



Padre, Figliuolo e spirito sano. Dalle parole ai vaccini fatti

Di Domenico Giordano | 29/05/2021 -
Verde e blu



Il commissario straordinario si svicola a debita distanza dal facile clamore mediatico, nonostante in questi tre mesi non gli siano mancate le occasioni per momenti di visibilità. Dati e proiezioni della vaccinazione anti-Covid. L'analisi di Domenico Giordano, spin doctor di Arcadia, fondatore del Piccolo Festival della Politica

Mettiamola così, senza alcuna enfasi perché è lo stesso **Figliuolo** a svicolare, a tenersi a debita distanza dal facile clamore mediatico, nonostante in questi tre mesi non gli siano mancate le occasioni per ritagliarsi momenti di visibilità diretta o riflessa.

Invece, il commissario straordinario giorno dopo giorno si è dedicato a fare il lavoro per il quale è stato chiamato dal premier **Draghi** agli inizi di marzo: vaccinare quanti più italiani nel più breve tempo possibile.

Così, la tabella di marcia stilata pubblicamente dal generale degli alpini che non ha mai smesso la sua mimetica, a dispetto pure degli affondi irriverenti di **Vincenzo De Luca** che aveva ironizzato sulla scelta di non svestire l'abito del militare, prevedeva come "dalla seconda decade di aprile ci saranno gradualmente 500 mila vaccinazioni al giorno. A fine mese arriveremo a 15 milioni di dosi di vaccini, nel prossimo trimestre ne avremo 52 milioni, nel terzo 84 milioni di dosi".

Tweet di @formicheneews



Formiche
@formicheneews

Recovery #cyber. L'agenzia vista da Soi e Martino

Una riforma chiave della governance cyber. Che deve trovare posto nel PNRR e uscire dalla trappola del "costo

Un cronoprogramma ambizioso, se confrontato con i risultati ottenuti dalla precedente gestione a gennaio e febbraio e che potrebbe essere misurato anche tracciando un parallelismo tra il mood della rete nei confronti del commissario straordinario e la messa a regime del piano nazionale di vaccinazioni nelle settimane successive alla sua nomina.

Così per recuperare una quota più ampia di parlato e avere dei risultati maggiormente stringenti, la keyword utilizzata, indagando il database di LiveInsights, è stata costruita aggiungendo al cognome anche l'hashtag #Figliuolo.



Nel primo periodo dell'analisi, dal 1° al 31 marzo, il parlato in rete fa registrare un mood positivo del 41,88%, che è per certi aspetti un dato sorprendente, considerata l'eredità raccolta da Figliuolo che subentrava ad Arcuri, quest'ultimo attaccato da più parti per le continue falle e inefficienze della organizzazione approntata per vaccinare gli italiani.

Questo dato però è anche la conseguenza di tre elementi immateriali che non devono essere sottovalutati: in primis, l'obiettivo delle 500mila dosi inoculate giornalmente, indicato da Figliuolo nell'intervista del 15 marzo a **Fabio Fazio**, non di meno il radicato senso di benevolenza tipicamente italiano, di mostrarsi tolleranti e accondiscendenti nei confronti di tutto ciò che è nuovo rispetto al passato, e, infine, la considerazione, checché se ne pensi, della fascinazione esercitata comunque dalla divisa.

Per tutto il mese di marzo, quando la media delle vaccinazioni stentava a decollare e rasentava le 300 mila dosi quotidiane, quindi lontana dall'obiettivo annunciato, Figliuolo riesce a conquistare gli italiani in rete anche per numero di menzioni, ben 37 mila e per l'engagement che riesce a generare tra gli utenti, pari a 4,19 milioni. Ad accompagnare il generale in questa breve luna di miele sono soprattutto il parlato che passa attraverso i social network e in particolare Facebook che ne raccoglie il 39,73% e, con una certa meraviglia, Twitter che invece è al 28,01%.

La benevolenza delle prime settimane, però, si affievolisce nel secondo mese del mandato. Ad aprile infatti, quei sentimenti di tolleranza e fiducia diffusi non riescono a sostenere la botta delle prime critiche ma, in particolare, a far calare il mood ci si mettono gli attacchi, più o meno aperti, che arrivano dai presidenti delle regioni che un giorno sì e l'altro pure lamentano ritardi nelle consegne dei vaccini.

zero"...formiche.net/2021/05/agenzi...


