



L'attività politica ad Assisi 2015-2020

Report sulla presenza della politica fuori dalle campagne elettorali

di Paolo Ansideri

Un ringraziamento a Gabriele Caldari per la collaborazione

Indice

Premessa

1. Incontri pubblici	pg. 3
2. Siti web	pg. 4
3. Il sito del Comune di Assisi	pg. 5
4. Il Documento Unico di Programmazione (DUP)	pg. 8
5. Comunicati Stampa	pg. 9
6. I social media: Facebook, Twitter, Instagram. I contenuti	pg. 9
Tabella statistica n° 1 - Quadro generale attività sui social media. Anagrafica soggetti.pdf	
Tabella statistica n° 2 - Quadro generale attività sui social media. Storico soggetti.pdf	
Tabella statistica n° 3 - Attività sui social media riaggregata per gruppi politici e istituzione.pdf	
Tabella statistica n° 4 - Social media: totale Twitter e Instagram da inizio attività.pdf	
Tabella statistica n° 5 - Riepilogo tabelle 1-4.xlsx	
Tabella statistica n° 6 - Report da Fanpage Karma.com pagine Fb feb.-mar. 2021 secondo indicatori di prestazioni.pdf	

Premessa

Questa ricerca nasce in realtà come supporto, o lunga premessa, per una mia riflessione sul senso e la pratica politica nel territorio di Assisi che svilupperò, a questo punto, in successivo articolo. Il report costituisce comunque, credo, una base attendibile per le considerazioni che chiunque può fare sullo stato dell'arte della politica, delle attività e dei comportamenti dei suoi attori, ma in realtà anche sulle consuetudini, modalità e mezzi più o meno condivisi del pensiero politico corrente. Sono questi mezzi, potrebbe dire qualcuno, già strumenti orientati, quindi non neutrali, di formazione dell'ambiente politico-culturale entro il quale viene a formarsi la pubblica opinione e dove quindi si generano le inclinazioni dell'elettore. La raccolta dei dati che qui si propone ha il senso di volersi affrancare dalla semplice memoria personale, già inficiata dal proprio orientamento o pre-giudizio politico, per poter approdare ad un esame conoscitivo dell'esistente quanto più possibile oggettivo.

Quale attività pubblica si manifesta come attività, evento, "oggetto" politico?

Come si comunica, quanto si comunica, cosa e con chi si comunica?

Chi sono i "produttori" di contenuti politici? Dove si svolge la politica?

Come è stato interpretato il ruolo di soggetto politico da chi ha deciso di cimentarsi in questo ruolo pubblico? Dove e come sono reperibili gli elementi fondanti di una proposta politica, o la sua esposizione unitaria, che siano un che di altro o ulteriore rispetto al semplice sentimento di appartenenza ad un determinato orizzonte politico di riferimento?

Il perimetro di ricognizione risponde anche all'intento di esaminare le azioni delle forze politiche al di fuori dei periodi elettorali che notoriamente alterano, secondo tempi cadenzati e in modalità propagandistica, il normale trend della "produzione politica". In questo senso quindi, escludendo le attività dei periodi elettorali, anche se citati nell'analisi dei social (elezioni amministrative del 5 e 19 giugno e referendum costituzionale del 4 dicembre 2016,



politiche del 4 del marzo 2018, europee del 29 maggio e regionali del 27 ottobre 2019, referendum costituzionale confermativo del 20 e 21 settembre 2020) ho provveduto a esplorare tutti i luoghi e modi in cui le attività politiche si sono espresse.

I soggetti e il contesto di ricerca

I soggetti politici interessati all'indagine sono tutte le forze politiche che dal 2016 al 2020 hanno partecipato alla vita politica, ad eccezione di quelle che a gennaio 2021 non avevano ancora manifestato la volontà di ripresentarsi alle elezioni amministrative 2021.

Sono soggetti politici tutte le persone che, in quel periodo e limitatamente ad esso (intendo per periodo l'intero anno in cui l'attività inizia o cessa), hanno svolto una funzione pubblica perché eletti o perché al vertice di una compagine politica, con le ulteriori restrizioni qui indicate (per esigenze di limitazione del campo): il sindaco e tutti gli assessori che si sono succeduti nella giunta, tutti i capigruppo che si sono succeduti in consiglio (quindi non tutti i consiglieri), tutti i segretari di partito che si sono succeduti alla guida degli stessi. È soggetto politico l'istituzione Comune di Assisi.

Il contesto di ricerca, (rispondendo alla domanda sopra esposta sul dove si è svolta la politica) è costituito quindi da:

incontri pubblici, siti web, sito del Comune di Assisi, Documento Unico di Programmazione, comunicati stampa, i social media Facebook, Twitter, Instagram.

I soggetti sono:

Istituzione: Comune di Assisi

Forze politiche: Assisi Domani, Cristiano Riformisti, Partito Democratico, Fratelli d'Italia, Lega, Forza Italia, Lista Civica - Sindaco Bartolini, Movimento 5 Stelle, Uniti per Assisi, A Sinistra per Assisi

Componenti della Giunta: Stefania Proietti, Simone Pettirossi, Veronica Cavallucci, Massimo Paggi, Eugenio Guarducci, Claudia Maria Travicelli. Valter Stoppini e Alberto Capitanucci. Per Italo Rota, assessore all'urbanistica 2017-2018, pur presente nei social, assente negli articoli del sito del Comune, non si è ritenuto interessante censire dati per la estraneità al tessuto locale degli stessi.

Capigruppo in Consiglio comunale: Giuseppe Cardinali, Luigi Bastianini, Federico Masciolini, Moreno Fortini, Giorgio Bartolini, Fabrizio Leggio, Antonio Lunghi

Segretari/coordinatori di partito: Barbara Chianella, Mauro Casciola, Federico Calzolari, Stefano Pastorelli, Jacopo Pastorelli, Fosco Valorosi, Leonardo Paoletti, Luigi Ciotti.

Consiglieri del Consiglio Comunale 2016-21 esclusi dalla ricerca

Assisi Domani: Carlo Miglioni, Paolo Sdringola

Partito Democratico: Franco Matarangolo, Donatella Casciarri, Francesca Corazzi, Federica Lunghi, Paolo Lupattelli

Lista Lunghi Sindaco: Ivano Bocchini

Lista Bartolini: Emidio Fioroni

I contenuti

La domanda sopra indicata, "Cosa si comunica?", può essere anche declinata come la richiesta di comprendere di cosa si occupa la politica nella città di Assisi e più specificamente di cosa si occupa per la città di Assisi. Cioè quali sono i suoi contenuti.

Di questo si tratta nella sezione "Il Documento Unico di Programmazione (DUP)", per quanto riguarda l'amministrazione comunale, mentre per tutti gli altri soggetti questo viene tratteggiato in maniera sintetica nella sezione "I social media", che rappresentano a tutti gli effetti il collettore in cui si depositano tutti gli argomenti trattati, ricoprendo così anche la funzione di archivio condiviso. Archivio condiviso on line, quindi disponibile, ma come si può ben capire, di improbabile accesso per la consultazione.



Questo è però oggetto di ben altre considerazioni, qui sì personali e senza la pretesa dell'oggettività, che mi riservo di proporre, come anticipato, nel prossimo articolo.

Ribadendo che dato che non saranno presi in considerazione i periodi elettorali, non saranno analizzati di conseguenza neanche i contenuti proposti dalle varie forze politiche in quelle occasioni. Come più avanti specificato, sarà invece considerata la sola partecipazione alle campagne elettorali da parte dei soggetti di cui qui ci si occupa.

Nota sulla attendibilità dei dati

Data la complessità e dispersione dei dati è possibile che alcuni mi siano sfuggiti o che siano da correggere, resto quindi a disposizione per tutte le modifiche che dovessero essermi segnalate.

1. Incontri pubblici

Gli incontri pubblici sono gli incontri o iniziative organizzati dai soggetti politici, con lo scopo di confrontarsi con la cittadinanza su specifici temi locali, o anche di rilevanza extra cittadina, ma che comunque coinvolgono la stessa in quanto comunità nazionale. Non sono considerati incontri pubblici tutti gli incontri riservati agli iscritti dei partiti.

Il metodo di rilievo adottato è consistito nella ricerca, digitando come parole chiave i nomi dei partiti, nei siti dei quotidiani locali on line. Oltre a questo si è proceduto con la consultazione dei social media e del sito del Comune di Assisi.

Amministrazione

Gli incontri dell'amministrazione, selezionati come incontri di valenza più strettamente politica, sono gli incontri con la cittadinanza sullo stato di attuazione del programma di mandato, denominati "Il Sindaco Stefania Proietti e l'amministrazione comunale incontrano la cittadinanza", ed altri qui sotto citati, tutti si sono svolti nel Capoluogo e nelle diverse frazioni. Sono stati esclusi tutti gli altri incontri di qualsiasi tipo (eventi, celebrazioni, incontri culturali ecc..).

ott.- dic. 2016 - 15 incontri con la cittadinanza

ott.- dic. 2017 - 16 incontri con la cittadinanza

25/08/18 – L'amministrazione comunale incontra i giovani

nov. 2018 - 18 incontri con la cittadinanza

ott. – dic. 2019 - 13 incontri con la cittadinanza

Totale 2016-20 = 63 incontri

Partito Democratico

10/10/16 - Assisi 2016-2026: idee e proposte per il futuro

29/09/17 - Il futuro del centro storico di Assisi

25/11/17 - Giornata internazionale contro la violenza sulle donne

10/02/19 - Manovra finanziaria 2019

Totale 2016-20 = 4 incontri

Lega Umbria

12/01/20 – Manifestazione per riapertura Piazza del Comune, Assisi

06/09/20 – RipuliAmo Assisi, passeggiata ecologica di recupero rifiuti abbandonati

18/10/20 – RipuliAmo Assisi

21/12/20 – Raccolta alimentare

Totale 2016-20 = 4 incontri

Forza Italia

16/04/18 – Costruire insieme il futuro di Assisi

Totale 2016-20 = 1 incontro



Movimento 5 Stelle

17/10/16 - Pirogassificatore della Fragola Spa
28/02/17 - Comunità "Piccolo Carro" di Assisi
14/03/17 - Colussi e Fonderie Tacconi
30/03/17 - Turismo
09/08/18 - Baratto amministrativo
03/09/18 - Consumo del suolo
Totale 2016-20 = 6 incontri

A Sinistra

25/05/18 – Monte Subasio
Totale 2016-20 = 1 incontro

2. Siti Web

Quasi tutte le formazioni politiche che operano nel territorio assisano, non hanno siti web.

