/a	3.5	n/a
Matteo Salvini	1.4M	0.92%	0.077%	5.0M	4.8k	n/a	37%	0.12%	4.3M	n/a	12	n/a
Average	**2.4M**	**0.50%**	**0.050%**	**3.0M**	**3.1k**	**n/a**	**21%**	**0.046%**	**2.6M**	**n/a**	**7.8**	**n/a**

hanno confermato, qualora ci fossero ancora dubbi in proposito, di appartenere al ristretto **club** dei **platform leader italiani**, un circolo assai esclusivo nel quale siedono anche Giorgia Meloni, Giuseppe Conte e Luigi Di Maio. Una conferma che arriva oltremodo ripercorrendo a ritroso l'anno social dei due *capitani* e dalla rapida lettura di qualche macro-dato che ci restituisce plasticamente la forza di entrambi.

Negli ultimi 12 mesi la fanpage di Matteo Salvini ha incassato 99 milioni di interazioni

Sulla fanpage **Facebook** Matteo **Salvini** ha raccolto più di **99 milioni** di **interazioni**, oltre **57 milioni di like** e **17 milioni e mezzo** di **commenti**, con una media di pubblicazione di 10 post al giorno. Renzi, che ha una fanbase più ristretta rispetto all'altro Matteo, per la precisione 1.104.852 contro i 4.636.111, ha comunque totalizzato più di **2 milioni**

di **commenti** e **2 milioni e mezzo** di **like** sui **517 post** pubblicati in pagina negli ultimi dodici mesi. Se passiamo da Facebook a **Twitter** il rapporto di forza tra i due fandom si ribalta, tanto che sulla piattaforma di Jack Dorsey, Matteo Renzi ha una platea di **3 milioni** e 300 mila **follower** rispetto al milione e 400 mila che seguono invece il profilo di Salvini. Eppure, la bulimia di pubblicazione, spinta in buona parte dalla forza propulsiva delle bestioline salviniane, porta il numero totale delle **interazioni** a **5 milioni** per **Salvini** contro i **959 mila** fatto registrare da **Renzi**. Su Twitter **Renzi** riesce a essere più prolifico nelle pubblicazioni rispetto a Facebook, infatti la media giornaliera di pubblicazione è di **3.5 tweet** per una somma annuale di **1.400 tweet**, mentre **Salvini** supera addirittura la media di Facebook postando **12 volte in un giorno** e arrivando alla soglia di **4.800 tweet** negli ultimi dodici mesi.

	Fans	Engagement	Post interaction	Total Reactions, Comments, Shares	Number of posts	Number of Comments (total)	Page Performance Index	Follower Growth Average Weekly (in %)	Number of Likes	Sum of total impressions of single posts	Posts per day	Sum of reach of single posts
Matteo Renzi	245k	1.7%	1.6%	1.7M	412	283k	5.0%	-0.018%	1.4M	n/a	1.0	n/a
Matteo Salvini	2.3M	9.6%	1.5%	87.9M	2.5k	4.5M	11%	-0.0095%	83.4M	n/a	6.4	n/a
Average	**1.3M**	**5.7%**	**1.6%**	**44.8M**	**1.5k**	**2.4M**	**8.0%**	**-0.014%**	**42.4M**	**n/a**	**3.7**	**n/a**

Da ottobre 2020 ad ottobre 2021 il profilo Instagram di Matteo Renzi ha ottenuto 1.700.000 reazioni

Il rapporto di forza tra i due Matteo non cambia neanche saltando da Twitter a **Instagram** dove Salvini si attacca sul petto la medaglia di circa **88 milioni** di **interazioni** totali e la bellezza di **83 milioni di like**, un'enormità pure di fronte ai totali che si incasellano nel profilo di Renzi che di like ne porta a casa comunque **un milione e quattrocentomila**.

Certo è che l'efficacia dell'azione politica di un platform leader non si esaurisce nella conquista di vagonate di metriche di vanità, però è fuor di dubbio che queste, soprattutto nelle dimensioni

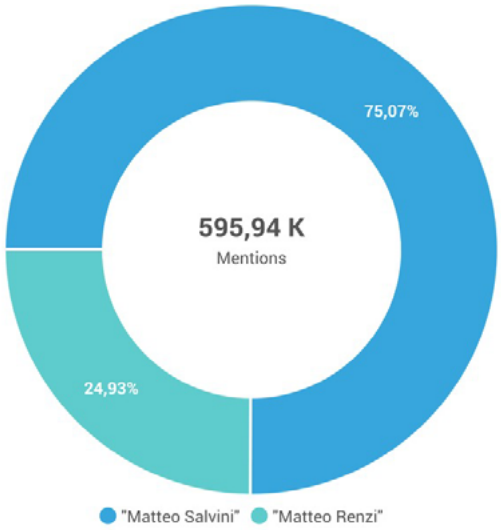
raccolte da Salvini, possano creare in tanti avversari e competitor interni una profonda frustrazione, un senso di smarrimento per non essere poi anch'essi così tanto popolari.

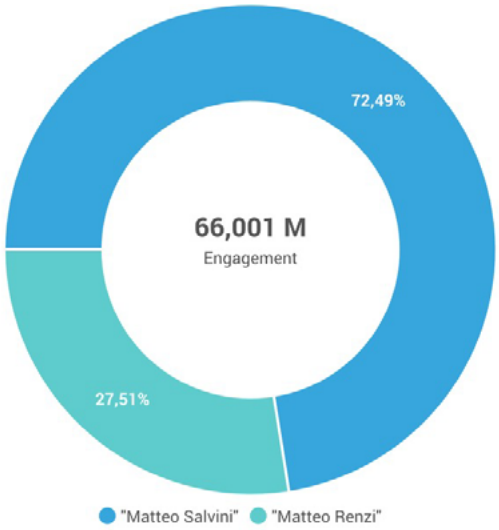
La distanza siderale dall'**Everest dei like** di **Salvini** rispetto alle altezze collinari degli altri politici può portare quest'ultimi a un inconfessato logoramento di credibilità e reputazione per la presunta disattenzione verso i contenuti da parte degli utenti.

È già questo, per certi aspetti, un risultato da non sottovalutare che i social leader possono spendersi.

Se prendiamo un grandangolo per ampliare il contesto digitale da fotografare alla rete nella sua totalità e non solo alla presenza sulle piattaforme social, la lettura delle due torte ci fornisce la dimensione reale del presidio del web detenuto dai due leader della Lega e di Italia Viva.

Da ottobre 2020 a ottobre di quest'anno, Salvini e Renzi hanno raccolto in due **595.940 menzioni** che hanno generato un **engagement** di poco superiore ai **66 milioni**. Nella ripartizione delle menzioni e dell'engagement il rapporto di forza tra i due è sempre di un terzo a favore di Salvini che ottiene 447.360 menzioni e una quota di engagement di poco inferiore ai 47 milioni, a dispetto di Renzi, che si ferma -si fa per dire- a 148.590 menzioni, con una fetta di engagement di poco superiore ai 18 milioni.





Il mood degli ultimi 12 mesi

È stato decisamente un anno intenso per la politica italiana e non poteva esserlo diversamente anche per i due leader quarantenni, un anno cominciato con il nuovo lockdown d'autunno e l'esplosione della seconda ondata di contagi che ha costretto nuovamente dopo la prima iniziale riapertura estiva a chiudere tutto, dalle scuole alle attività commerciali.

Salvini e Renzi hanno totalizzato in due circa 600.000 menzioni online in un solo anno

L'arrivo del **vaccino**, l'organizzazione della **campagna** di vaccinazione di **massa** e, sullo sfondo, la gestione dei fondi del **Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza**, a cavallo tra il 2020 e il 2021, invece che accendere gli entusiasmi e la speranza hanno funzionato da benzina sul fuoco per la politica italiana tanto da portare alla clamorosa defenestrazione di **Giuseppe Conte** da Palazzo Chigi e l'arrivo del nuovo inquilino, l'ex presidente della BCE **Mario Draghi**.

Una sostituzione che ha di clamoroso unicamente perché Conte è stato costretto a fare un passo indietro **dopo 19 mesi alla guida del Paese** e nel momento in cui per un italiano su tre era ancora

un leader forte e un presidente ampiamente apprezzato per la gestione dell'anno pandemico.

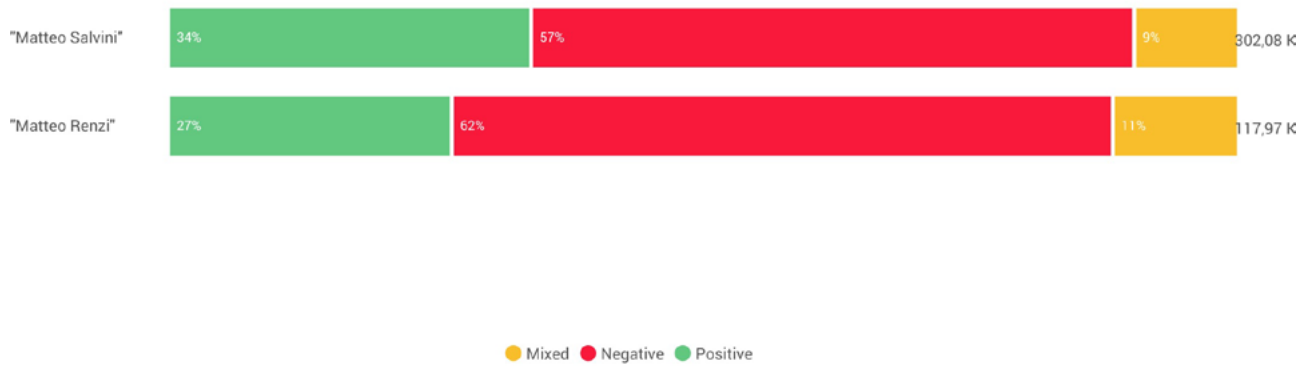
La media annuale del sentiment online per Matteo Salvini è stata del 34% positiva. Quella di Renzi si è fermata al 27%.

Superato lo scoglio della crisi di governo ci si è lanciati in corsa a discutere di **Francesco Figliuolo**, il generale in mimetica, nominato da Margio Draghi commissario straordinario, in sostituzione di Domenico Arcuri, per pianificare l'organizzazione della campagna di vaccinazione; dell'**obbligatorietà del vaccino** e, con l'arrivo della primavera e dei primi risultati sulla crescita dei vaccinati, delle **riaperture** delle attività commerciali e imprenditoriali; prima dell'estate segnata dai successi sportivi della nazionale di calcio agli **Europei** di Londra e degli atleti azzurri alle **Olimpiadi** di Tokyo con il record assoluto di medaglie vinte, il dibattito pubblico si polarizza, grazie alle incursioni social dei **Ferragnez,** altri due **platform leader ibridi,** sul DDL Zan e le censure della Rai.

