

Pubblicato sulla rivista scientifica internazionale PloS One uno studio sulle elezioni politiche italiane del 2013

TWITTER PER PREVEDERE I RISULTATI ELETTORALI

Un gruppo di studiosi di IMT Lucca ha analizzato oltre 3 milioni di tweet: per la prima volta in Italia un approccio già utilizzato in altri Paesi

Lucca, 7 maggio 2014. “A multi-level geographical study of Italian political elections from Twitter data” (Uno studio geografico multilivello delle elezioni politiche italiane dai dati di Twitter) è il titolo dell’articolo pubblicato su PloS One e destinato a inaugurare in Italia un approccio innovativo per i sondaggi politici. Si tratta di una delle più complesse analisi dei comportamenti dei cittadini sui social network in relazione ai risultati elettorali in un grande Paese. Gli autori sono Guido Caldarelli, Alessandro Chessa, Fabio Pammolli, Gabriele Pompa, Michelangelo Puliga, Massimo Riccaboni e Gianni Riotta, tutti affiliati a vario titolo all’istituto IMT Alt Studi Lucca.

Il gruppo di lavoro composto da docenti, ricercatori, visiting professor e dottorandi di IMT Lucca ha raccolto ed esaminato, nel periodo antecedente le elezioni politiche del febbraio 2013, le attestazioni dei nomi dei leader politici (Berlusconi, Bersani-Renzi, Grillo, Monti) sui tweet degli Italiani, per un totale di 3 milioni e mezzo di tweet, e le ha messe in comparazione con l’esito delle votazioni. L’analisi dei “big data” ha riguardato le citazioni a dieci giorni, due giorni e un giorno dalle elezioni con un impressionante risultato: Twitter aveva previsto il pareggio poi verificatosi tra il Movimento 5 Stelle e il Partito Democratico, e la sconfitta di Scelta Civica. Inoltre dai dati di Twitter emerge la sorprendente ascesa del Popolo della Libertà dopo la massiccia presenza sui media di Berlusconi nei giorni precedenti le elezioni. Un successo indiscutibile se si pensa che i sondaggi tradizionali nelle ultime elezioni hanno sostanzialmente fallito.

Gli studiosi comunque affermano che con questa analisi non sia possibile prevedere con esattezza il risultato elettorale, ma che si possono mostrare con una buona approssimazione i reali rapporti di forza tra i partiti.

«Twitter è uno strumento privilegiato per due ragioni importantissime - spiega Guido Caldarelli, docente di Fisica Statistica presso IMT Lucca - perché la quantità di partecipanti alle discussioni politiche è di un ordine di grandezza superiore rispetto al numero di intervistati nelle statistiche tradizionali; e in secondo luogo perché gli utenti dei social network su internet, tendono in media (a parte casi particolari) a dire la verità più che nei sondaggi, perché non pensano di essere monitorati o analizzati. Si presume quindi che i dati espressi da utenti “genuini” siano maggiormente attendibili».

Altro oggetto di studio dei dati aggregati è l’incidenza dei temi più caldi di interesse comune, sempre legati ai nomi dei leader e ai rispettivi partiti: gli “hashtag” su twitter si discostano dai programmi elettorali, e si associano più facilmente alle trasmissioni televisive, attorno alle quali ruotano in tempo reale i dibattiti sui social media. Ne risulta che i cittadini italiani su Twitter si distinguono innanzitutto per la gran frequenza di insulti. Tra gli altri temi prevalgono il lavoro e l’Imu, mentre le #dimissioni di vari personaggi politici vengono invocate a gran voce.

«Nel Data driven journalism l'esperienza di analisi politica di IMT, condotta in collaborazione con La Stampa e Sky durante le elezioni italiane 2013, è un esperimento d'avanguardia internazionale - dichiara Gianni Riotta, giornalista e Visiting Professor presso IMT Lucca e Princeton - La tecnica è oggi solo nella sua infanzia, ma non c'è dubbio che l'informazione del futuro non potrà più farne a meno».

Primi in Italia a presentare uno studio completo sul rapporto tra online social media e proiezioni elettorali, come già sperimentato in USA, a Singapore, in Olanda e in Spagna, gli studiosi di IMT Lucca si ripromettono di elaborare un modello di analisi, eventualmente da utilizzare anche nelle prossime competizioni elettorali, inaugurando un filone di "data driven journalism", in corsa con l'accelerazione mediatica del villaggio globale.

L'articolo completo è reperibile gratuitamente al link

<http://www.plosone.org/article/info:doi/10.1371/journal.pone.0095809>

PLOS ONE è una rivista di carattere scientifico che si interessa prevalentemente di biologia, informatica, medicina, fisica, statistica e scienze sociali e macro economia, la cui redazione ha base a San Francisco (CA): www.plosone.org.

Info:

ufficiostampa@imtlucca.it

Tel.: 0583 4326742