Il Movimento 5 Stelle - Assisi. All'inizio di questa ricerca, dicembre 2020, era proprietario del sito <http://www.m5sassisi.it> che è stato successivamente chiuso (gennaio/ febbraio 2021), come confermato dal portavoce Fabrizio Leggio.

La struttura. Non avendo per tempo annotato le caratteristiche, tratteggio a memoria i dati salienti confermati dal portavoce. Sostanzialmente fermo al programma elettorale del 2016, successivamente, negli anni 2017-18 vi è stato pubblicato quanto veniva prodotto dal consigliere Leggio in consiglio comunale. I contenuti del programma elettorale 2016 erano suddivisi per aree tematiche (ambiente, turismo, attività economiche ecc..) frutto dell'elaborazione di gruppi di lavoro degli iscritti e di assemblee cittadine.

Assisi Domani ha un sito in costruzione

<http://www.assisidomani.it>



Lega Umbria Assisi. È rappresentata dal sito personale di Stefano Pastorelli, segretario Lega Umbria Assisi e Capogruppo Lega nel Consiglio regionale dell'Umbria.

La struttura. È attivo già dal 2015 ed il menù si apre con queste sezioni: copertina, info, ultime notizie, video e recensioni. La sezione ultime notizie è la parte centrale del sito, si tratta di un blog cronologico dal 2015 che altro non è che un collegamento ai post prodotti sulla pagina FB¹ alla cui analisi quindi si rimanda nelle pagine successive. Anche i video sono una condivisione da FB e le recensioni, commenti di apprezzamento alla persona.

<https://www.stefanopastorelli.com>



¹ <https://www.facebook.com/stefanopastorelliLEGA/>

Di seguito, a titolo di informazione compartiva, i link dei siti ufficiali dei partiti nazionali rappresentati nel consiglio comunale di Assisi

<https://www.partitodemocratico.it>



<https://legaonline.it>



<https://www.fratelli-italia.it>



<http://www.forza-italia.it>



<https://www.movimento5stelle.it>

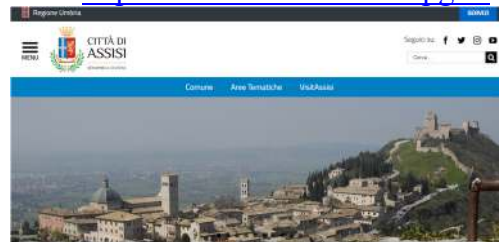


<https://www.ilblogdellestelle.it>



3. Il sito del Comune di Assisi

<http://www.comune.assisi.pg.it/>



Per poter individuare ciò che più da vicino interessa la presente ricerca sulla comunicazione politica locale, occorre brevemente entrare all'interno del sito web istituzionale della Città di Assisi.

L'home page del sito del Comune di Assisi si apre mostrando la seguente tripartizione:

Comune², da qui si ha accesso alla struttura amministrativa e organizzativa del comune (Sindaco, giunta, consiglio, uffici, amministrazione trasparente ecc); Aree tematiche³, si accede agli ambiti entro cui si svolgono le attività degli amministratori (ambiente, cultura, urbanistica, turismo ecc.); Visit Assisi⁴, da qui si accede al portale turistico della città.

Tutto quello che viene prodotto dall'attività amministrativa viene pubblicato nel sito ed ogni singola pubblicazione è definita "articolo", tutti gli **articoli**⁵ (a volte chiamati anche pubblicazioni come nel riepilogo di ogni area tematica⁶) sono suddivisi in Aree tematiche (di cui si è detto sopra) e sezioni.

In fondo ad ogni articolo compaiono le aree e le sezioni in cui è annoverato, lo stesso articolo può comparire in più aree ed in più sezioni.

Le **aree tematiche** sono:

Agenda Digitale e Smart City (informazioni sui servizi on line, l'Agenda Digitale ecc..)

² <http://www.comune.assisi.pg.it/comune/>

³ <http://www.comune.assisi.pg.it/aree-tematiche/>

⁴ <http://www.visit-assisi.it/>

⁵ <http://www.comune.assisi.pg.it/articoli/>

⁶ <http://www.comune.assisi.pg.it/aree-tematiche/agenda-digitale-e-smart-city/>



Ambiente e Rifiuti (informazioni sull'ambiente, lo smaltimento dei rifiuti ecc..)
Commercio, Economia, Tributi (informazioni per le imprese, tassazioni ecc..)
Istituzione (vi sono raccolte tutte le notizie riguardanti le attività istituzionali)
Urbanistica, LL PP, Edilizia (informazioni su edilizia e lavori pubblici)
Polizia locale e Sicurezza (informazioni su viabilità, contravvenzioni, occupazione suolo pubblico ecc..)
Rapporti Internazionali (informazioni sui rapporti internazionali, eventi, gemellaggi ecc.)
Scuola, Educazione e Infanzia (informazioni sui servizi scolastici)
Servizi ai cittadini (informazioni ai cittadini su anagrafe, stato civile ecc.).
Sociale e Welfare (informazioni sui servizi sociali)
Turismo, Cultura e Sport (informazioni su culturali, sport e turismo)
Viabilità e Trasporti (informazioni su mobilità in città, parcheggi ecc..)

Le **sezioni** sono raggruppamenti di articoli secondo un'omogeneità di classificazione diversa da quella dell'area tematica, ad esempio alla sezione "Emergenza Covid" afferiscono tutti gli articoli che hanno a che fare con questa, nella sezione "Eventi" tutti gli articoli su eventi e quindi "Avvisi pubblici", "Bandi di gara e contratti" ecc...

Non ho rinvenuto un elenco delle sezioni, ma se ne può ricavare uno approssimativo rinvenendoli a piè articoli. Sono sezioni anche i componenti della giunta:

Sindaco Stefania Proietti

Assessore Valter Stoppini

Assessore Alberto Capitanucci

Assessore Veronica Cavallucci

Assessore Massimo Paggi

Assessore Simone Pettirossi.

In questo caso le sezioni sono usate come semplici "tag", che segnalano per esempio la presenza dell'assessore ad un evento collettivo (v. celebrazioni del 25 aprile 2019⁷), non sono quindi da attribuire in senso restrittivo a competenze del sindaco o dell'assessore.

Costituiscono poi sezioni anche gli ambiti che più da vicino interessano questa ricerca:

Notizie e Comunicati stampa.

In questo senso si rileva che non tutti gli articoli sono classificati come notizie o comunicati stampa (ad esempio Atti e Pubblicazioni o Avvisi Pubblici⁸), che non tutte le notizie sono anche comunicati stampa⁹ e che tutti i comunicati stampa sono sempre notizie¹⁰, cioè non tutte le notizie sono oggetto di comunicazione all'opinione pubblica tramite organi di stampa.

Un elemento utile, integrativo delle tabelle statistiche, può essere il **rapporto tra alcuni dati.**

Triennio 2018-20

Sono stati prodotti 558 articoli, di questi 286 sono notizie di cui 127 (da luglio 2018) sono diventate comunicati stampa.

Considerazione sui comunicati stampa: il dato andrebbe maggiormente approfondito per sapere se effettivamente in tre anni le testate giornalistiche hanno ricevuto dall'ufficio stampa del comune 127 comunicati, cioè 42 in un anno e circa 4 al mese.

Nelle sezioni che afferiscono ai componenti della giunta, sono stati pubblicati in ordine decrescente i seguenti articoli.

⁷ <http://www.comune.assisi.pg.it/2019/04/25/festa-della-liberazione-inaugurata-la-targa-a-giovanni-becchetti-e-deposta-la-corona-al-monumento-ai-caduti/>

⁸ <http://www.comune.assisi.pg.it/2021/01/21/emergenza-alimentare-covid-19-misure-di-sostegno-alle-famiglie-disagiate-buoni-spesa-2021/>

⁹ <http://www.comune.assisi.pg.it/2020/12/24/la-nativita-digitale/>

¹⁰ <http://www.comune.assisi.pg.it/2020/08/14/assisi-deve-essere-inserita-tra-le-citta-darte/>



Stefania Proietti - 168 (da ago. 2018)
Simone Pettirossi – 84 (da giu. 2018)
Valter Stoppini - 35 (da agosto 2018)
Massimo Paggi – 28 (da ott. 2018)
Veronica Cavallucci – 24 (da nov. 2018)
Alberto Capitanucci - 15 (da apr. 2018)

Periodo 2017-20, aree tematiche

Gli articoli attribuiti alle varie aree sono stati, in ordine decrescente, così suddivisi (ricordo che ogni articolo può essere attribuito anche a più aree)

Istituzione - 263
Servizi ai cittadini - 220
Sociale e Welfare - 170
Turismo, Cultura e Sport – 134
Scuola, Educazione e Infanzia - 134
Urbanistica, LL PP, Edilizia - 132
Agenda Digitale e Smart City - 83
Commercio, Economia, Tributi - 56
Polizia locale e Sicurezza - 56
Ambiente e Rifiuti - 55
Viabilità e Trasporti - 7
Rapporti Internazionali - 5

Considerazioni

Per quanto riguarda i contenuti delle pubblicazioni, andrebbe qui espressa una sintetica rappresentazione, come si farà più avanti per i contenuti dei social media. Ma data la mole dei dati, credo che sia corretto, anche se non esaustivo, limitarsi alle considerazioni relative ai comunicati stampa in quanto vanno interpretati come la modalità politica con cui l'amministrazione intende manifestarsi alla pubblica opinione, essendo gli altri ambiti (notizie e più in generale articoli) più in ombra e di difficile reperimento per la stessa.