Tra agosto e settembre invece il dibattito si sposta senza grandi sussulti sul tema delle **elezioni amministrative**, in particolare sulle possibili alleanze da siglare tra le forze politiche, da Nord a Sud, e sulla scelta dei candidati da mettere in campo, per poi trovare ad ottobre, ultimo mese dell'analisi, un picco di polarizzazione con la ripresa del confronto sul disegno di legge sull'omotransfobia, che prende il nome dal primo firmatario il senatore democratico Alessandro **Zan**, e la votazione al Senato di mercoledì 27 con il varo, a scrutinio segreto, della tagliola per l'esame dei singoli articoli.

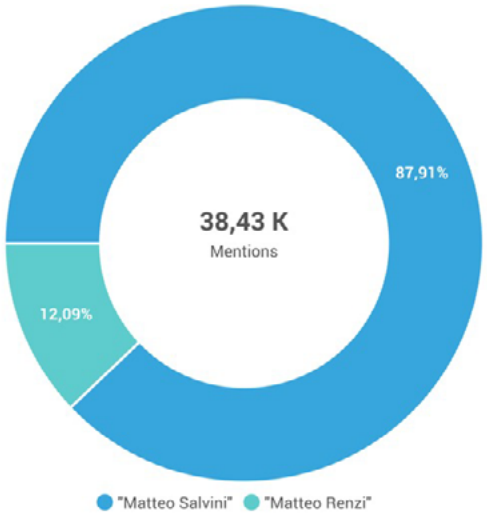
Un anno nel quale Matteo **Salvini** si porta a casa un **mood positivo** pari al **34%** e Matteo **Renzi** invece del **27%,** con una distanza che si mantiene costante lungo tutto il periodo e si dilata solo nei momenti in cui Renzi riesce a prendersi la guida

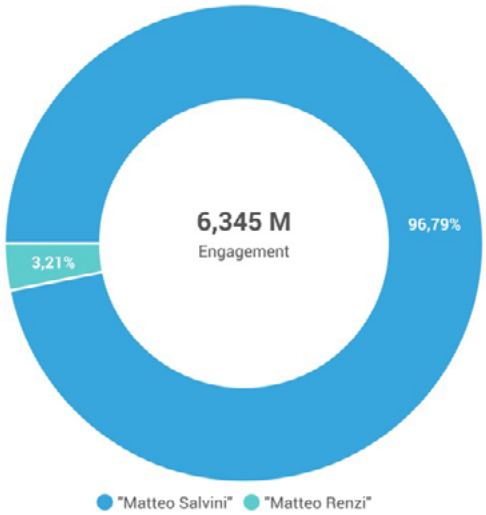
delle discussioni online strappandola a Salvini. Un sorpasso che in dodici mesi succede solo due volte: tra fine gennaio e gli inizi di febbraio di quest'anno con **l'apertura della crisi di governo** e la scelta di affidare la premiership a Mario Draghi e in corrispondenza del voto Senato sul **provvedimento Zan** che ha scatenato la rete contro Renzi e il suo partito ritenuti colpevoli di aver affossato la legge votando con i senatori di centro-destra.

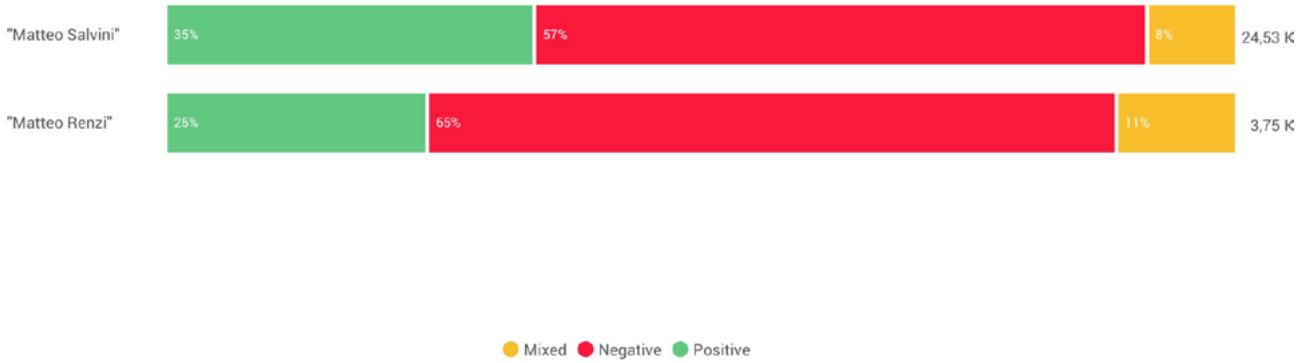


Il primo trimestre: da ottobre a dicembre 2020

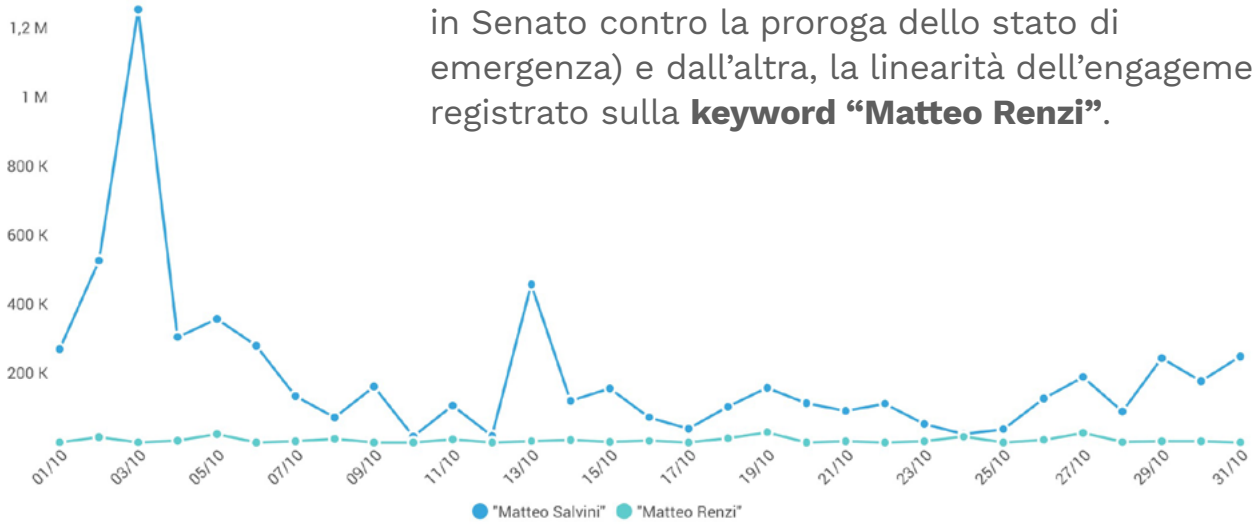
Il primo trimestre comincia con il sentiment comparato di ottobre del tutto **in linea con il dato annuale**: i due Matteo incassano dalla rete rispettivamente un mood negativo del 65%, Renzi, e del 57%, Salvini, con una distanza che si mantiene costante, fatte salve lievi variazioni, ogni qualvolta il **rapporto quantitativo – qualitativo** delle menzioni e dell'engagement porta il primo a non superare nei confronti del secondo la **soglia del 20%**.





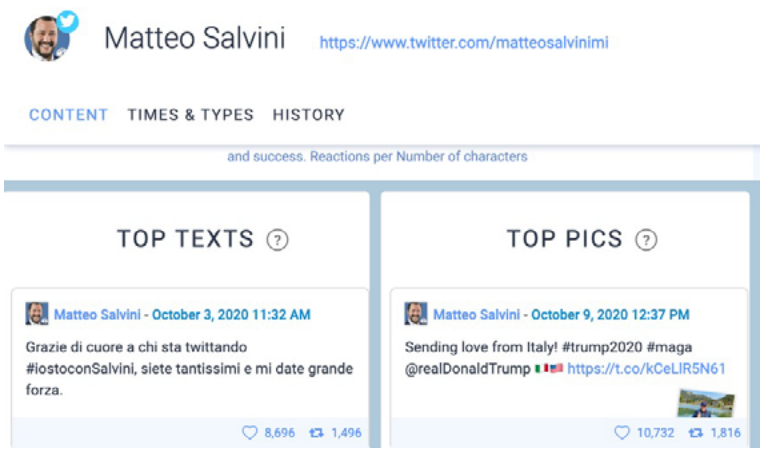


Un rapporto di forza chiaramente raffigurato anche nel grafico temporale dell'engagement di **ottobre** del **2020**, che evidenzia, da un lato, i due picchi ottenuti ad inizio e a metà del mese da Salvini (in coincidenza dell'inizio del processo di Catania e del suo intervento in Senato contro la proroga dello stato di emergenza) e dall'altra, la linearità dell'engagement registrato sulla **keyword "Matteo Renzi"**.

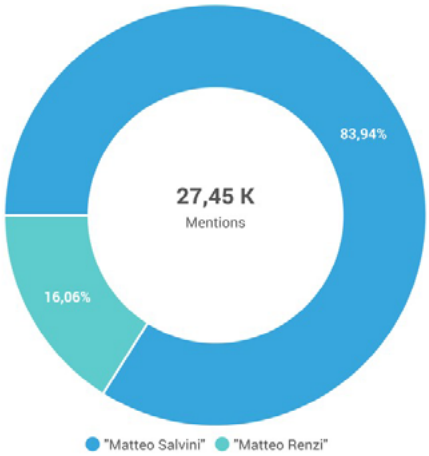


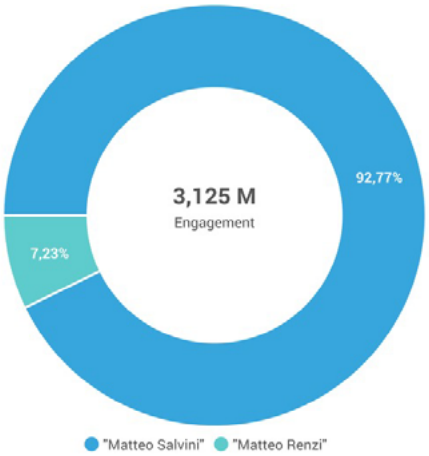
Nel mese di ottobre 2020, Matteo Salvini pubblica i 3 post che ottengono in assoluto le performance migliori.