[Incorpora](#)
[Visualizza su Twitter](#)

Luiss Business School

Geopolitics & New Technologies

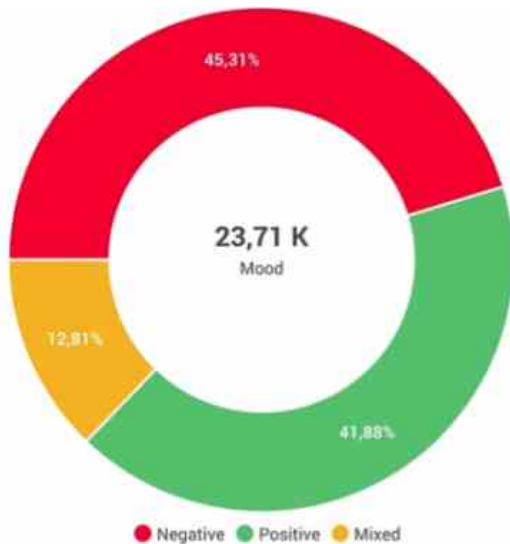
Executive Summer Intensive Programme

5 giorni di formazione full-time per professionisti delle relazioni pubbliche

12-16 luglio 2021 | Villa Blanc, Roma

Scopri di più





La perdita netta è di dieci punti percentuali, esattamente dal 41,88% al 31,17% e stride con la crescita silenziosa delle vaccinazioni giornaliere e con l'apertura degli hub vaccinali.

SOTTOSCRIVI SUBITO UN
ABBONAMENTO A FORMICHE PLUS

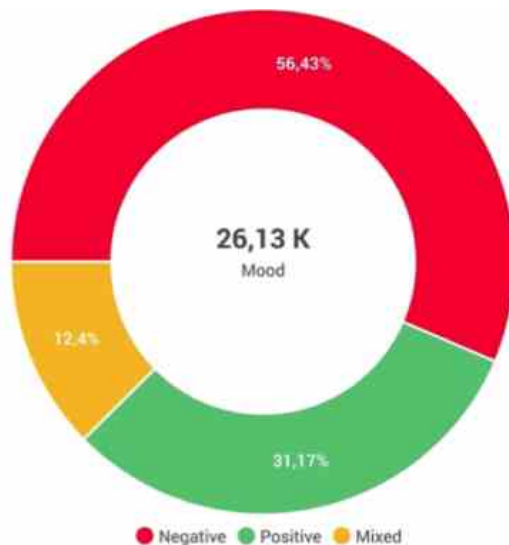
Il mondo di Formiche dove e quando vuoi

ABBONATI SUBITO

Tra la seconda e la terza settimana di aprile, la campagna di vaccinazione prende finalmente la velocità tanto attesa: viene abbattuto il muro delle 400 mila dosi inoculate ogni giorno e, al termine della quarta, senza le fanfare e le autocelebrazioni tanto care alla politica disintermediata, il generale Figliuolo taglia il traguardo, e non di poco, delle 500 mila dosi al giorno con un primo record a 547.336 dosi.

Però, il lavoro volutamente silenzioso del commissario straordinario viene zavorrato dalle dichiarazioni multiple dei presidenti di regione che provano a scaricare sul governo centrale le tensioni locali.

Inoltre, se a marzo erano i canali social dei leader nazionali a sostenere il debutto del

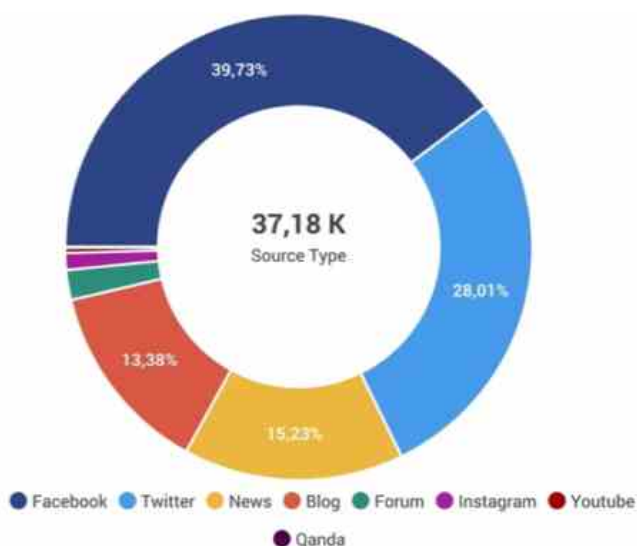


neocommissario, in particolare le fanpage dei due Matteo, ovvero **Salvini** con 684 menzioni e **Renzi** con 187, riuscendo a cumulare insieme più di un quarto dell'intero engagement del mese, ad aprile sono le pagine Facebook dei leader "regionali" a martellare in negativo Figliuolo: in pole position ovviamente **Vincenzo De Luca** con 161 menzioni, poi a seguire **Stefano Bonaccini** con 82, **Giovanni Toti** con 75, **Michele Emiliano** con 59, **Eugenio Giani** con 52.