L'opinione pubblica si "affaccia" sui media e difficilmente entra nei siti proprietari.

Ciò detto, anticipando quanto si dirà nella sezione comunicati stampa, la comunicazione odierna trova nelle testate giornalistiche in senso stretto, una parte, se pure la più autorevole, dell'universo comunicativo: tutto quello che localmente trova spazio nei quotidiani/periodici sia stampati che on line, è replicato (quasi al 100%) nelle pagine e profili dei social media, sì che automaticamente gli stessi comunicati, anche istituzionali, vengono pubblicati anche su Facebook. Di conseguenza analizzando i contenuti dei social, si analizzano anche i contenuti dei comunicati stampa. Si rimanda quindi a quanto più avanti si dirà sui contenuti delle/dei pagine/profili Facebook, Twitter e Instagram.

Sarebbe comunque interessante, forse, capire il criterio di selezione adottato nel passaggio da notizia (che rimane solo nel sito) a comunicato (destinato alla diffusione), che potrebbe rivelare la linea "politica, editoriale" che si è perseguita, fatta salvo la intuibile scelta di non fare oggetto di comunicato tutti i bandi ed avvisi ed atteso che per questi gli obblighi di legge, di notorietà degli atti, vengano comunque rispettati.

Gli assessori Stoppini e Capitanucci non sono presenti nei social, l'assessore Paggi è presente negli stessi in modo privato, per tutti questi quindi, per poter dar conto del loro contributo al dibattito pubblico, ci si deve riferire a quanto reperibile e pubblicato nelle sezioni degli assessorati che portano il loro nome.

Per fornire un quadro unitario, queste annotazioni sono quindi trasferite nel paragrafo "I social media" cui si rimanda.

4. Il Documento Unico di Programmazione (DUP)

È reperibile nel sito del Comune di Assisi nei suoi vari stati di aggiornamento, qui indico i link alla prima stesura di inizio mandato (Sezione operativa 2017-20, 27 ottobre 2016)¹¹ e dell'ultimo aggiornamento (Sezione operativa 2021, 11 gennaio 2021)¹², entrambi sono comunque scaricabili dal sito www.confrontiassisi.it, sezione Documenti.¹³

Il DUP è il più importante strumento di guida politico amministrativa a partire dal quale sono regolate tutte le attività della giunta, viene approvato dal Consiglio Comunale ed è stato introdotto dal legislatore per permettere "... l'attività di guida strategica ed operativa degli enti locali e consente di fronteggiare in modo permanente, sistemico e unitario le discontinuità ambientali e organizzative" ed è " .. il presupposto necessario di tutti gli altri documenti di programmazione"¹⁴.

A seguire una breve **sintesi dei nodi politicamente rilevanti**, ma si rimanda al documento integrale per una corretta cognizione dello stesso.

La visione strategica

Assisi può diventare per il mondo un apri-pista per un nuovo umanesimo, per nuove soluzioni di cura del creato, per nuovi percorsi di pace, per nuovi schemi di sviluppo umano sostenibile e integrale.

Assisi va vista come un unico, complesso ecosistema e vivo non statico: è l'immensità del suo centro storico, la ricchezza delle sue frazioni, la freschezza della sua montagna, la vivacità della sua pianura. È un Ecosistema fatto di territorio, storia, cultura e tradizioni, legami ed alleanze, tra la società civile e le comunità religiose.

Obiettivi strategici di mandato

Gli obiettivi di mandato si basano su questi principi cardine: individuazione delle esigenze attraverso l'analisi, la consultazione e la partecipazione attiva; la protezione dell'ambiente, la gestione virtuosa della finanza pubblica e il buon governo; l'offerta di servizi efficienti e l'attenzione verso tutti i cittadini, in particolare i più deboli e fragili, attraverso l'oggettività e l'imparzialità dei giudizi, l'onestà nelle decisioni.

In questo contesto **l'amministratore della città deve**: pensare ai bisogni di tutti, agire in modo trasparente, agire con criteri di sostenibilità, intrecciare ragionamenti diversi in una sintesi comune, porsi obiettivi di benessere sociale e bene comune, lavorare a dinamiche di inclusione, accettare e stimolare il dialogo, ascoltare e comunicare con i cittadini, rendere partecipata la vita pubblica, valutare prima di fare e verificare gli effetti delle azioni

Le linee programmatiche del mandato 2016-21

- Organizzazione dell'ente, amministrazione e partecipazione - *il comune più vicino ai cittadini*
- Turismo, cultura, valorizzazione dei contenitori culturali - *il respiro internazionale di Assisi, città della pace*
- Tutela dell'ambiente e sviluppo sostenibile - *Assisi, capitale mondiale dell'ecologia*
- Famiglia, relazioni, servizi per le persone e per la vita - *un nuovo modo di fare politica: i più fragili al centro*
- Opere pubbliche, patrimonio, urbanistica, territori - *parola d'ordine: vivibilità*
- Viabilità e mobilità - *centro e frazioni.... non esistono periferie*
- Formazione, scuola, educazione, università - *sapere è ... potere*
- Sicurezza e legalità - *la cultura della legalità a favore di cittadini e istituzioni*
- Lavoro, fiscalità, innovazione - *percorsi di sviluppo capaci di futuro*
- Associazioni, movimenti, volontariato, cooperazione, terzo settore, sport - *insieme per crescere*
- Comunicazione, media e ICT, trasparenza, semplificazione - *Assisi Smart City*

Le linee programmatiche vengono poi dettagliate nella Sezione strategica del documento, secondo specifiche "missioni" e obiettivi di missione, cioè macro aree e ambiti operativi specifici (es. nella "Missione 01 - Servizi istituzionali, generali e di gestione" l'obiettivo 5 è "Potenziamento Servizi Operativi, personale e dotazione finanziaria")

¹¹ http://www.comune.assisi.pg.it/wp-content/uploads/2016/10/DUP_versione_definitiva_DEFINITIVO.pdf

¹² http://www.comune.assisi.pg.it/wp-content/uploads/2021/01/11_1_2021_Dup_Anno_2021_2023_Definitivo.pdf

¹³ <https://confrontiassisi.it/index.php/category/documenti/comune-di-assisi/>

¹⁴ http://www.comune.assisi.pg.it/wp-content/uploads/2016/10/DUP_versione_definitiva_DEFINITIVO.pdf, pag.4



Considerazioni

Il DUP, nell'economia della presente ricognizione, è senz'altro il documento più completo ed esaustivo, rispetto ad ogni altro contenuto reperibile, in quanto rappresentazione di un programma, di un progetto politico e delle filosofie di fondo di una parte politica, nello specifico quella della maggioranza dell'amministrazione 2016-21 della Città di Assisi. La sua reperibilità ed accessibilità (dal sito web del Comune) e la struttura complessa, ma organicamente ed analiticamente organizzata, rendono sicuramente percepibile quale sia il disegno di governo della cosa pubblica, restituendo al contempo tutta l'onerosità e impegno che spetta a chi si appresta alla competizione per la guida dell'amministrazione. Nel contempo obbliga, chi ne prende visione, a cimentarsi con la stessa complessità per poter proporre altre prospettive orientate politicamente in altra direzione. Non è questo il luogo dove confrontarsi su tali prospettive.

5. Comunicati stampa

Non è stato possibile reperire presso gli archivi di testate giornalistiche o presso singoli giornalisti, i comunicati stampa emessi dai soggetti politicamente attivi.

C'è anche da dire però, che nell'attuale sistema comunicativo ogni comunicato stampa è anche riproposto come post in un social media, risultando così l'analisi degli stessi comprensiva anche dei comunicati stampa.

6. I social media: Facebook, Twitter, Instagram

L'ambiente social

Tutti i soggetti interessati all'analisi, in quanto svolgono una funzione pubblica e nel periodo che la ricoprono, diventano e sono perciò stesso soggetti politici e nel momento in cui entrano nell'ambiente digitale dei social media, decidono conseguentemente di abbattere il diaframma tra pubblico e privato, laddove i social sono per natura questa esposizione in pubblico del privato.

Il soggetto politico, divenuto tale in un contesto elettivo, o per designazione all'interno di un'associazione politica, cessa quindi di essere "soggetto privato", ed entra a far parte dell'ambiente politico (in questo caso "virtuale") nell'ambito del quale è uno degli attori che lo plasmano. Esso diventa quindi interessante per studiare le dinamiche che muovono l'assetto dell'ambiente entro cui si forma l'opinione pubblica.

I social media sono i luoghi dello scambio totale, orizzontale, relazionale e planetario tra individui, in quanto a informazione e comunicazione, e nel quale quindi possono diventare opinion makers non solo soggetti che ricoprono ruoli pubblici, ma anche semplici cittadini (quindi essi stessi possibili aggregatori di opinione) tutto questo premesso e ribadendo qui il criterio di selezione dei soggetti esposto in premessa, c'è da notare che in virtù di quella orizzontalità entrano fatalmente in campo nella piazza virtuale e quindi nell'ambiente politico collettivo, altri "plasmatori" sotto forma di commentatori abituali, produttori in proprio di post politici ecc... Si genera così il fenomeno delle aggregazioni di commentatori, dei circuiti di dibattito, dei "condomini virtuali" di cui più avanti brevemente parlo.