Per la verità, ottobre è stato per Matteo **Salvini** anche il mese che gli ha regalato un altro **record personale** che riguarda la pubblicazione dei post che in assoluto hanno performato meglio nella raccolta di interazione in tutti e dodici mesi di analisi. Sulla pagina **Facebook**, infatti, i post del **15 ottobre**, del **19 ottobre** e infine del **20 ottobre del 2020** sono le tre pubblicazioni che hanno surclassato tutte le altre nelle tre diverse classificazioni: post solo testo, con foto e post con video. Così come, al pari, anche su **Twitter** i due post che hanno generato la quota più elevata di interazioni con gli utenti sono stati postati entrambi a ottobre, esattamente il **3**, in occasione dell'udienza preliminare a Catania e relativa alla richiesta di rinvio a giudizio per il caso della nave Gregoretti, e il **9** in un post a sostegno della rielezione di Donald Trump.

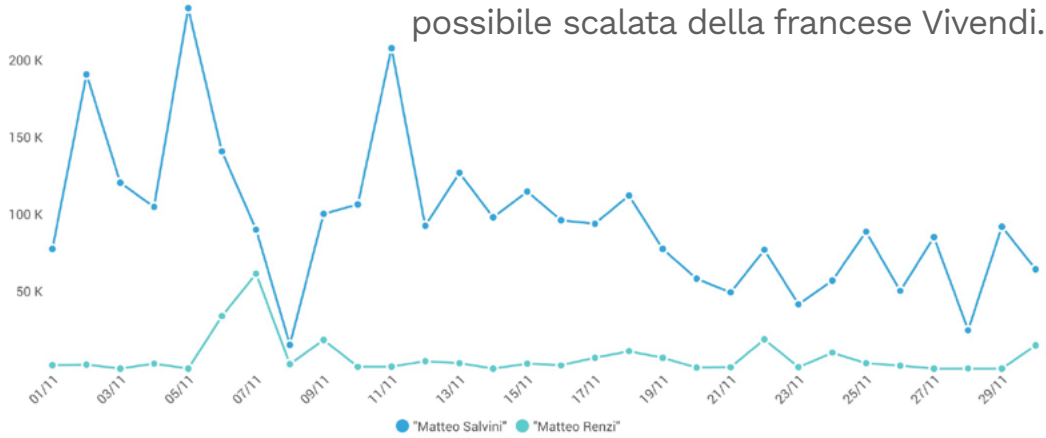


A **novembre**, invece, il percorso online dei due Matteo pur stabile per menzioni ed engagement, ci restituisce **un mood allineato** nelle percentuali in quanto la forbice si riduce a un solo punto percentuale con un lieve vantaggio a favore del leader di Italia Viva. Infatti, **per Renzi** il sentiment è al **28% positivo** mentre **per Salvini** si ferma uno strapuntino sotto, precisamente al **27%** di positività.





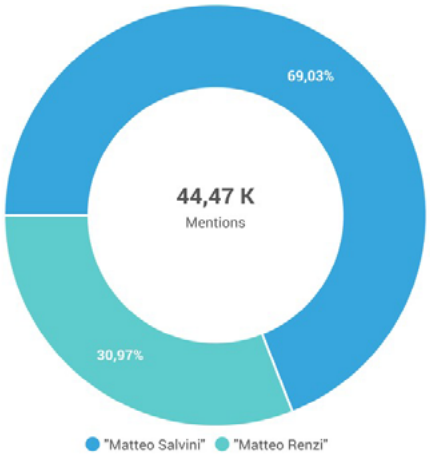
Questo riallineamento è in parte dovuto a due eventi, registrati lo scorso novembre, nei quali Salvini è protagonista di altrettanti interventi nell'aula del Senato, il primo contro il governo e l'allora presidente del Consiglio dei Ministri, il secondo per chiarire il voto contrario in commissione della Lega all'emendamento presentato dalla relatrice democratica Valeria Valente per tutelare la società della famiglia Berlusconi dalla possibile scalata della francese Vivendi.

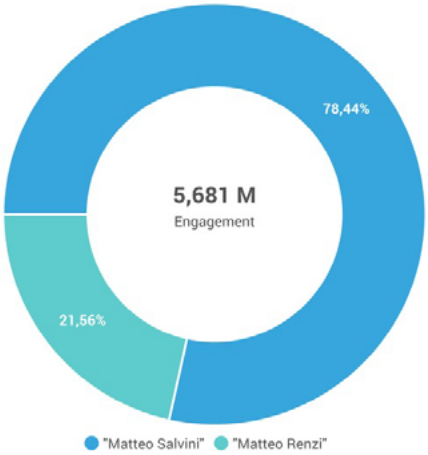


A dicembre 2020 inizia la rincorsa di Matteo Renzi al record di menzioni ed engagement.

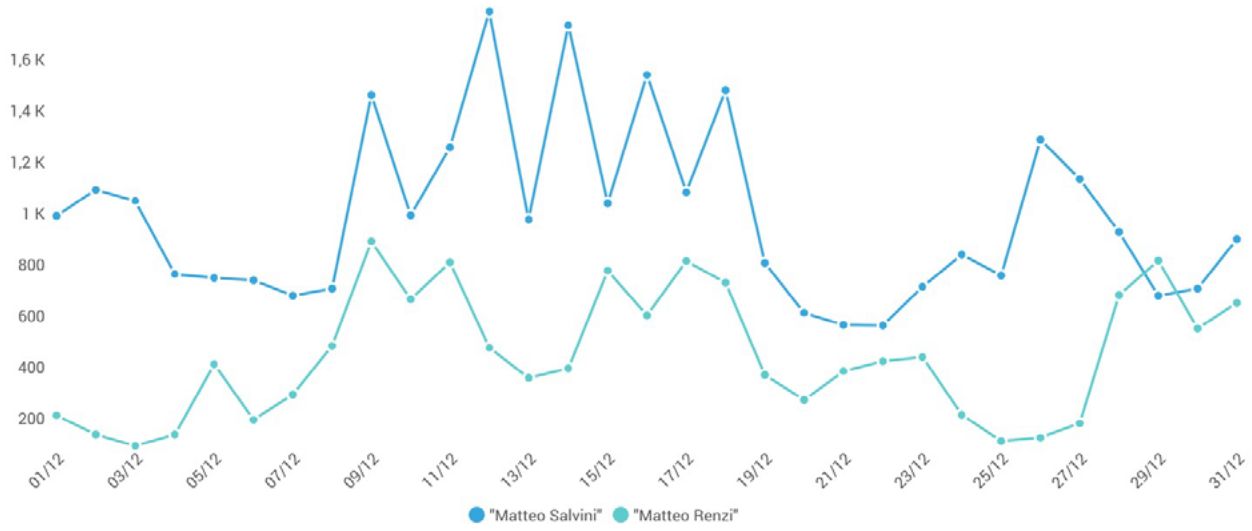
Il primo anno pandemico degli italiani si chiude però con le schermaglie iniziali tra le forze politiche e, in particolare, con i distinguo rumorosi e pesanti portati da Matteo Renzi all'azione del Governo. Un cambio di passo netto rispetto ai mesi precedenti, segnati dall'appoggio di Italia Viva al Conte II e alla volontà del suo leader di continuare a conservare un profilo basso.

A **dicembre**, improvvisamente, non troppo per la verità, le **menzioni** e **l'engagement** del Matteo toscano tornano a **impennarsi** trovando picchi del tutto nuovi rispetto all'intero anno che stava per chiudersi. Una crescita che lo porta a fine mese a trovare un primo picco di menzioni che gli consente addirittura di mettersi alle spalle il prolifico Salvini.

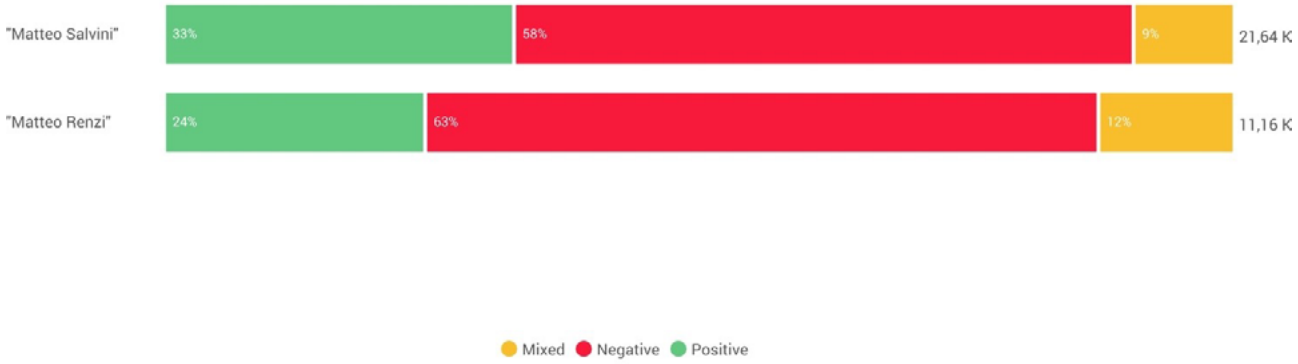




Ci è sufficiente osservare la parte terminale delle due linee temporali per cristallizzare il sorpasso effettuato il **29 dicembre** quando è **Renzi** ad annunciare che **Italia Viva lascerà il governo** perché il piano di Conte per il Recovery Fund "è deludente senza ambizione e anima".



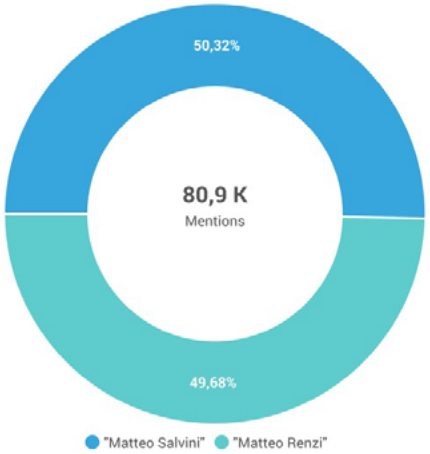
Di conseguenza, anche il **mood** nei confronti dei due leader si riposiziona a **dicembre** sui valori annuali, con Matteo **Renzi** che scontenta quasi i due terzi degli utenti in rete, ovvero il **63%**, mentre Matteo **Salvini** lo segue a distanza di soli cinque punti percentuali con il suo mood negativo al **58%**.