Per avere un efficace termine di paragone e dare un peso specifico alle menzioni dei presidenti regionali è sufficiente mettere a confronto la fanpage di Vincenzo De Luca con quella di **Enrico Mentana**: la seconda cita Figliuolo ben 382 volte generando un engagement tra gli utenti di 10.880, il primo invece si ferma, come detto, a "sole" 161, quindi meno della metà, ma con un engagement tre volte superiore con 29.910.



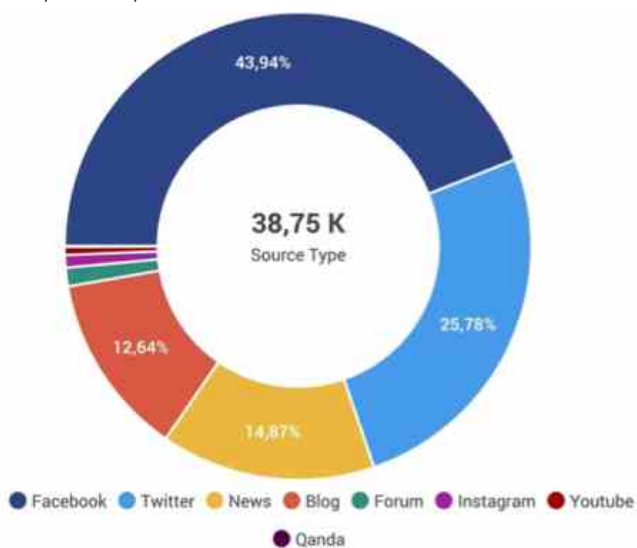
Inevitabilmente, il deterioramento del mood su Figliuolo si accompagna a un ampliamento della fetta di parlato assorbita da Facebook, dal 39,73 al 43.94% mentre si mantiene ancora alta quella di Twitter con un eccellente 25,78%



Se son rose fioriranno e considerato che maggio è per antonomasia il mese delle rose, nella seconda e terza settimana del terzo periodo analizzato, dal 1° al 28 maggio, il generale Figliuolo con i risultati si

riprende tutto l'affetto degli italiani: nella seconda settimana di maggio vengono vaccinati 565.681 italiani al giorno, mentre nella terza si sale ancora con 570.653 dosi giornaliere e un totale di vaccinazioni di 33.555.795 (aggiornato alle ore alle 06.09 del 29 maggio 2021), dati che contribuiscono a far risalire il mood e a riportarlo ai livelli di marzo, seppur con un lievissimo scostamento di meno di un punto percentuale, dal 41,88 al 41,18%.