L'analisi dei social si sviluppa quindi su un doppio binario, uno quantitativo ed uno contenutistico.

Quanto e con chi si comunica e si discute

La quantità delle attività sui social network risulta degna di nota in quanto è indicativa dell'importanza data dai singoli soggetti sia alla comunicazione vera e propria sia alla discussione che si genera tramite il meccanismo dei commenti ai post (le aggregazioni di cui sopra si diceva). La computazione offre poi di per sé materia di discussione e interpretazione del "fare politica" per chi lo ritenesse opportuno.

I report sono raccolti nelle tabelle sotto elencate. Le prime cinque sono frutto di un mio calcolo empirico, la sesta invece è significativa da un altro punto di vista e di sicuro stimolo per approfondire il rapporto tra politica e social.

Senza entrare nell'ipercomplesso universo del calcolo statistico dei dati della rete sociale on line, annoto come tutti sappiamo che il mondo virtuale è fondamentalmente oggi uno dei maggiori produttori di ricchezza e di promozione commerciale.

Attraverso l'uso di raffinate tecniche di elaborazione dati si possono ottenere miglioramenti delle prestazioni delle proprie attività in qualsiasi accezione questo termine venga inteso.

Nasce così nell'era digitale il *Social Media Marketing*, mercato interno alle comunità virtuali volto alla generazione di visibilità, con tanto di *Social Media Managers*, professionisti specializzati nell'incrementare la visibilità di quanto si "produce".

È in questo ambito che sono disponibili sul web strumenti di analisi delle prestazioni di siti proprietari o account social (tools) che misurano, secondo determinati indicatori standard, le performance degli stessi. Questa misurazione ha ovviamente senso solo se è comparabile con le prestazioni di altri "attori di mercato", cioè di altri "competitors" dato che il mercato è eminentemente competizione. I tools processano i dati disponibili dei vari competitors secondo indicatori chiave di prestazione (KPI, Key Performance Indicator).

Nel nostro caso ho sottoposto ad analisi le pagine Facebook dei soggetti indicati nella tabella 6 tramite il tool disponibile nel sito www.fanpagekarma.com. Rimandando direttamente alla consultazione della tabella, esportata in formato pdf dalla schermata qui allegata, ritengo interessante porre all'attenzione due indicatori usati: *Engagement*¹⁵ e *Post Interaction*¹⁶ che misurano, con diversi parametri, il grado di coinvolgimento dei fans, e *Number of Comments (total)*, cioè il numero totale di commenti ricevuti nei post pubblicati nel periodo.

Ultima doverosa segnalazione: se è vero che nei social il privato diventa pubblico, è altrettanto vero che non tutti i post hanno rilevanza politica, rimanendo quindi solo strettamente privati. Questo sarà specificato per ogni soggetto analizzato e ribadito in tutti i passaggi ove necessario.

	NUMBER OF COMMENTS (TOTAL)	NUMBER OF POSTS	FOLLOWER GROWTH (IN %)	PAGE VISITS	TOTAL REACTIONS, COMMENTS, SHARES	POSTS PER DAY	FOLLOWER GROWTH (ABSOLUTE)	SUM OF TOTAL IMPRESSIONS OF SINGLE POSTS	REACH (TOTAL)
 Fratelli d'Italia - Assisi @fratelliditaliaassisi	2	2	⊖	☆	11	0.07	⊖	☆	☆
 A Sinistra per Assisi @asinistraperassisi	0	4	⊖	☆	5	0.1	⊖	☆	☆
 Partito Democratico Assisi @pdassisi	0	7	⊖	☆	57	0.3	⊖	☆	☆
 Forza Italia Assisi	0	2	⊖	☆	5	0.07	⊖	☆	☆
 Lega Umbria - Assisi @leganordumbriaassisi	27	84	⊖	☆	630	3.0	⊖	☆	☆
 Assisi Domani @assisi domani	0	8	⊖	☆	50	0.3	⊖	☆	☆
 MoVimento 5 Stelle Assisi @m5s assisi	0	1	⊖	☆	0	0.04	⊖	☆	☆
 Stefania Proietti Sindaco di Assisi @stefaniaproietti sindaco	727	37	⊖	☆	6.5k	1.3	⊖	☆	☆
 Stefano Pastorelli @stefanopastorelli lega	1.5k	36	4.7%	☆	8.0k	1.3	562	☆	☆

Tabella 6, parziale

Un'analisi casuale di aggregazione di commentatori locali

¹⁵ https://academy.fanpagekarma.com/en/hrf_faq/engagement-4/

¹⁶ https://academy.fanpagekarma.com/en/hrf_faq/post-interaction-3/



In modo empirico ho analizzato a campione alcuni post di un profilo (non pagina e quindi fuori dall'elaborazione di Fanpagekarma) di un soggetto politico che mi sembrava tra i più attivi, per sondare il numero di persone che possono aggregarsi sui commenti di un post.

Nel periodo dal 2016 ai primi di marzo 2021 ho analizzato 5 post con questo rapporto tra numero di commenti e numero di utenti che li hanno prodotti: 65 commenti - 10 utenti, 63 c. - 22 u., 35 c. - 18 u., 33 c. - 18 u. Quindi l'ulteriore confronto degli utenti sui singoli post ha portato a rilevare che il totale di 196 post è stato prodotto da 54 utenti/persone diverse.

Cioè intorno a questo soggetto analizzato, e limitatamente ai campioni analizzati, si genera un'aggregazione di 54 utenti.

La consistenza numerica e incisività politica di queste aggregazioni andrebbero ulteriormente studiate. Andrebbe approfondito il tema verificando quanti sono effettivamente i soggetti che si ritrovano a dibattere in rapporto ai followers, ai post, su quali temi ecc..e se magari si formino circuiti esclusivi tra loro impermeabili.

Le tabelle statistiche

Scarica QUI le tabelle dall'indice, in basso nella pagina del sito

<https://confrontiassisi.it/index.php/2021/03/14/220/>

Tabella statistica n° 1 – Quadro generale attività sui social media. Anagrafica soggetti. pdf

Analizza la presenza dei soggetti sui tre network dalla data di iscrizione al 28 febbraio 2021 per numero di followers e, per Twitter e Instagram, la media dei post giornalieri

Tabella statistica n° 2 – Quadro generale attività sui social media. Storico soggetti.pdf

Analisi del numero di post dal 2015 al 2020, totale e media giornaliera degli stessi nei periodi 2015-20 e 2019-20

Tabella statistica n° 3 – Attività sui social media riaggregata per gruppi politici e istituzione.pdf

Analisi dei post riaggregata per partiti politici di appartenenza, totale e media giornaliera per i periodi 2015-20 e 2019-20

Tabella statistica n° 4 – Social media: totale Twitter e Instagram da inizio attività.pdf

Estratto dalla tab. n° 1 della produzione di post su Twitter e Instagram dalla data di iscrizione al 28 febbraio 2021 con media giornaliera ordinata in senso decrescente

Tabella statistica n° 5 – Riepilogo tabelle 1-4 in formato Excel.xlsx

È la tabella da cui sono estrapolate tutte le altre in formato pdf per rendere leggibili i dati senza manipolazioni del supporto. Per chi ha abilità con i fogli excel, questa versione permette un ordinamento dei dati a discrezione di chi vuole approfondire. Da qui si evince ad esempio che l'account con maggior numero di followers è quello FB della Città di Assisi seguito da quelli di Stefano Pastorelli, Stefania Proietti Sindaco di Assisi, Stefania Proietti – privato, che il maggior produttore di post nel biennio 2019-20 è Antonio Lunghi seguito da Giuseppe Cardinali, Stefano Pastorelli, Barbara Chianella, Stefania Proietti Sindaco di Assisi ecc..

Tabella statistica n° 6 - Report da Fanpagekarma.com su pagine Fb feb.-mar. 2021 secondo indicatori di prestazioni.pdf

L'elaborazione riguarda le pagine dei partiti assisani (A Sinistra per Assisi, Assisi Domani, Forza Italia, Fratelli d'Italia, Lega Umbria, MoVimento 5 Stelle, Partito Democratico) e di due esponenti politici campione (Sindaco Stefania Proietti e Stefano Pastorelli, segretario Lega Umbria, comprensorio Assisi).

Cosa si comunica: i contenuti

Metodo utilizzato.

I rilievi contenutistici dell'attività dei soggetti analizzati sono stati effettuati secondo una rapida esplorazione della sequenza di post e secondo una lettura analitica di un campione numericamente sufficiente, ma non di ognuno di essi, anche se in molti casi, per confermare l'opinione formatasi al primo impatto, ho dovuto entrare più nel dettaglio correggendo conseguentemente, in alcuni casi, quella prima conclusione.

Un altro sistema abbastanza indicativo, dal punto di vista della comunicazione iconografica, è stato lo scorrimento velocizzato dei post (simile alla tecnica del time-lapse) che ha consentito l'evidenziazione spontanea delle linee seguite nella stesura dei post, la ripetizione di tipologie comunicative, es. quella di propaganda, la reiterazione dei riferimenti iconici come segnali identitari del proprio orizzonte politico culturale ecc..

L'analisi è suddivisa in 4 blocchi:



istituzione, maggioranza, opposizione, forze politiche escluse dal consiglio comunale.

All'interno di ogni blocco sono stati raccolti, sotto lo stesso gruppo politico, tutti i soggetti che vi afferiscono.

Per ogni profilo privato si dà conto dell'entità dei post strettamente privati, personali, mai analizzati, rispetto agli altri che hanno una qualche valenza politica più o meno manifesta.