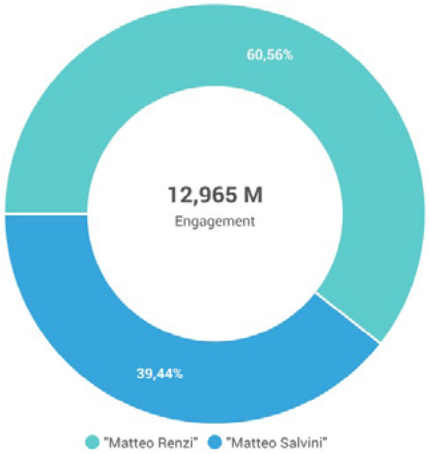


Un 2021 che inizia con i botti

La **crisi di governo** entra nel vivo poco prima della metà di gennaio di quest'anno con il **ritiro ufficiale** delle due ministre, **Teresa Bellanova** ed **Elena Bonetti** di Italia Viva formalizzato da Renzi nei confronti del quale parte un multiplo attacco ad alzo zero dai canali ufficiali degli ex alleati e,

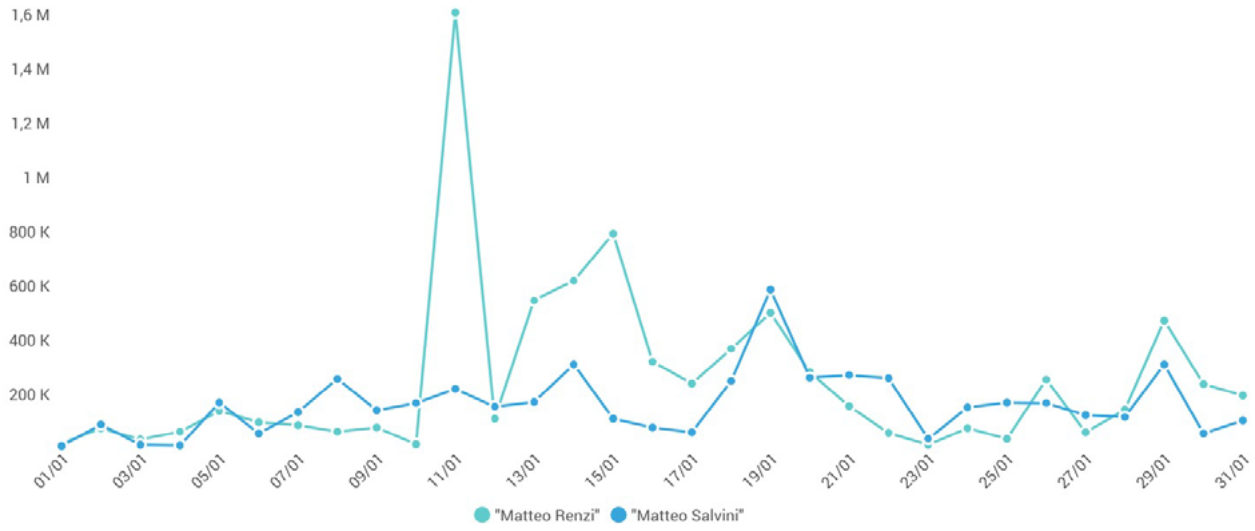
in particolare, da quel sottobosco social che in tutti i mesi passati ha sostenuto e alimentato la narrazione dell'avvocato del Popolo quale difensore degli italiani dalla povertà e dal malaffare e unico baluardo credibile al dilagare del virus.

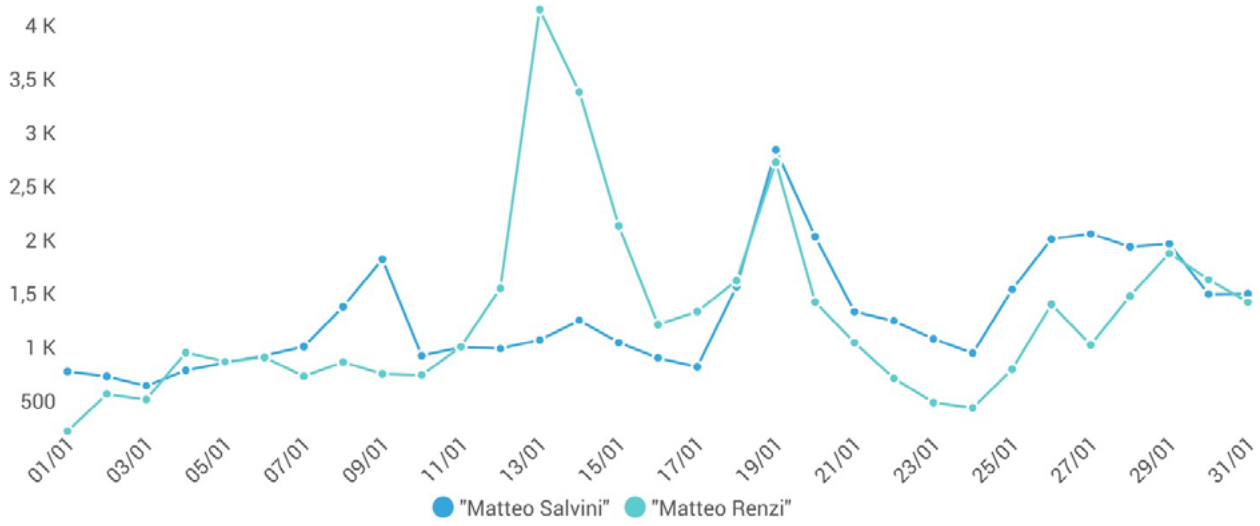




A gennaio le menzioni di Matteo Renzi pareggiano quelle di Salvini.

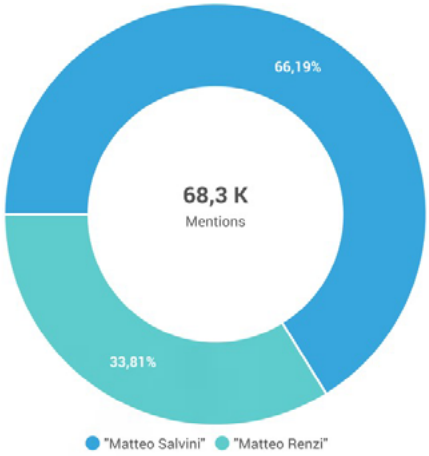
A **gennaio**, per la prima e unica volta in questi dodici mesi di analisi, il senatore di Rignano si è preso la scena politica monopolizzando il dibattito pubblico e online. Un mese di record assoluti: più di **80 mila** le **menzioni** raccolte da Salvini e da Renzi, con quest'ultimo che pareggia i conti numerici con il suo nemico-amico tanto da insidiarlo anche nella capacità di coinvolgimento degli utenti, incassando poco meno del **40% dell'engagement** del mese. La conseguenza immediata e inevitabile di questa polarizzazione in e della rete, in parte voluta e in altra parte subita, ad opera dei due Matteo è **l'inabissamento del mood positivo** o meglio della media che entrambi hanno registrato nel periodo di analisi: **Renzi** passa dal 27% della media annuale al **21% di gennaio**, con una perdita netta di 6 punti percentuali, all'opposto, **Salvini** riduce ovviamente il danno scendendo dal 34% al **31%,** con un calo di "soli" 3 punti percentuali.

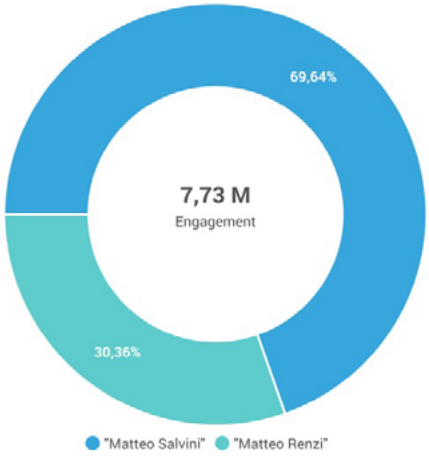




I botti di inizio anno si ripetono il mese successivo con le ultime due settimane di crisi che porteranno, dopo il fallimento del mandato esplorativo al presidente della Camera Roberto Fico, a quello affidato da Sergio Mattarella a Mario Draghi.

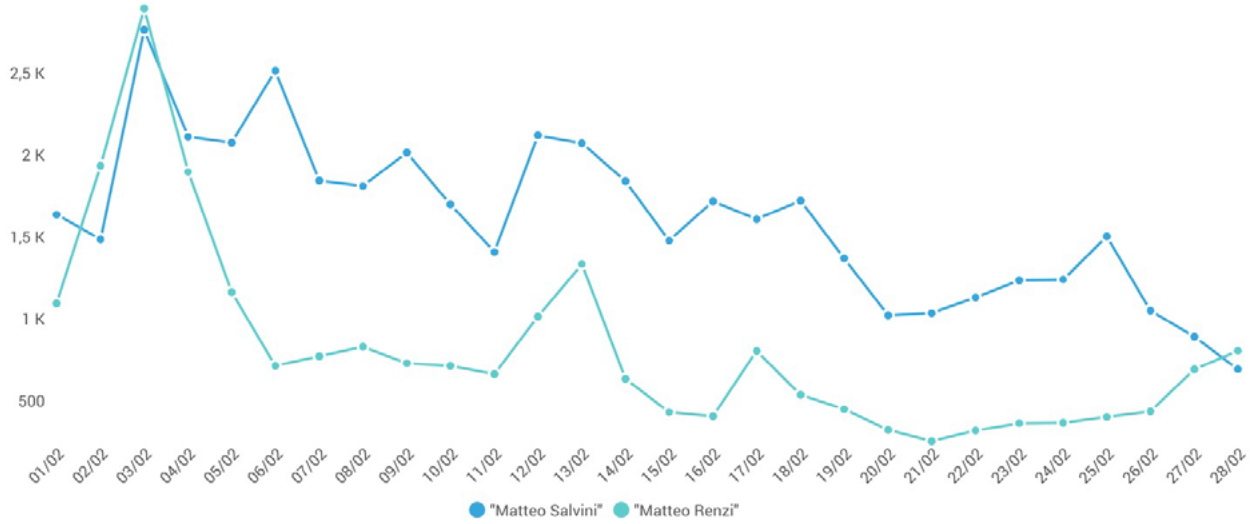
A **febbraio** calano le menzioni e l'engagement, ma il rapporto di forza tra i due leader, accomunati dall'obiettivo di **velocizzare il definitivo trasloco di Giuseppe Conte** da Palazzo Chigi, si mantiene sostanzialmente stabile rispetto al mese precedente.

