

In continua crescita sui social i commenti negativi sull'operato del Campidoglio: sono passati dal 20 al 48%. Quelli positivi scesi dall'80 al 52%

Anche la rete bocchia la Raggi: crollo di 25 punti

■ Che non fosse tutt'oro quel che luccica sulle 5 Stelle capitoline si era capito da un pezzo. La forza del «web» però teneva ancora alta la bandiera del Movimento con Virginia Raggi alla guida di Roma Capitale. Una certezza che tuttavia, a otto mesi dall'insediamento, comincia a traballare, non poco. I dati dell'analisi condotta da «Reputation Manager», principale istituto italiano nell'analisi e misurazione della reputazione online di brand e figure di rilievo pubblico, parlano chiaro: i contenuti positivi nelle conversazioni online su Virginia Raggi, sono scesi dall'80 al 52%, e si è determinata un'impennata di commenti negativi, cresciuti dal 20 al 48%.

L'analisi è stata condotta tramite il monitoraggio di oltre 5.000 contenuti Ugc (User Generated Content), cioè i contenuti generati dagli utenti nei diversi canali online: post/commenti ad articoli, blog, Facebook. Il periodo di tempo monitorato va da gennaio 2016-gennaio 2017 ed è diviso in due differenti archi temporali, prima e dopo l'elezione a sindaco, con un focus sui cambiamenti di reputazione avvenuti dopo la consegna dell'avviso di garanzia. La ricerca è stata condotta con l'obiettivo di analizzare il cambiamento di opinione nei confronti di Virginia Raggi, dal momento della candidatura alla ricezione dell'avviso di garanzia nell'ambito dell'inchiesta relativa alla nomina a capo del Dipartimento turismo del Campidoglio di Renato Marra. Se nel periodo gennaio-giugno 2016, quindi tutto il semestre che ha preceduto l'elezione a sindaco, le conversazioni

online su Virginia Raggi esprimevano un commento positivo in 8 casi su 10 (80% a fronte di un 20% di negatività), dall'insediamento del sindaco a oggi (giugno 2016-gennaio 2017) l'opinione nelle conversazioni è peggiorato, con le negatività che hanno quasi raggiunto la metà del totale (48%, dato in continua crescita) mentre quelle positive si sono attestate al 52%, perdendo oltre 25 punti percentuali. «Virginia Raggi è riuscita a entusiasmare il popolo della Rete in fase di campagna elettorale - spiega Andrea Barchiesi, fondatore e amministratore delegato di Reputation Manager - in quella che possiamo definire una fase di dichiarazioni d'intenti, salvo poi perdere i "crediti" maturati in termini di fiducia e reputazione quando ha iniziato a svolgere il ruolo di sindaco. In questo cambiamento di tendenza, ha certamente influito un elemento fondamentale cioè che la Rete non dimentica. È il caso, ultimo in ordine cronologico, della presa di posizione del sindaco in favore dei taxisti, in netto contrasto con posizioni del movimento di due anni prima».

Fa riflettere anche il cambiamento degli argomenti dibattuti in rete: fino al 24 gennaio 2017 il paniere degli argomenti era molteplice (Olimpiadi, Referendum Costituzionale, ordinanze e formazione delle giunta), da quella data gli argomenti si sono focalizzati sui fratelli Marra e sulla richiesta di dimissioni. La «rete» insomma non solo non dimentica ma non perdona.

Sus. Nov.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