La segmentazione dei contenuti, uso dei termini

Nella stragrande maggioranza dei profili è emersa una sorta di ricorrente e comune suddivisione tipologica degli argomenti trattati che ha permesso una approssimativa classificazione degli stessi in segmenti:

Comunicazione – Si tratta di una funzione meramente strumentale della pubblicazione a fini divulgativi (avvisi e comunicazioni di attività di partito, o amministrative)

Promozione della città – Eventi, patrimonio culturale e naturalistico. Indica la funzione che si ritiene di svolgere nella valorizzazione del territorio, ma può anche essere letta in altro modo. La presenza, frequenza o assenza di messaggi di questo tipo può risultare significativa.

Area politico valoriale e immagini iconiche di riferimento - Elementi identificativi che contrassegnano la provenienza politica del soggetto. È rilevata da una visione complessiva di quanto pubblicato, in quanto la sequenza di concetti, temi o esposizione di principi del proprio pensiero, contribuiscono a configurare la sua area di riferimento valoriale. Le immagini poi, specialmente quando sono ripetute, conferiscono ulteriore forza al quadro essendo appunto utilizzate a questo scopo, assumendo quindi una valenza simbolica (iconica) molto significativa.

Temi di politica cittadina – Non vengono citati nello specifico, ma solo registrata la presenza nel profilo. Si troverà spesso l'espressione “polemiche politiche locali” o “polemiche su temi cittadini” e simili. Intendo per polemica la modalità con cui un tema viene posto, dove l'intento di contrapposizione con l'interlocutore eccede l'argomentazione sulla giustezza delle proprie posizioni. Questo genera spesso una reazione di “botta e risposta” per un breve periodo. Temi locali sono ad es.: Universo Assisi, tassazioni comunali, gestione rifiuti ecc..

Temi di politica extracittadina – Non vengono citati nello specifico, ma anche qui la presenza, la frequenza o assenza di questi è un ulteriore indicatore del profilo politico del soggetto.

Celebrazioni e commemorazioni significative - Civili: 27 gennaio Memoria-Shoah, 10 febbraio Ricordo-Foibe, 25 aprile Liberazione, 1 maggio Lavoro, 2 giugno Repubblica, 4 novembre Unità Nazionale; religiose: 22 giugno Festa del Voto, 1-2 agosto Perdono, 11/12 agosto S. Chiara e S. Rufino, 4 ottobre S. Francesco; esclusi Natale e Pasqua. Ogni profilo rimanderà in modo semplificato a questo elenco, il criterio adottato è quello della presenza di almeno una volta nel periodo esaminato. Saranno citate altre ricorrenze qui non citate. Per un'analisi dei riferimenti politico valoriali o comportamentali assume una certa importanza (cosa viene o non viene ricordato, con quale frequenza - qui per il vero non messa in evidenza – e con quale modalità).

Propaganda – Si riferisce alla presenza, frequenza o assenza di post nel periodo elettorale o anche al di fuori di questo, nelle modalità tipiche della propaganda. Come il soggetto pubblica e se pubblica in determinate tornate è un altro segno di interpretazione del profilo politico. Intendo per propaganda la diffusione di comunicazioni ridotte e semplificate in cui prevale l'immediatezza e rapidità, nella forma di slogan, immagini o richiami forti ai principi della comunità politica cui ci si riferisce e per la quale il messaggio funziona come da richiamo per la comune appartenenza. Queste le tornate elettorali negli anni 2016-20: 2016, comunali 5 e 19 giugno, referendum costituzionale 4 dicembre; 2018, politiche 4 marzo; 2019, europee 26 maggio, regionali 27 ottobre; 2020, referendum costituzionale confermativo 20 e 21 settembre. Ogni profilo rimanderà in modo semplificato a questo elenco.

Considerazioni - Ho inserito delle mie considerazioni come ulteriore nota esplicativa o tentativo di decodifica ulteriore dei principi guida del profilo.

L'assenza di segmenti nel singolo profilo significa assenza dei relativi contenuti

Legenda

FB = Facebook, TW = Twitter, IN = Instagram, accanto ad ognuno il periodo considerato



Istituzione

Città di Assisi

FB, 02/2018-20 + TW, 10/2016-20 + IN, 2016-20

Comunicazione: attività amministrazione, comunicati del sindaco, avvisi alla cittadinanza (nel 2020 su Covid), lavori pubblici, asfaltatura strade, attività Digipass

Promozione della città: eventi, patrimonio storico-artistico

Area politico valoriale e immagini iconiche di riferimento: Giornata mondiale di preghiera per la cura del Creato, Economy of Francesco, ambiente, diritti delle donne e dell'infanzia

Celebrazioni e commemorazioni significative: tutte sia civili che religiose, inoltre compleanni dei centenari/ie

Considerazioni: Prevalenza di avvisi e comunicazioni, su TW si tratta per larga parte di retweet dalla pagina del sindaco.

Maggioranza **Assisi Domani**

Assisi Domani

FB, 2017-20 + TW, 2017-20

Comunicazione: attività amministrazione, comunicati e attività del sindaco

Promozione della città: eventi

Area politico valoriale e immagini iconiche di riferimento: eventi e temi legati ai valori della Chiesa Cattolica e alla dottrina sociale della Chiesa, (Giornata mondiale di preghiera per la cura del Creato, Economy of Francesco, Movimento Focolari, Giornata mondiale dei poveri, Spirito di Assisi, accoglienza dei migranti, solidarietà...).

Papa Francesco, Papa Giovanni Paolo II, De Gasperi, Venerabile Carlo Acutis

Temi di politica cittadina: risposte e prese di posizione su temi locali oggetto di contrapposizione politica

Temi di politica extracittadina: Disarmo in Siria, opposizione alla vendita di armi Yemen (numero considerevole di post), temi politici nazionali, temi dell'ambiente, contrasto alla mafia.

Celebrazioni e commemorazioni significative: tutte, sia civili che religiose

Propaganda: per il referendum costituzionale 2016 la pagina non era ancora aperta, numero importante di post per elezioni comunali giugno 2016 elezioni, alcuni post per elezioni regionali di ottobre 2019 per la lista Umbria dei Territori, nessun post per altre date elettorali

Considerazioni: traspare una linea politica di "civismo" declinato come interesse e cura per le comunità locali dove le questioni extracittadine vengono demandata non a forze politiche nazionali, ma alle modalità di impegno caratteristiche della Chiesa Cattolica e della sua dottrina sociale. Su TW si tratta quasi esclusivamente di retweet e per la maggior parte provenienti da Stefania Proietti, Città di Assisi, Assisi news, Eugenio Guarducci

Stefania Proietti – Sindaco (Assisi Domani)

FB, profilo, 2015-20 + FB, pagina: Stefania Proietti Sindaco di Assisi, 2019-20 + TW, 03/2018-20 + IN, Stefania Proietti Assisi - sindaco, 2018-20 + IN, Stefania Proietti Assisi - candidato sindaco 2016-20

Comunicazione: attività amministrazione, comunicati e attività del sindaco (nel 2020 su Covid), promozione interventi di lavori pubblici

Promozione della città: eventi organizzati sia dall'amministrazione che da terzi, patrimonio storico-artistico, inaugurazioni varie

Area politico valoriale e immagini iconiche di riferimento: eventi e temi legati ai valori della Chiesa Cattolica e alla dottrina sociale della Chiesa, attività del Papa (Giornata mondiale di preghiera per la cura del Creato, Economy of Francesco, giornate mondiale: per i diritti dell'infanzia, degli alberi, della terra, dei poveri). Su FB, profilo personale, fino al periodo elettorale di giugno 2016, molto più presenti post a sfondo religioso (immagini sacre, preghiere, celebrazioni)

Papa Francesco, Papa Giovanni Paolo II, Madre Teresa di Calcutta, Venerabile Carlo Acutis



Su TW si tratta per la maggior parte di retweet e di questi gran parte provenienti dal mondo cattolico (Papa Francesco, Caritas, ordini francescani, quotidiani cattolici, Diocesi di Assisi, intellettuali di area cattolica), quindi con presenza minore di temi cittadini o politici in senso stretto.

Temi di politica cittadina: scarsa partecipazione a polemiche politiche su specifici temi locali.

Temi di politica extracittadina: temi legati a clima, ambiente, inquinamento, ripresa eventi nazionali.

Celebrazioni e commemorazioni significative: civili tutte.

Religiose tutte ed inoltre S. Ludovico da Casoria ed altri santi

Propaganda: solo su profilo personale e solo per elezioni comunali 2016 e in misura moderata. IN candidato sindaco, solo propaganda elezioni 2016.

Considerazioni: pochissimi post personali, significativa presenza di post su eventi o temi di riferimenti alla cultura religiosa, riferimento scarso o assente a personalità o simboli valoriali al di fuori dell'orizzonte della chiesa cattolica. L'esercizio dell'attività politica locale viene demandata alla comunicazione delle attività dell'amministrazione e meno al rispondere con post a polemiche suscitate dall'opposizione, al più commenti su post di altri.

Veronica Cavallucci - assessore politiche giovanili, associazioni ecc., 2016-21 (Assisi Domani)

FB, profilo, 2016-20 + FB, pagina, 2016-20 + IN, 2016-20

Comunicazione: attività e iniziative proprio assessorato, annunci in genere delle attività dell'amministrazione

Promozione della città: promozione eventi legati alle deleghe e della frazione Castelnuovo

Propaganda: solo comunali 2016, nessun post per altre date elettorali

Considerazioni: nella pagina FB nessun post personale, nel profilo FB, pochissimi post di valore politico, IN solo personali.

Giuseppe Cardinali - capogruppo Assisi Domani 2016-21

FB, profilo, 2016-20 + FB, pagina 2016-20

Comunicazione: promozione dell'attività amministrativa

Promozione della città: promozione eventi della città e della frazione Capodacqua

Area politico valoriale e immagini iconiche di riferimento: temi legati ai valori della Chiesa Cattolica e alla dottrina sociale della Chiesa, dichiarazioni ed esternazioni di Papa Francesco, riferimenti al mondo religioso e liturgico cattolico, valori della famiglia, solidarietà.