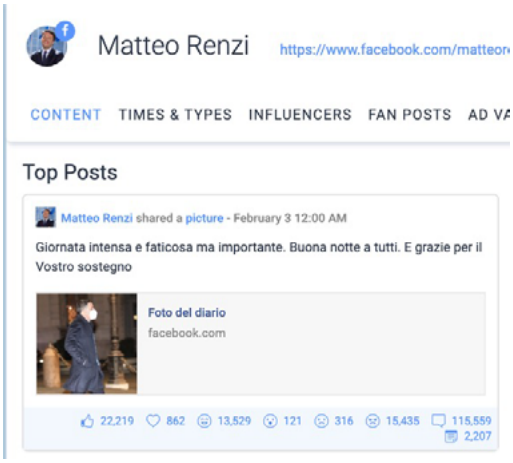


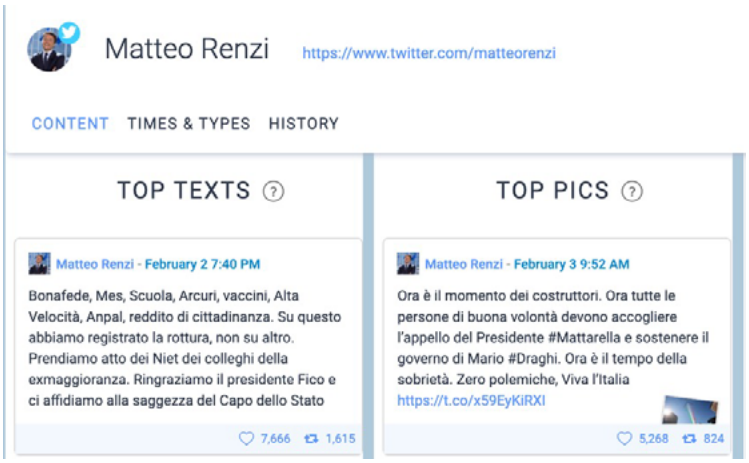


A febbraio 2021 Renzi contende ancora a Salvini la polarizzazione della rete.

Matteo Renzi riesce a strappare dall'onnivoro Salvini una quota superiore al **30% di menzioni e di coinvolgimento**, tanto che è proprio a febbraio che il leader di Italia Viva batte il primato della **performance assoluta** dei suoi post social, come già in parte è possibile comprendere osservando il grafico temporale dell'engagement con il picco ottenuto proprio nei primi giorni del mese.

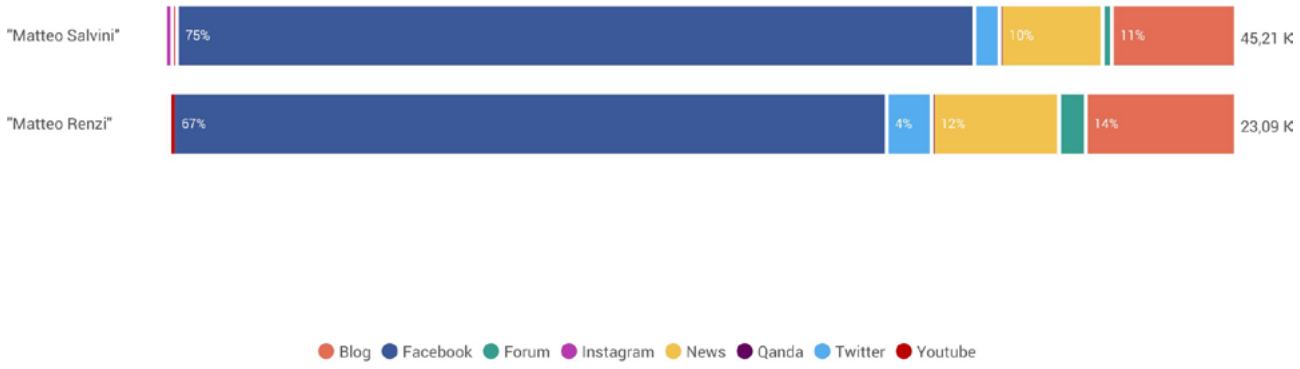






È febbraio il mese in cui Renzi incassa sui post pubblicati il record di interazioni.

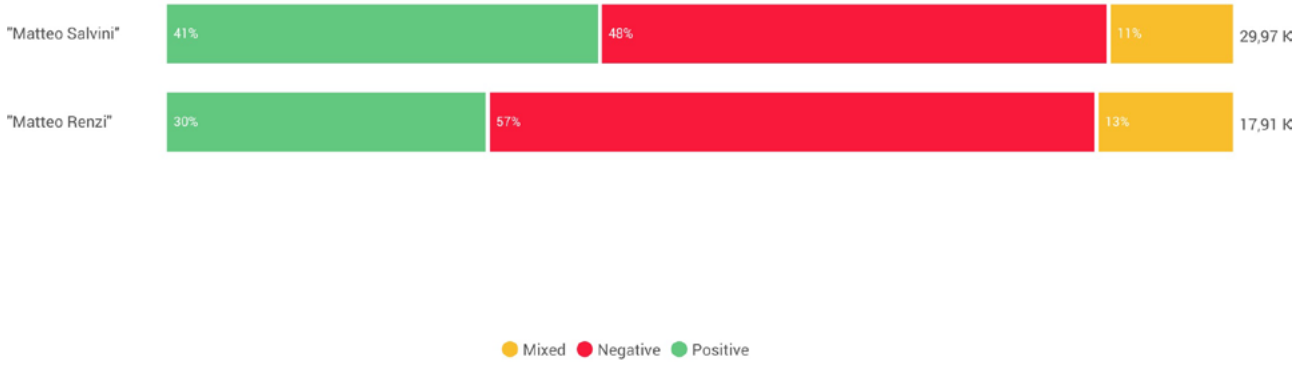
Sia per quanto concerne **Facebook** che **Twitter** i contenuti che hanno raggiunto la fetta più ampia di pubblico sono stati pubblicati tra il **2** e il **3** di febbraio di quest'anno e raccontano entrambi le ore convulse vissute da Matteo Renzi in quei giorni in cui si concludeva in un nulla di fatto il primo mandato esplorativo del presidente della Repubblica nelle mani di Fico e si apriva di fatto la strada all'arrivo di Mario Draghi al cui fianco si schiereranno tutte le forze politiche eccezione fatta per Fratelli di Italia di Giorgia Meloni.



Il mese dei record per i post pubblicati da Matteo Renzi trova una ampia legittimazione nella ripartizione dei diversi territori digitali che hanno accolto le discussioni che online si sono sviluppate attorno alle rispettive chiavi

di ricerca, cioè il nome dei due segretari. A febbraio, infatti, la quota di parlato che si dipana su **Facebook** per **Renzi è pari al 67%,** rispetto alla media nazionale ferma al 58%, con una differenza netta di 9 punti percentuali in più.

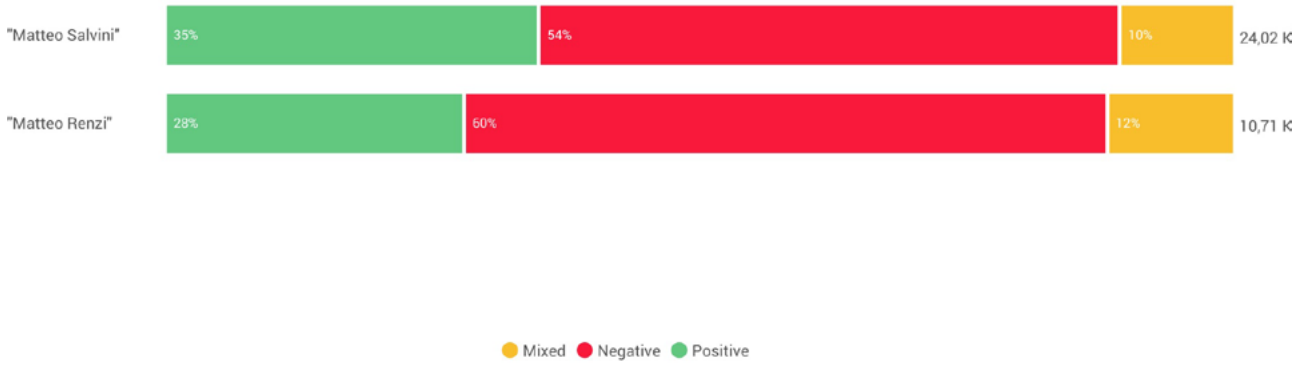
Così, con il varo del governo "Ursula" sotto la guida di Draghi risale anche il mood nei confronti dei due leader premiati evidentemente per una rinnovata responsabilità istituzionale: **Matteo Salvini si attesta al 41%** di mood positivo e **Matteo Renzi** invece tocca la soglia del **30%,** entrambi quindi sopra le rispettive medie annuali.



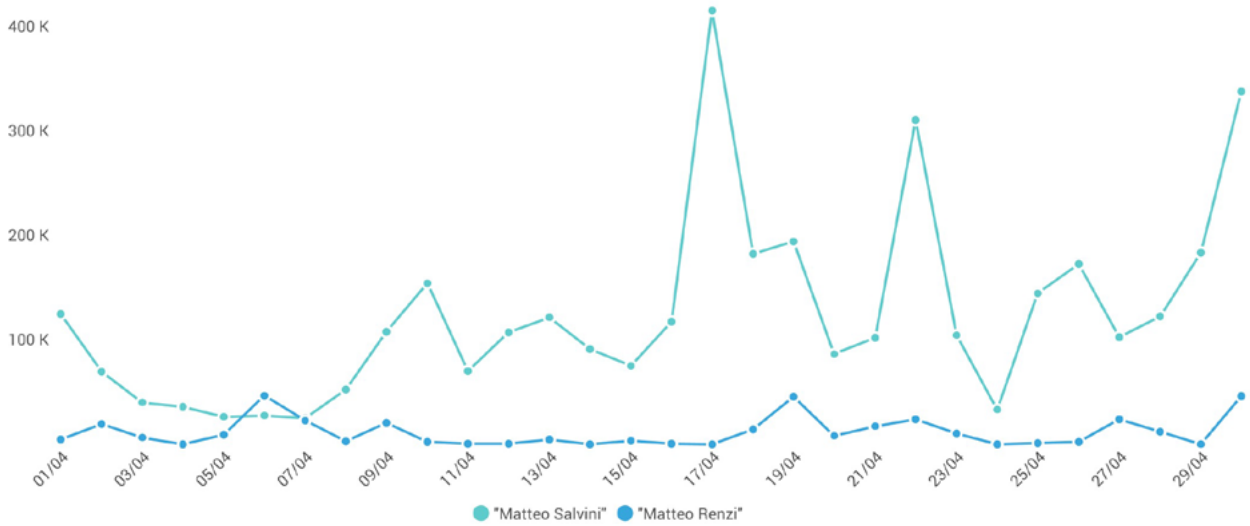
Bentornata primavera

Passata la buriana di gennaio e febbraio, era inevitabile e, in parte, anche comprensibile un ridimensionamento sui valori annuali del rapporto tra i due Matteo, con il segretario della Lega che sin da subito mette il suo partito nella duplice posizione di forza di governo e di opposizione. Un posizionamento anche dettato dalla necessità di non lasciar troppo campo libero alla Meloni, l'alleata di centro-destra che, nei mesi successivi al varo del nuovo governo, continua a crescere nei sondaggi assieme al suo partito. Il **mood** di **marzo** è coerentemente allineato alla **media** annuale con **Salvini** che incassa un **sentiment positivo al 35%**