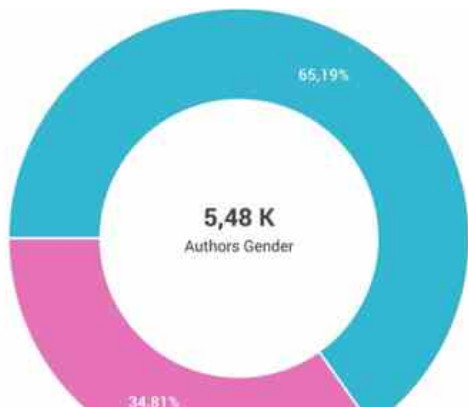
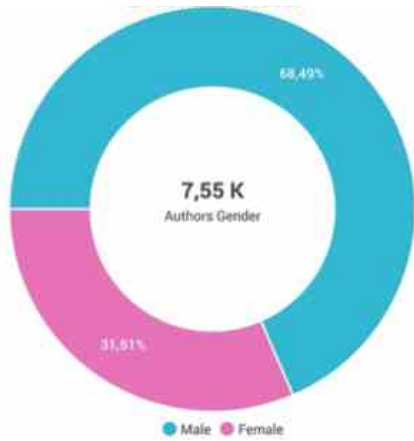
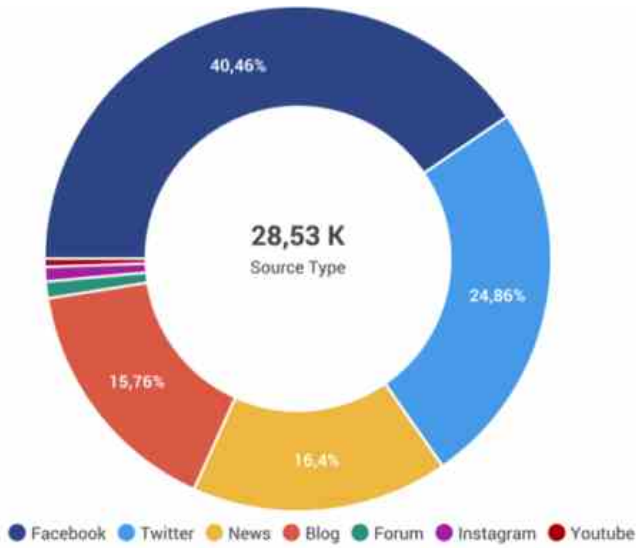
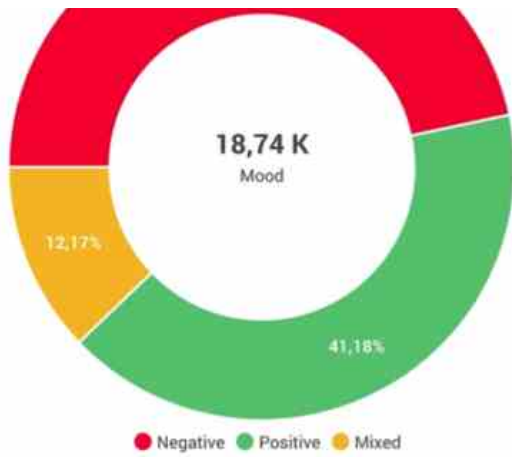
Nella ripartizione dei territori digitali che accolgono il parlato su Figliuolo continua a confermarsi anche a maggio il predominio assoluto delle due piattaforme social, Facebook e Twitter, che



messe assieme raggiungono più dei due terzi delle discussioni, pari al 65,32%, mentre un dato sul quale è opportuno soffermarsi è la crescita lenta ma significativa dell'universo femminile tra gli utenti che intervengono nelle discussioni, un'attenzione legata a diverse ragioni che meriterebbe un'analisi diversa da questa attenta in particolare ai numeri.

A marzo, infatti, la torta del genere pesava rispettivamente per il 30,32% sulla quota femminile e il 69,68% su quella maschile, di contro nell'ultimo mese, a maggio, la prima cresce fino al 34,81% e la seconda scende al 65,19%.







● Male ● Female

Condividi tramite



Articoli Correlati:

1. [La città nel new normal dopo il virus. Più sicura, sostenibile e connessa](#)
2. [Funivia Stresa-Mottarone, ecco cosa è successo. Fatti, reazioni e immagini](#)
3. [Giornata mondiale della biodiversità. La natura ci salverà](#)
4. [La Florida come la Russia si fa l'internet di Stato. Vietato bloccare i politici sui social](#)
5. [Il digitale \(sicuro\) per l'energia. Leonardo e Maire Tecnimont uniscono le forze](#)



ANALISI, COMMENTI E SCENARI

Formiche è un progetto culturale ed editoriale fondato da Paolo Messa nel 2004 ed animato da un gruppo di trentenni con passione civile e curiosità per tutto ciò che è politica, economia, geografia, ambiente e cultura.

Nato come rivista cartacea, oggi l'iniziativa Formiche è articolata attraverso il mensile (disponibile anche in versione elettronica), la testata quotidiana on-line www.formiche.net, una testata specializzata in difesa ed aerospazio "Airpress" (www.airpressonline.it) e un programma di seminari a porte chiuse "Landscapes".

INFORMAZIONE

Le foto presenti su Formiche.net sono state in larga parte prese da Internet e quindi valutate di pubblico dominio. Se i soggetti o gli autori avessero qualcosa in contrario alla pubblicazione, lo possono segnalare alla redazione (tramite e-mail: formiche.net@gmail.com o al tel. 06.45473850) che provvederà prontamente alla rimozione delle immagini utilizzate.

Chi siamo [Contatti](#) [Privacy policy](#)

SEGUICI SU



Copyright © 2021 Formiche – Base per Altezza srl Corso Vittorio Emanuele II, n. 18, Partita IVA 05831140966

Realizzato da

i say