Temi di politica cittadina: scarsa partecipazione a polemiche politiche su specifici temi locali.

Celebrazioni e commemorazioni significative: tutte. Significativa presenza di promozione eventi e cerimonie sia civili che religiose

Propaganda: elezioni comunali 2016, regionali 2019 campagna per Umbria dei Territori, nessun post per altre date elettorali

Considerazioni: nella pagina FB, nessun post personale, nel profilo FB, personali in misura consistente.

Cristiano Riformisti

Luigi Bastianini - capogruppo Cristiano Riformisti 2016-21 (uscito dalla maggioranza a settembre 2020)

FB, profilo, 2015-20 + IN, 2019-20 non rilevato, 1 solo post

Comunicazione: fino a quando in maggioranza promozione dell'attività amministrativa e dei lavori pubblici, con particolare riguardo alla frazione di Rivotorto, promozione delle dichiarazioni del sindaco

Promozione della città: promozione eventi della frazione di Rivotorto

Area politico valoriale e immagini iconiche di riferimento: Partito Socialista Italiano degli anni '80-'90.

Pietro Nenni, Sandro Pertini, Bettino Craxi, Claudio Martelli, Gianni De Michelis.

Temi di politica cittadina: sostegno a decisioni amministrazione quando in maggioranza, critica quando all'opposizione, partecipazione a polemiche tra opposizione e maggioranza su temi locali con riferimento a specificità della frazione Rivotorto

Temi di politica extracittadina: temi di politica nazionale e regionale



Celebrazioni e commemorazioni significative: civili, tutte escluso 27 gennaio Memoria-Shoah, 10 febbraio Ricordo-Foibe.

Religiose: solo 1-2 agosto Perdono, 4 ottobre S. Francesco.

Propaganda: elezioni comunali 2016, nessun post per referendum costituzionale 2016, nessun post per politiche 2018 per scelta dichiarata, europee 2019 scarsa, niente per regionali 2019, post per referendum costituzionale 2020

Considerazioni: post privati in misura consistente

Massimo Paggi - assessore Servizi Sociali da 03/2018 a 2021 (Cristiano Riformisti)

FB, profilo, 2018-20 + IN 2018-20, non rilevato, perché 0 post

Considerazioni: per la maggior parte post privati, gli altri a sfondo sociale. Per quanto attiene alla sezione "Assessore Massimo Paggi", compresa negli articoli pubblicati nel sito del Comune, si tratta per una piccola parte di "tag" di segnalazione del coinvolgimento dell'assessorato in attività/eventi istituzionali di interesse della giunta nella sua interezza, la maggior parte riguarda le attività di competenza delle deleghe ai servizi sociali, sanità ecc..

Partito Democratico

Partito Democratico - Assisi

FB, profilo, 2015-20 + TW, 2015-20

Comunicazione: attività di partito e attività dell'amministrazione relativa a esponenti del Partito Democratico.

Promozione della città: principali eventi.

Area politico valoriale e immagini iconiche di riferimento: storici valori della sinistra, antifascismo, pace diritti civili (aborto, unioni civili ecc..)

Luigi Berlinguer, Giacomo Matteotti.

Temi di politica cittadina: prese posizione su provvedimenti regione, scarsa partecipazione a polemiche politiche locali.

Temi di politica extracittadina: attività del governo "giallo-rosso".

Celebrazioni e commemorazioni significative: civili, sempre presente 25 aprile liberazione, non sempre 27 gennaio Memoria-Shoah, 1 maggio Lavoro, 2 giugno Repubblica, mai 10 febbraio Ricordo-Foibe e 4 novembre Unità Nazionale.

Religiose: solo 4 ottobre S. Francesco.

Propaganda: consistenti campagne per elezioni comunali 2016, nessun post referendum costituzionale 2016, post per politiche 2018, europee 2019, regionali 2019 regionali, alcuni post per referendum costituzionale 2020. Attività di autopromozione. Su TW quasi esclusivamente campagne elettorali

Considerazioni: è prevalente nei post la modalità propagandistica

Simone Pettrossi - assessore Smart City ecc. 2016-21; Politiche scolastiche ago. 2017-21 (Partito Democratico)

FB, profilo, 2016-21 + TW, 2016-21 + IN, 2016-21

Comunicazione: alcune attività del Partito Democratico, annunci attività amministrazione (2020 Covid). Attività legate alle deleghe dell'assessorato (in stragrande maggioranza a quelle del Digipass), cammini, da settembre 2018 su scuola (nuova delega acquisita), ma in misura minore.

Promozione della città: più che promozione degli eventi e della città si tratta di segnalazione e apprezzamento personale.

Area politico valoriale e immagini iconiche di riferimento: temi sociali, pace, evidenza più sui temi che sui personaggi/immagine iconiche.

Temi di politica cittadina: prima dell'incarico istituzionale (2015 quando all'opposizione) partecipazione a polemiche su temi specifici, poi nessuna

Temi di politica extracittadina: temi nazionali inerenti le deleghe (es. digitale, scuola), sensibilizzazione sociale, pace

Celebrazioni e commemorazioni significative: tutte presenti ad eccezione 10 febbraio Ricordo-Foibe, 2 giugno Repubblica, 4 novembre Unità Nazionale.

Religiose: solo 4 ottobre S. Francesco

Propaganda: solo elezioni comunali 2016, referendum costituzionale 2016 e campagna moderata per politiche 2018



Considerazioni: su FB buona parte dei post sono personali, su TW pochi personali, IN tutti privati

Alberto Capitanucci - assessore Urbanistica 03/2018-21

Considerazioni: non è presente nei social, per quanto attiene invece alla sezione “Assessore Alberto Capitanucci”, compresa negli articoli pubblicati nel sito del Comune, si tratta per la maggior parte di “tag” di segnalazione del coinvolgimento dell’assessorato in attività/eventi istituzionali di interesse della giunta nella sua interezza, i pochi rimanenti riguardano le attività di competenza delle deleghe all’urbanistica.

Valter Stoppini - vicesindaco e assessore attività produttive e commercio 2016-21

Considerazioni: non è presente nei social, per quanto attiene invece alla sezione “Assessore Valter Stoppini”, compresa negli articoli pubblicati nel sito del Comune, si tratta per certa parte di “tag” di segnalazione del coinvolgimento dell’assessorato in attività/eventi istituzionali di interesse della giunta nella sua interezza, la maggior parte riguarda le attività di competenza delle deleghe alle attività produttive, sicurezza, mobilità ecc..

Federico Masciolini - segretario Partito Democratico da 12/2011 a 10/2017; capogruppo 2016-21; consigliere provinciale 2017-21

FB, profilo, 2015-21 + FB, pagina, 2016-20

Comunicazione: su appuntamenti del PD, su attività amministrazione. Dal 2017, in concomitanza con la carica di consigliere provinciale, post su attività della Provincia di Perugia.

Promozione della città: alcuni eventi

Temi di politica cittadina: prese di posizione, proposte di discussione, spiegazione e commenti su specifici temi locali

Temi di politica extracittadina: temi nazionali

Celebrazioni e commemorazioni significative: civili tutte.

Religiose: solo 4 ottobre S. Francesco

Propaganda: elezioni comunali 2016, pochissimi post per: referendum costituzionale 2016, politiche 2018, europee 2019, regionali 2019; nessun post per referendum costituzionale 2020

Considerazioni: in pagina FB, solo post politici, in profilo FB in maggioranza post personali. Il tono dei post politici non è mai a carattere propagandistico, ma argomentativo/istituzionale.

Barbara Chianella – segretario Partito Democratico da 10/2017 a 06/2020; consigliere da 04/2018

FB, profilo, 2017-20

Comunicazione: comunicazione su attività amministrazione, promozione attività di partito.

Promozione della città: principali eventi e Frazione Tordibetto.

Area politico valoriale e immagini iconiche di riferimento: temi sociali, diritti civili, razzismo, migrazione, clima, violenza sulle donne, difesa leggi sull’aborto, mafia.

Berlinguer, don Milani.

Temi di politica cittadina: poca presenza di post su polemiche politiche locali

Temi di politica extracittadina: prese di posizione contro provvedimenti regione, presidente Tesei (pillola abortiva RU 486), temi sociali nazionali.

Celebrazioni e commemorazioni significative: civili tutte. Religiose: solo 11/12 agosto S. Chiara e S. Rufino, 4 ottobre S. Francesco.

Propaganda: tornate elettorali 2016 escluse da periodo analizzato, politiche 2018 presenza importante, 2019 europee e regionali presenza poco consistente, post per referendum 2020.

Considerazioni: prima dell’incarico da segretario la maggior parte dei post sono personali, poi la presenza tra personali e di valenza politica è equilibrato.

Mauro Casciola - segretario Partito Democratico da 06/2020 a 2021

FB, profilo, 2020 + TW, 2020 + IN, solo privato, non accessibile

Comunicazione: promozione attività di partito



Area politico valoriale e immagini iconiche di riferimento: europeismo, Economy of Francesco.

Sergio Mattarella, Papa Francesco

Temi di politica cittadina: post di partecipazione a polemiche locali

Temi di politica extracittadina: diritti civili, opposizione a leggi regionali su limitazioni all'uso della pillola antiabortiva RU 486, temi nazionali

Propaganda: parte dei post politici sono a carattere propagandistico contro Lega e Fratelli d'Italia, alcuni su temi regionali altri su temi nazionali. L'unico appuntamento elettorale presente del periodo di incarico è stato il referendum costituzionale del 2020, di cui si rilevano post di invito alla partecipazione

Considerazioni: post per la maggior parte di politici, in misura minore personali.