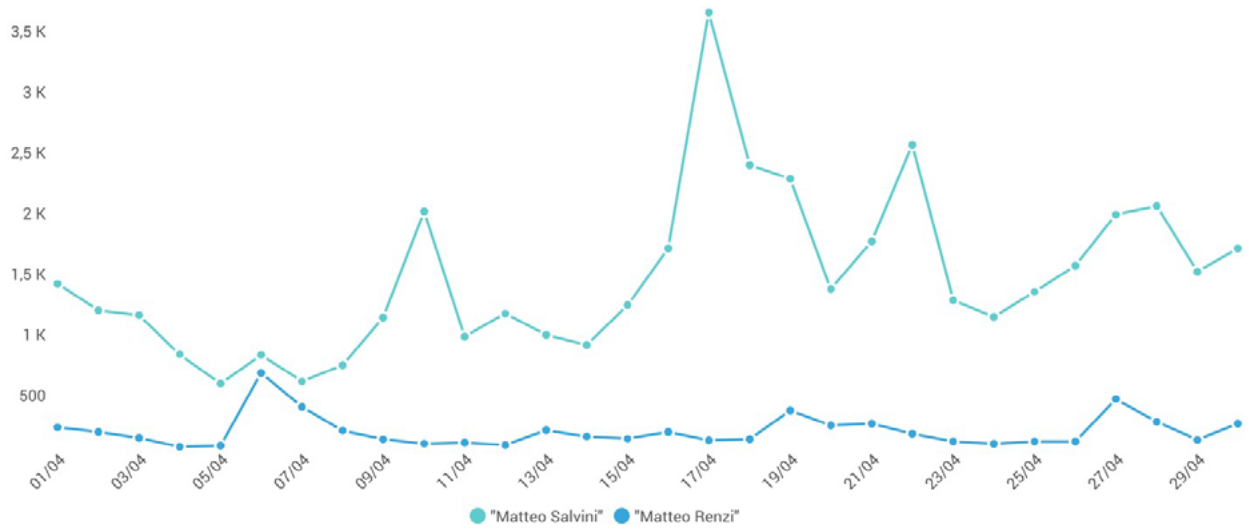
e **Renzi invece al 28%**, a fronte di un ulteriore calo delle menzioni totali (53.440) e dell'engagement che si arresta sotto la soglia dei 4 milioni dimezzandosi quindi rispetto al mese di febbraio.



Il copione che avevamo iniziato già a vedere nel mese di marzo si ripete identico ad **aprile**: da un lato, c'è Matteo Salvini impegnato in un logoramento ai fianchi di alcuni ministri e di talune scelte del nuovo governo e, all'occorrenza, del neo segretario del Partito Democratico Enrico Letta, mentre dall'altro assistiamo al rientro di Matteo Renzi nella **bolla** della **depolarizzazione**.



Due opposti comportamenti radiografati dalle linee temporali delle menzioni e dell'engagement che disegnano il cammino dei due leader e che hanno come risultato pratico e immediato una crescita rispetto alla media annuale del sentiment della rete nei confronti di **Renzi** che sul mese si ferma al **34% di mood positivo**.

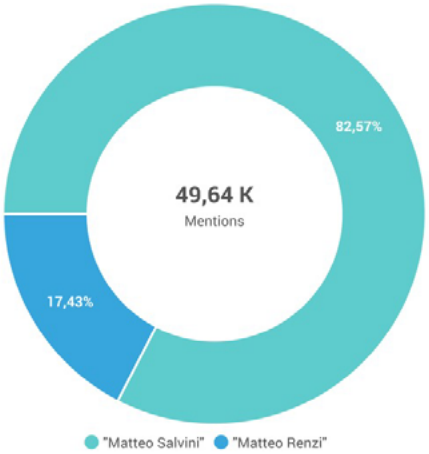


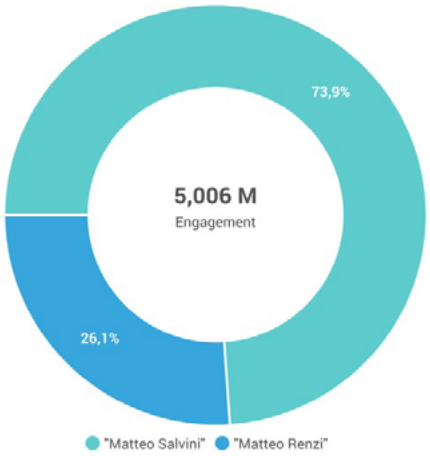
L'autogrill delle spie

Tutte le volte che Renzi polarizza il dibattito la rete si infiamma e il mood positivo scende sotto il 30%

Dal Ponte all'Autogrill delle spie è un attimo. Potremmo etichettare così il mese di **maggio** di **Matteo Renzi**, parafrasando il titolo di un famoso film di Steven Spielberg, "Il Ponte delle Spie" (2015), che narra la vicenda realmente accaduta dello scambio di prigionieri tra Urss e Usa sul Ponte di Glienicke, nei pressi di Potsdam.

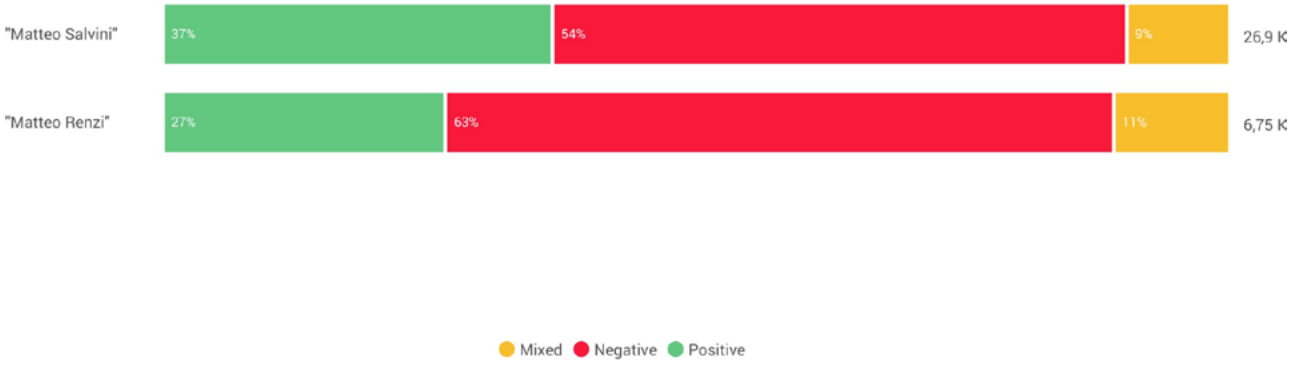
Lunedì sera, 3 maggio, **Report** manda in onda il servizio esclusivo dell'incontro avvenuto nell'Autogrill di Fiano Romano lo scorso 23 dicembre 2020 tra il senatore di Italia Viva e il capocentro del Dis **Marco Mancini**. Dietro quella sigla all'apparenza anonima e poco attrattiva c'è però il **Dipartimento delle informazioni per la sicurezza**, l'organo di cui si avvale peraltro il Presidente del Consiglio dei ministri per





l'esercizio delle funzioni e per assicurare unitarietà nella programmazione della ricerca informativa, nell'analisi e nelle attività operative di AISE e AISI ovvero le Agenzie Informazioni e Sicurezza Esterna e Interna. L'inchiesta di Report con la messa in onda del video dell'incontro tra Renzi e Mancini e la scia social e digitale che ne scaturisce fa impennare l'**engagement mensile** sulla keyword "Matteo Renzi", che a maggio risale oltre il 20% toccando la **quota critica del 26%**.

Come già abbiamo notato in altre occasioni la crescita della polarizzazione a favore di Renzi ha come diretta conseguenza il crollo del mood positivo sotto la **soglia del 30%** e l'apertura della **forbice** tra quest'ultimo e Salvini che **si attesta al 10%**.

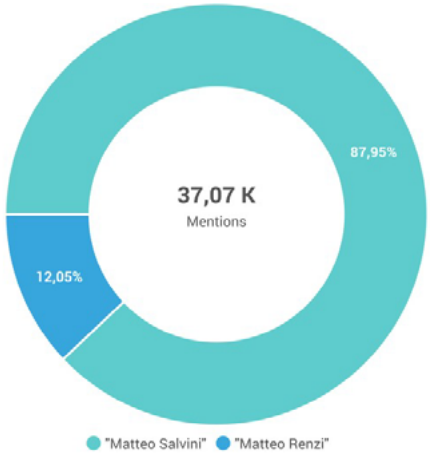


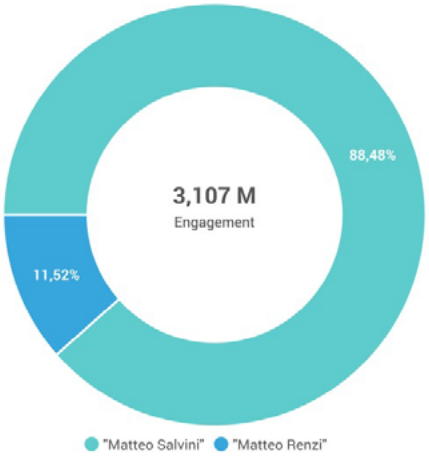
L'estate di Renzi e Salvini, dal tiro a giro agli ori olimpici

I tre mesi estivi si aprono con il successo d'esordio degli azzurri contro la Turchia nel primo **campionato Europeo** itinerante della storia del calcio e si chiudono con le meravigliose 40 medaglie, 10 ori, 10 argenti e 20 bronzi, raccolte dagli atleti azzurri alle **Olimpiadi di Tokyo** e con uno storico settimo posto nel medagliere.