Indipendenti

Eugenio Guarducci - assessore Cultura e Turismo da 06/2016 a 03/2018 (indipendente)

FB, profilo, 2016/18 + TW, 2016/18 non disponibile + IN, 2017/18

Considerazioni: non usa FB per inserimento post propri (7 post 2016/2018), quindi non è documentabile una sintesi. Andando a memoria, è stato molto attivo nel dibattito politico locale con interventi di commento su post di altri, non solo esponenti politici, ma anche di persone attive sui social, con toni spesso ironici e sarcastici, partecipazione a polemiche/dibattiti su temi specifici inserendosi su discussioni aperte da altri

TW: uso massivo del social (la media su 10 anni di attività è di circa 3 post a giorno), andando a memoria molto spesso tweet con uso di ironia, sarcasmo e giochi linguistici volti allo screditamento del problema o dell'interlocutore cui viene rivolto il tweet.

Claudia Maria Travicelli - assessore Politiche Scolastiche ecc.. da 06/2016 a 08/2017 (indipendente, proveniente da Lista Uniti per Assisi)

FB, profili Travicelli Claudia Maria + Claudia Maria Travicelli, 2016/17 + FB, pagina, 2016/17 + TW, 2016/17 + IN, 2016/17 nessun post

Comunicazione: promozione dell'attività dell'assessorato e dell'amministrazione

Promozione della città: eventi città e suo patrimonio storico-culturale, eventi della frazione Palazzo d'Assisi

Area politico valoriale e immagini iconiche di riferimento: solidarismo e coappartenenza sociale che vengono manifestate dalla segnalazione della propria presenza in occasione di incontri/eventi pubblici incentrati su situazioni di disagio e sofferenza sociale, o sulla condivisione di ricorrenze della/e comunità locale/i, tutto questo in parte anche in relazione alle deleghe, come assessore, a sociale e scuola

Temi di politica cittadina: partecipazione a polemiche con opposizione su temi specifici relativi all'attività amministrativa, polemiche con la giunta dopo la cessazione del mandato di assessore.

Temi di politica extracittadina: fatti regionali, nazionali, internazionali di valenza civile e sociale.

Celebrazioni e commemorazioni significative: civili tutte eccetto 4 novembre Unità Nazionale.

Religiose: tutte.

Propaganda: elezioni comunali 2016, altre non esaminate perché fuori dal periodo esaminato.

Considerazioni: prima delle comunali 2016 moltissimi post personali, da quando ricoperta carica assessore pochi post personali, dopo la fine del mandato incremento post personali. Forte uso della propria immagine come elemento comunicativo della propria presenza. La pagina FB è una selezione di alcuni post dal proprio profilo FB, la versione ridotta dello stesso.

Opposizione **Fratelli d'Italia**

Fratelli d'Italia - Assisi



FB, profilo, 2019/20 + IN, 2019/20

Comunicazione: promozione attività e iniziative del partito.

Area politico valoriale e immagini iconiche di riferimento: anticomunismo, presidenzialismo, anti-aborto (legge regionale per la regolamentazione della pillola antiabortiva RU 486).

Giorgio Almirante, Giorgia Meloni, Foibe.

Temi di politica cittadina: prese di posizione contro specifici atti amministrativi della maggioranza.

Temi di politica extracittadina: prevalentemente di contrasto al governo Conte 2 su temi determinati

Celebrazioni e commemorazioni significative: civili, solo 10 febbraio Ricordo-Foibe.

Religiose: nessuna.

Propaganda: gran parte dei contenuti hanno la forma di propaganda e autopromozione anche se nessuno dei post è in periodo elettorale, in quanto la pagina è stata aperta nel dicembre 2019. Nessun post per referendum costituzionale 2020.

Considerazioni: fino 2019 prevalente propaganda nazionale e assenza temi cittadini, da 2020 prevalenza temi cittadini. IN quasi esclusivamente propaganda.

Moreno Fortini – segretario Fratelli d'Italia fino a 06/2019; capogruppo 2016-21

FB, profilo, 2015-20 + FB, pagina, 2019-20.

Comunicazione: nessuna su attività di partito

Area politico valoriale e immagini iconiche di riferimento: contrasto all'immigrazione, sicurezza.

Giorgio Almirante, Giorgia Meloni, Foibe.

Temi di politica cittadina: pochi post, tutti in polemica con le posizioni della maggioranza.

Temi di politica extracittadina: maggior parte dei post politici sono su temi nazionali o regionali.

Celebrazioni e commemorazioni significative: civili, solo 10 febbraio Ricordo-Foibe

Religiose, nessuna

Propaganda: elezioni comunali 2016, nessun post per referendum costituzionale 2016, politiche 2018 propaganda personale in quanto candidato, europee 2019 solo un post, regionali 2019 massiccia propaganda personale con creazione di apposita pagina in quanto candidato, nessun post per referendum costituzionale 2020.

Considerazioni: buona parte dei post sono personali, in quelli di natura politica prevale la forma della propaganda.

Federico Calzolari – segretario Fratelli d'Italia da 06/2019 a 2021

FB, profilo, 2019-20

Area politico valoriale e immagini iconiche di riferimento: antieuropeismo, antimmigrazione.

Giorgia Meloni, Benito Mussolini

Temi di politica cittadina: sostegno alle posizioni dell'opposizione di centro destra

Temi di politica extracittadina: sostegno alle posizioni di Fratelli d'Italia in regione, forte presenza di post sul caso Bibbiano

Propaganda: massiccia propaganda per le elezioni regionali del 2019 a sostegno del candidato Marco Squarta, anche successivamente post di promozione dello stesso una volta eletto (Presidente Assemblea Legislativa). Nessun post per referendum costituzionale 2020. Altri appuntamenti elettorali fuori dal periodo di incarico.

Considerazioni: post personali prima della nomina a segretario, poi pochi; tutti i post politici hanno una forte carica propagandistica.

Lega Nord/Lega

Lega Nord-Lega Umbria Assisi

FB, pagina, 2015-20 + TW, non attivo fino febbraio 2021 + IN disattivato

Comunicazione: attività di partito e per la maggior parte su attività di Stefano Pastorelli in quanto segretario **comprensoriale Assisi, Bastia Umbra, Cannara, Bettona, Valfabbrica e come capogruppo in regione**, promozione delle iniziative di partito

Area politico valoriale e immagini iconiche di riferimento: antimmigrazione, sovranismo, detassazione.

Matteo Salvini.

Temi di politica cittadina: partecipazione a diatribe su specifici temi locali.



Temi di politica extracittadina: migrazione, tasse, contrasto alle misure antipandemiche prese dal Governo Conte 2, **sostegno e esaltazione dei provvedimenti della giunta regionale di centro destra (2019/20).**

Celebrazioni e commemorazioni significative: nessuna, si segnalano nel 2021, fuori dal periodo in esame, post su 10 febbraio, Ricordo-Foibe.

Propaganda: partecipazione a tutti gli appuntamenti 2016-2020. Promozione delle attività del segretario comprensoriale/capogruppo regionale Pastorelli

Considerazioni: il prevalente tono propagandistico di tutti i post, anche al di fuori delle scadenze elettorali, rende poco avvertibile la differenza tra queste e gli altri periodi non elettorali. Sono prevalenti le tematiche nazionali su quelle regionali e locali tra loro in equilibrio, per cui è complessivamente inferiore l'attenzione all'ambito locale.

Stefano Pastorelli – segretario Lega Umbria comprensorio Assisi da 2015 a 2021

FB, profilo, 2015-20 + FB, pagina, Stefano Pastorelli Capogruppo Lega Umbria, 2018-20 + TW, 2019-20 – IN, 2019-20

Considerazioni: le caratteristiche e modalità di stesura dei post sono sovrapponibili a quelle della Lega, in quanto editate dalla stessa persona, si rimanda quindi a quanto annotato nella scheda della Lega. Le uniche lievi differenze da rilevare sono le seguenti: post personali in misura maggiore nel periodo 2016-17, mentre questi diminuiscono successivamente per diventare più politici; forte impronta autopromozionale in misura maggiore nella pagina FB (Stefano Pastorelli Capogruppo Lega Umbria); TW e IN quasi esclusivamente dedicati all'attività di promozione e propaganda, con rarissimi post personali.

Jacopo Pastorelli – coordinatore comprensorio Lega Giovani Assisi/Bastia da 08/2020 a 2021

Comunicazione: attività di partito, promozione delle iniziative di partito, promozione delle attività del capogruppo regionale Stefano Pastorelli

Area politico valoriale e immagini iconiche di riferimento: trumpismo (contestazione movimento “Black lives matter”, contestazione dell'elezione fraudolenta di Joe Biden), antimmigrazione, delegittimazione valori della sinistra (es.: manifestazione per il 25 aprile, additata come violazione delle misure anti assembramento)

Matteo Salvini, Stefano Pastorelli

Temi di politica cittadina: pochi, alcuni in polemica con l'amministrazione, altri di esaltazione delle misure prese dalla Regione Umbria e dal consigliere regionale della Lega S. Pastorelli in favore della città di Assisi

Temi di politica extracittadina: opposizione a governo Conte e a misure anti Covid.

Propaganda: nel periodo in esame non erano previste tornate elettorali, salvo il referendum costituzionale 2020 di cui non si rilevano post.

Celebrazioni e commemorazioni significative: nessuna, tranne 2 giugno Repubblica, ma utilizzata per manifestazione di partito

Considerazioni: pochi post personali, tono propagandistico in tutti i post, alcuni autopromozionali

Forza Italia

Forza Italia – Assisi

FB, pagina, 2016-20 + IN, 2017-20

Area politico valoriale e immagini iconiche di riferimento: antimmigrazione, anti-sinistra.

Berlusconi.

Temi di politica cittadina: prese di posizione su temi locali in opposizione alla maggioranza.

Temi di politica extracittadina: migrazione, misure anti Covid

Propaganda: elezioni comunali 2016, nessuna propaganda per referendum costituzionale 2019, propaganda per politiche 2018, europee 2019, regionali 2019. Nessun post referendum costituzionale 2020.