Tre mesi lungo i quali il paradigma della polarizzazione renziana trova una nuova replica a luglio, antipasto di quanto poi vedremo a fine ottobre sempre a proposito della **legge Zan** sull'omotransfobia, mentre, a giugno e ad agosto il dualismo online tra Renzi e Salvini recupera un rapporto di forza coerente con la media annuale.

A **giugno**, menzioni ed engagement premiamo Matteo Salvini e la quota di parlato relativa a Matteo Renzi scende sotto la soglia critica del 20%, così di conseguenza anche il sentiment degli utenti nei loro confronti si allinea, con il primo che si incassa un **mood positivo al 38%** e il secondo, invece, corre a tallonarlo con una **percentuale** di positività al **37%.**



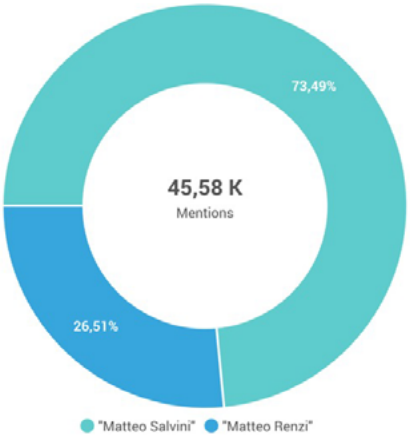


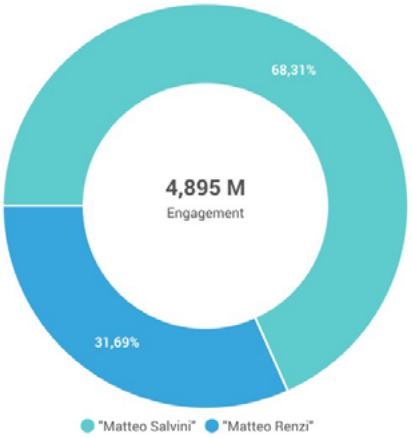
Il DDLZan ha acceso il dibattito pubblico online più del tema no vax.

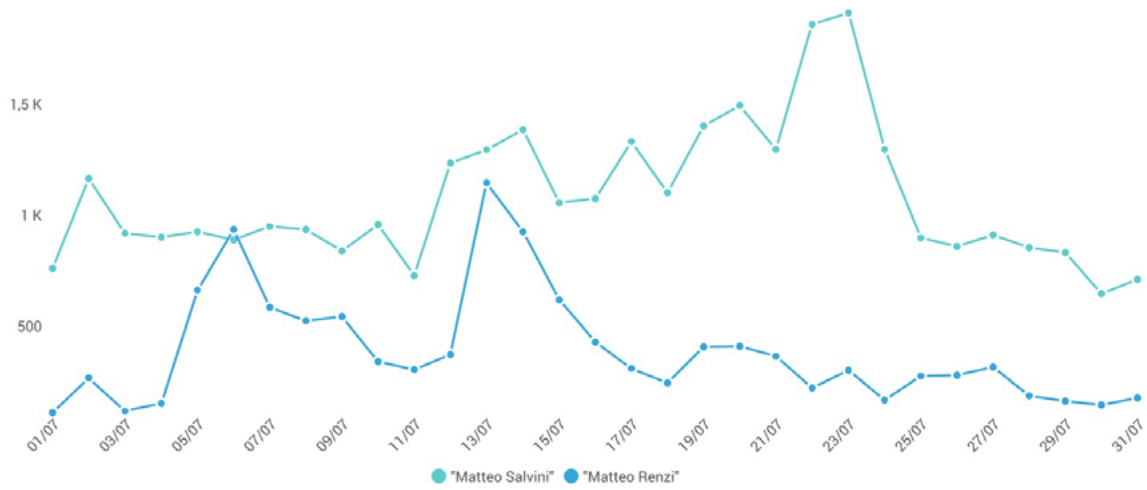
È **luglio**, invece, un nuovo mese caldo per Matteo Renzi che con la calendarizzazione al Senato dell'esame della **legge Zan**, approvata alla Camera, accende le reazioni della rete con un'intervista rilasciata a **la Repubblica** nella quale chiede di apportare delle modifiche al disegno di legge per evitare lo scontro ideologico: *"per fare le leggi servono i voti dei senatori, non i like degli influencer. Chi vuole una legge trova i numeri, chi vuole affossarla trova un alibi. Preferisco un buon compromesso a chi pensa di avere ragione solo lui ma non cambia le cose".* Queste sono le parole del leader di Italia Viva che vengono riprese e rilanciate proprio da Matteo Salvini.

Ancora una volta, quindi, Matteo Renzi, come già è accaduto a **gennaio** e **febbraio**, con il passaggio cruciale della crisi di governo e la nascita dell'esecutivo Draghi, a **maggio** con l'inchiesta di Report sull'incontro in autogrill tra Renzi e Mancini, nella prima metà di **luglio** mette in campo la sua carica divisiva, differente e più carsica da quella che accompagna invece il segretario della Lega, per **polarizzare** il **dibattito pubblico online**.

Menzioni ed **engagement** crescono **oltre il livello di tolleranza,** che abbiamo fissato al 20% e di contro la quota del sentiment tra i due Matteo si allarga: **Renzi** si prende un **mood positivo al 26%** e **Salvini al 34%.**

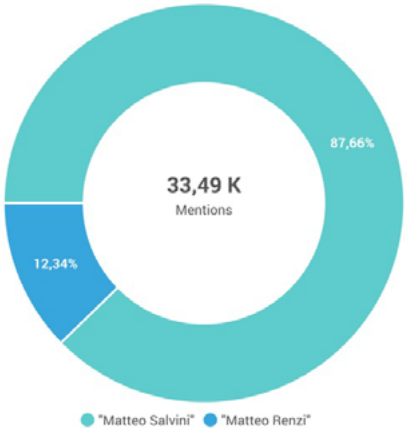


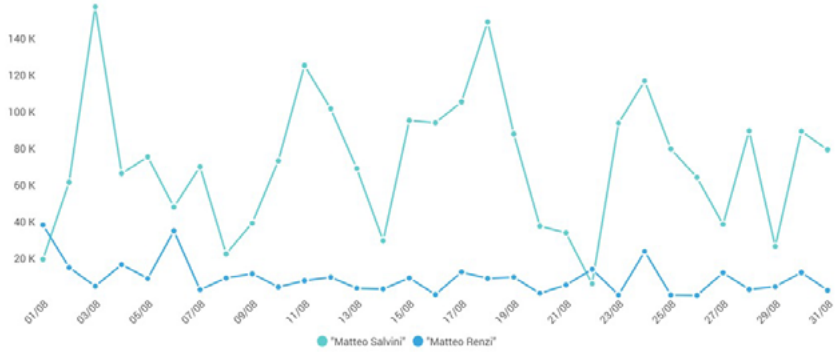




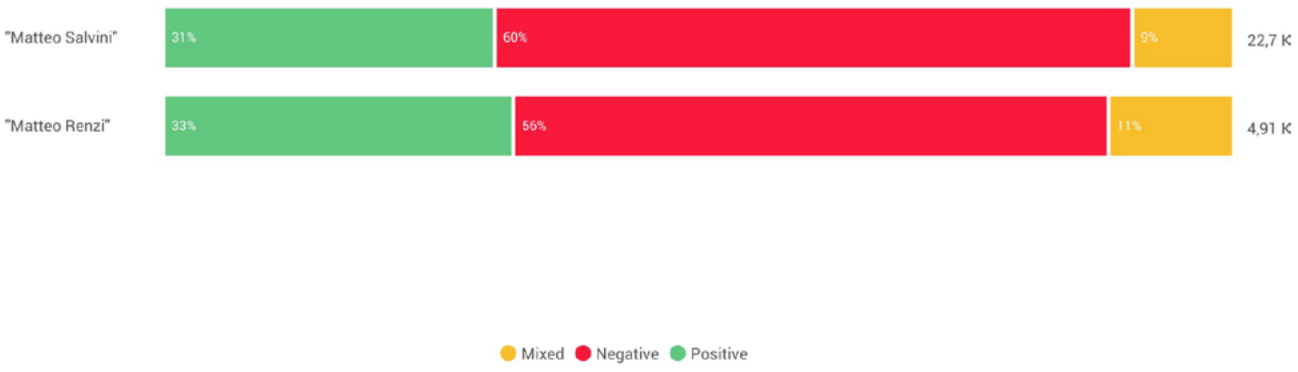
Mixed Negative Positive

Ad **agosto e settembre**, complice la chiusura del Parlamento e un tradizionale deponete le armi da parte dei leader politici, anche il rapporto tra Renzi e Salvini ritrova il suo equilibrio che si manifesta ovviamente nel dato complessivo delle menzioni e dell'engagement, monopolizzati quasi esclusivamente da **Salvini** impegnato pure a Ferragosto nella sua campagna di **contenimento** del leader di **Fratelli d'Italia**.





A **settembre**, in particolare, più che ad agosto il mood degli utenti nei confronti della coppia Salvini & Renzi è condizionato e orientato dai livelli della bassa polarizzazione e per la seconda volta dopo novembre del 2020, nei dodici mesi in esame, **Renzi** mette la sua ruota, con il **33% di sentiment positivo**, davanti a quella dell'amico-nemico **Salvini** che è al **31%**.