Considerazioni: sostanziale equilibrio tra tematiche locali e regionali-nazionali, uso dei toni propagandistici nelle campagne elettorali, in misura minore al di fuori di queste. IN esclusivamente propaganda.

Fosco Valorosi – coordinatore Forza Italia - Assisi fino a 10/2017

FB, profilo, 2016-17, irrilevante solo 1 post



Non classificabile

Leonardo Paoletti – coordinatore Forza Italia - Assisi da 10/2017 a 2021

FB, profilo, 2016-20 + TW, 2015-20 + IN, 2019-20

Area politico valoriale e immagini iconiche di riferimento: fiscalità, difesa della piccola impresa.

Berlusconi.

Temi di politica cittadina: prese di posizione su temi locali in opposizione alla maggioranza.

Temi di politica extracittadina: prevalenza delle tematiche regionali e nazionali sui temi locali, tassazione, misure anti Covid

Propaganda: elezioni comunali 2016 e referendum costituzionale 2016, politiche 2018, europee 2019, regionali 2019, nessun post referendum costituzionale 2020. TW propaganda solo politiche 2018

Considerazioni: i post politici hanno carattere prevalentemente propagandistico, fortemente improntati sulla figura di Berlusconi, nei periodi non elettorali preponderanza di post personali.

IN esclusivamente personali.

Lista Civica - Sindaco Bartolini

Giorgio Bartolini - capogruppo Bartolini Sindaco

FB, profilo, 2015-2020

Area politico valoriale e immagini iconiche di riferimento: nessuno

Temi di politica cittadina: temi specifici di interesse locale, riguardanti provvedimenti dell'amministrazione locale o problematiche specifiche.

Temi di politica extracittadina: nessuno

Propaganda: solo elezioni comunali 2016

Considerazioni: tono non propagandistico, se non in occasione elettorale, più discorsivo anche se polemico, nessuno post personale, tutti i post dopo giugno 2016 sono comunicati stampa riportati con link dalle testate on line.

MoVimento 5 Stelle Assisi

MoVimento 5 Stelle Assisi

FB, pagina, 2015-20

Comunicazione: attività di partito, promozione iniziative ed eventi di partito

Area politico valoriale e immagini iconiche di riferimento: ambiente ed altri temi tipici del movimento, ma data la preponderanza di temi specifici di Assisi, risulta meno percepibile la dimensione generale.

Beppe Grillo e altri leaders utilizzati non in maniera iconica, ma solo in occasione elettorali.

Temi di politica cittadina: prese di posizione su temi locali in misura massiccia rispetto a tematiche regionali o nazionali.

Temi di politica extracittadina: reddito di cittadinanza,

Celebrazioni e commemorazioni significative: solo 25 aprile liberazione 2019 in occasione visita del ministro Di Maio ad Assisi

Propaganda: elezioni comunali 2016 non massiva, referendum costituzionale 2016, politiche 2018, europee 2019, regionali 2019.

Considerazioni: prevalente attività politica locale in forma discorsiva e non propagandistica

Fabrizio Leggio – portavoce MoVimento 5 Stelle Assisi

FB, profilo, 2015-20 + TW, 2015-20, irrilevante, solo 3 post + IN, 2020, irrilevante, solo 4 post

Area politico valoriale e immagini iconiche di riferimento: temi classici MoVimento Stelle (almeno fino 2019): antieuro, reddito di cittadinanza, no MES, spazzacorrotti, antiliberismo, ambiente, NO TAV, limitazioni accoglienza profughi, conflitto d'interessi, riforma della giustizia, no concentrazioni editoriali, anti renzismo, riduzione dei parlamentari. Non emergono immagini iconiche di riferimento.



Propaganda: elezioni comunali 2016, referendum costituzionale 2016, politiche 2018 pochi post, nessun post per europee e regionali 2019. Nessun post per referendum costituzionale 2020.

Considerazioni: i post del 2015 sono quasi esclusivamente personali, successivamente, a partire dalla campagna per le comunali del 2016 lo spazio è progressivamente e esclusivamente occupato da post politici. Il profilo viene quindi usato come un blog, quasi come un diario di commento e considerazioni sui fatti politici del giorno, siano essi di rilievo nazionale, o regionale e locale. Si riprendono articoli apparsi sui siti di informazione on line, o si propongono discussioni su temi specifici, preceduti da un'ampia e spesso documentata introduzione su cui poi, tramite i commenti, si apre una discussione con la partecipazione a volte anche di un certo numero di commentatori. Spesso l'immagine è di propaganda, ma il testo offre poi ampio spazio all'argomentazione anche se il tono rimane spesso di invettiva. Essendo legato alla cronaca politica quasi quotidiana lo spazio è prevalentemente occupato da temi nazionali, quindi in misura minore da quelli locali e regionali.

Uniti per Assisi (Lunghi Sindaco)

Antonio Lunghi - Capogruppo Lunghi Sindaco, vicesindaco fino 06/2015 - sindaco f.f. da 06/2015 a 06/2016, FB, profilo, 2015-20

Comunicazione: promozione eventi del volontariato o di iniziative civiche a sostegno di categorie (es. commercianti centro storico in periodo pandemia)

Promozione della città: pochi eventi della città

Area politico valoriale e immagini iconiche di riferimento: la chiesa cattolica e i temi etici fondanti, la famiglia, i temi della difesa della vita (family day, sostegno a legge regionale per la regolamentazione della pillola antiabortiva RU 486, contrarietà ai matrimoni tra omosessuali). Tutta la produzione di post è caratterizzata dalla copiosa presenza di citazioni bibliche: ad es. nel 2020, gennaio, su 42 post 23 sono citazioni, a giugno 20 su 129, a dicembre 24 su 62.

Papa Francesco, Giorgio La Pira, Don Lorenzo Milani, Alcide De Gasperi, Paola Binetti.

Temi di politica cittadina: esposizione argomentata e ponderata delle proprie posizioni su temi specifici del dibattito locale.

Temi di politica extracittadina: temi nazionali e regionali in quanto legati a temi di interesse locale

Celebrazioni e commemorazioni significative: civili, tutte escluso 1 maggio Lavoro e 2 giugno Repubblica.

Religiose: tutte escluso, 22 giugno Festa del Voto, 12 agosto S. Rufino, presente 15 agosto Assunzione di Maria.

Propaganda: elezioni comunali 2016, referendum costituzionale 2016, politiche 2018, europee e regionali 2019 scarsissime e rivolta a forze centriste, sostanzialmente inesistente, post per referendum costituzionale 2020.

Considerazioni: pochissimi post di carattere privato, tutti i post apparentemente di interesse personale (citazioni bibliche o promozione eventi di comunità) in mescolanza con gli altri di politica locale (ma anche nazionale solo in quanto influente su interessi locali), lasciano trasparire un orizzonte di riferimento in cui la comunità locale viene interpretata come ampliamento del concetto di famiglia, difesa e tutelata dai suoi principi valoriali e nel quale l'azione politica ha il compito di preservazione, conservazione e difesa, lasciando emergere i fatti e vicende nazionali o regionali, come lontani, quasi avulsi dalla dimensione quotidiana. La scarsa presenza di commemorazioni nazionali o il minimale interesse a elezioni extracittadine, contribuiscono a legittimare questa interpretazione della comunità come rifugio.

Forze politiche escluse dal consiglio comunale

A Sinistra per Assisi

A Sinistra per Assisi

FB, pagina, 2015-20

Comunicazione: promozione attività del partito e organizzazioni collaterali (Circolo Primo Maggio)



Area politico valoriale e immagini iconiche di riferimento: anticapitalismo, disarmo, antifascismo, accoglienza dei migranti.

Che Guevara, Fidel Castro, Inácio Lula da Silva, Antonio Gramsci, Lenin, Marx, Rivoluzione d'ottobre

Temi di politica cittadina: prese posizione su temi locali e su provvedimenti Regione Umbria

Temi di politica extracittadina: America latina, Palestina, Curdi, disarmo, immigrazione

Celebrazioni e commemorazioni significative: solo 27 gennaio memoria, 25 aprile liberazione, 1 maggio lavoro

Propaganda: elezioni comunali 2016, referendum costituzionale 2016, politiche 2018 (Potere al popolo), nessuna campagna per europee e regionali 2019, referendum costituzionale 2020.

Considerazioni: sono prevalenti tematiche nazionali, internazionali e regionali, in misura molto minore temi locali.

Luigi Ciotti – candidato sindaco 2016, presidente Associazione @ Sinistra

FB, profilo, 2015-20

Comunicazione: promozione attività del partito e organizzazioni collaterali (Circolo Primo Maggio)

Area politico valoriale e immagini iconiche di riferimento: anticapitalismo, disarmo, antifascismo, accoglienza dei migranti, Rivoluzione d'ottobre.

Peppino Impastato, Alex Zanutelli, Inácio Lula da Silva, Mimmo Lucano, Don Ciotti, Che Guevara, Fidel Castro. Associazioni Libera e Emergency, Rivoluzione d'Ottobre.

Temi di politica cittadina: prese posizione su temi locali

Temi di politica extracittadina: America latina, Palestina, Curdi, disarmo, immigrazione, lotta alla mafia

Celebrazioni e commemorazioni significative: solo 27 gennaio memoria, 25 aprile liberazione, 1 maggio lavoro.

Propaganda: elezioni comunali 2016, referendum costituzionale 2016, politiche 2018 (Potere al popolo), nessuna campagna per europee e regionali 2019 e per referendum costituzionale 2020.

Considerazioni: pochi post dedicati a questioni locali rispetto alla stragrande maggioranza a carattere nazionale e internazionale. La connotazione politica che emerge è quella della militanza più che quella della propaganda.