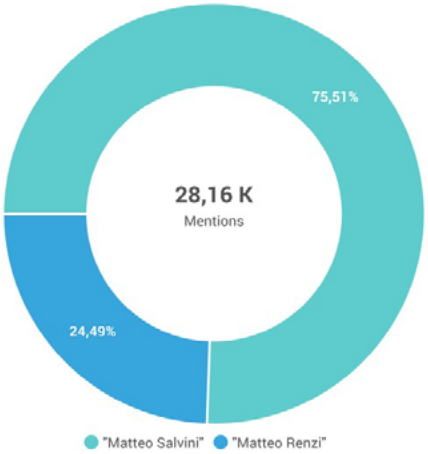


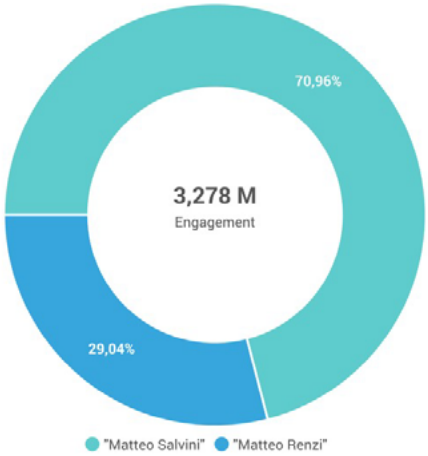
Ottobre a tutto Zan

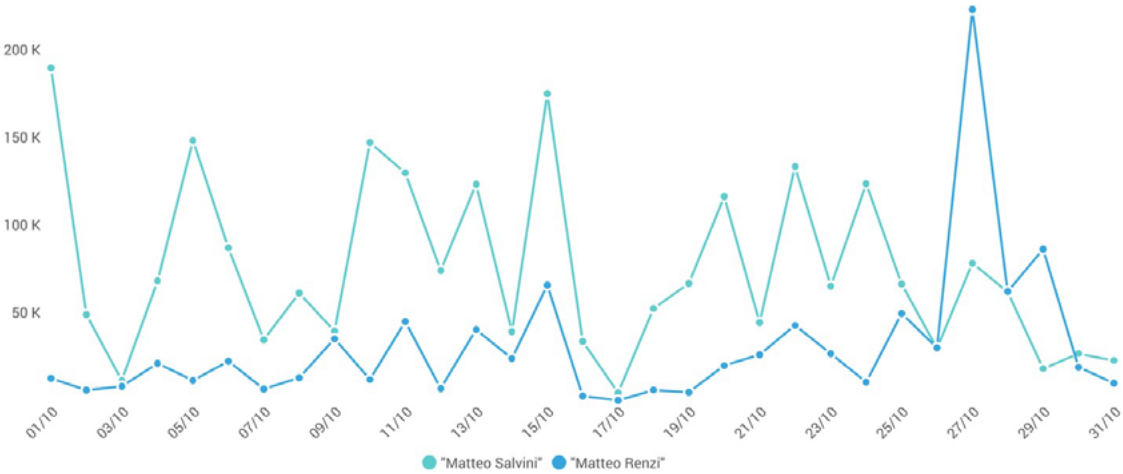
Nel mese delle elezioni amministrative che dovevano portare al voto ben dodici milioni di italiani, in 1.200 comuni, con sei capoluoghi di regione coinvolti, tra cui Roma, Milano, Napoli, Torino e Bologna e altri quattordici capoluoghi di provincia, oltre alle elezioni regionali in Calabria, il dibattito online non si è infiammato per la rielezione di Beppe Sala a Milano o per la contemporanea sconfitta di Virginia Raggi a Roma, ma per l'esito della votazione di un mercoledì qualunque di fine ottobre. Il **27 in Senato** si vota a **scrutinio segreto** la proposta di **tagliola** sull'esame dei singoli articoli ed emendamenti alla **Legge Zan**, approvato un anno fa alla Camera, chiesta da Lega e Fratelli d'Italia. Il tabellone elettronico di Palazzo Madama conta alla chiusura della votazione 154 voti a favore della tagliola, 2 astenuti e solo 131 i senatori contrari. Un secondo, più che

nell'Aula del Senato, è online che deflagra la vera bagarre a caccia dei colpevoli subito circoscritti a **Matteo Renzi** e ai senatori di **Italia Viva**.

L'engagement **renziano**, che si era mantenuto su volumi normali durante la prima metà del mese, nella seconda parte inizia a crescere fino a toccare il picco proprio con la votazione in Senato del 27 di ottobre. Anche in questa circostanza il cliché, che si è già ripresentato in passato, di un Renzi che quando interviene a gamba tesa nel dibattito politico continua a **essere divisivo** come è, in modo invece permanente il suo rivale della Lega, trova una nuova conferma. Un Renzi che in questi casi paga un dazio pesante al mood della rete che precipita puntualmente sotto la soglia, psicologica, del 30%.







Conclusioni

L'analisi di questi dodici mesi trascorsi online da Salvini e Renzi ci lascia una prima conferma, che almeno stando ai numeri, non è affatto opinabile: i due Matteo sono dei **platform leader maturi**, hanno la capacità di infiammare e polarizzare la rete quando ne hanno bisogno o in modo permanente.

Una capacità che si manifesta nel loro essere anche **leader profondamente divisivi,** dei Mosè delle piattaforme social che vengono aperte senza sforzi apparenti con una dichiarazione, con un post, un video piuttosto che una semplice fotografia. Questa specifica dote ci conduce alla seconda conferma che differenzia i due leader: la divisività dell'uno e diversa da quella dell'altro. Ancora oggi, infatti, nei confronti di Renzi sembra esserci online una soglia di tolleranza più bassa rispetto a quella che l'utente medio invece riserva a Salvini.

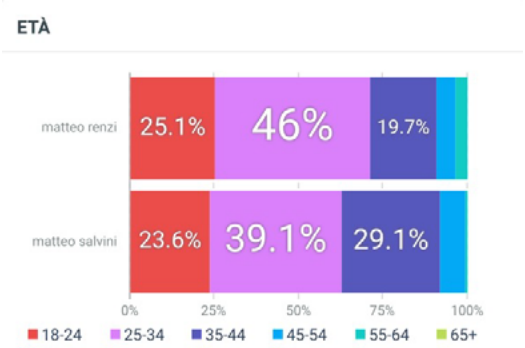
Matteo Renzi e Matteo Salvini sono due platform leader diversamente divisivi ma con uguale capacità di polarizzare il dibattito.

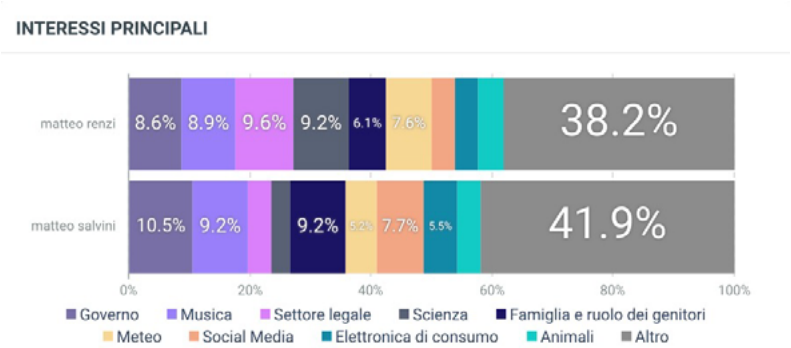
Le motivazioni di questo atteggiamento ambivalente dei follower e degli utenti in generale possono trovare ancoraggi multipli, ma non è da escludere che Renzi paghi a caro prezzo in rete la percezione di voler essere sempre il "**primo della classe**", un idealtipo di politico che non nasconde, anzi mette in evidenza, l'arroganza e la supponenza dei suoi primati (non ultimo quello di essere ancora il più giovane presidente del Consiglio che l'Italia Repubblicana abbia avuto).

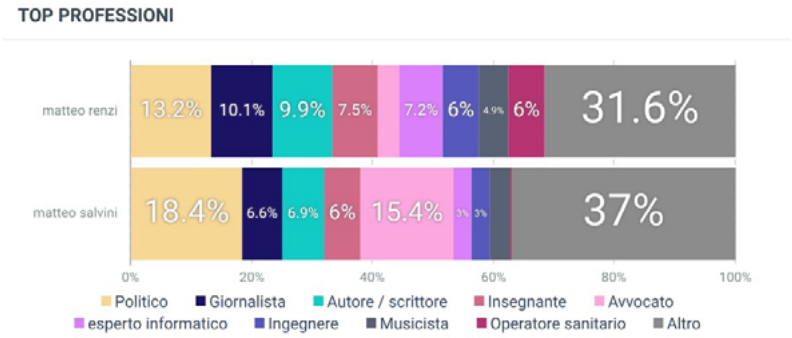
La rete, al contrario, è più disponibile, pur in assenza di una condivisione o di una contrarietà rispetto alle idee, a empatizzare con il politico che mangia, si veste e parla come la maggior parte degli utenti. A questo differente idealtipo, che Salvini incarna alla perfezione e nel quale gli italiani tendono maggiormente

a riconoscersi senza entrare in competizione valoriale, gli utenti hanno un atteggiamento meno aggressivo e maggiormente tollerante.

Nel primo modello c'è secretato un rapporto gerarchico con gli utenti, nel secondo mentre c'è un livellamento orizzontale, che per quanto ipocrita, funziona meglio del primo e dalla scomposizione del pubblico, che negli ultimi 7 giorni, ha seguito o commentato i contenuti di Salvini e di Renzi questa possibile spiegazione è pienamente legittimata.







Chi sono

Domenico Giordano

Prima che il crociato anteriore decidesse di ritirarsi a vita privata, il basket del sabato pomeriggio era la sua terapia settimanale per correggere vecchie paturnie e pensare alla prossima campagna elettorale.

È miope quanto basta, sannita di nascita e, nonostante sia cresciuto in una famiglia di “meccanici” è strutturalmente incapace di avvitare, svitare e martellare. Legge di tutto e tanto ma solo se l’inchiostro si sposa con la carta, gli piace il rumore del silenzio che, solo chi vive in provincia, conosce bene.

È cresciuto con Jeeg Robot e Holly e Benji, maturato con Miami Vice e i congressi democristiani, comunisti e socialisti e, oggi, nel mezzo del cammin di nostra vita, è un immigrato digitale, invidioso a sufficienza dei millennials ma presuntuoso a sufficienza per tornare ogni giorno sui banchi di scuola della vita.

Ideatore e organizzatore del Piccolo Festival della Politica, autore di “De Luca, la comunicazione politica di Vincenzo De Luca da sindaco a social star” (Area Blu edizioni 2021)

335.7787028 | d.giordano@arcadiacom.it

Note metodologiche

Il monitoraggio del mood, delle menzioni e dell'engagement online è stato realizzato con la piattaforma **Liveinsights** di Blogmeter.

Quello degli insight totali sui canali Facebook, Twitter e Instagram è stato registrato con la suite di **FanpageKarma**

Il monitoraggio degli interessi e delle professioni sul pubblico che segue e commenta i contenuti di Renzi e Salvini è stato realizzato con la piattaforma **Talkwalker**.

Pubblicazione: ottobre 2021

Autore
Domenico Giordano

Altri articoli di comunicazione politica su votantonio.it

Progetto grafico
arcadiacom.it