

NEGLI ULTIMI DIECI GIORNI DI MAIO, DI BATTISTA E IL M5S SONO DIVENTATI TACITURNI



La sconfitta nelle elezioni regionali in Abruzzo prima, la difficile gestione del voto sul processo per Matteo Salvini dopo: l'uno-due che ha investito i 5 Stelle negli ultimi dieci giorni ha lasciato più di qualche strascico

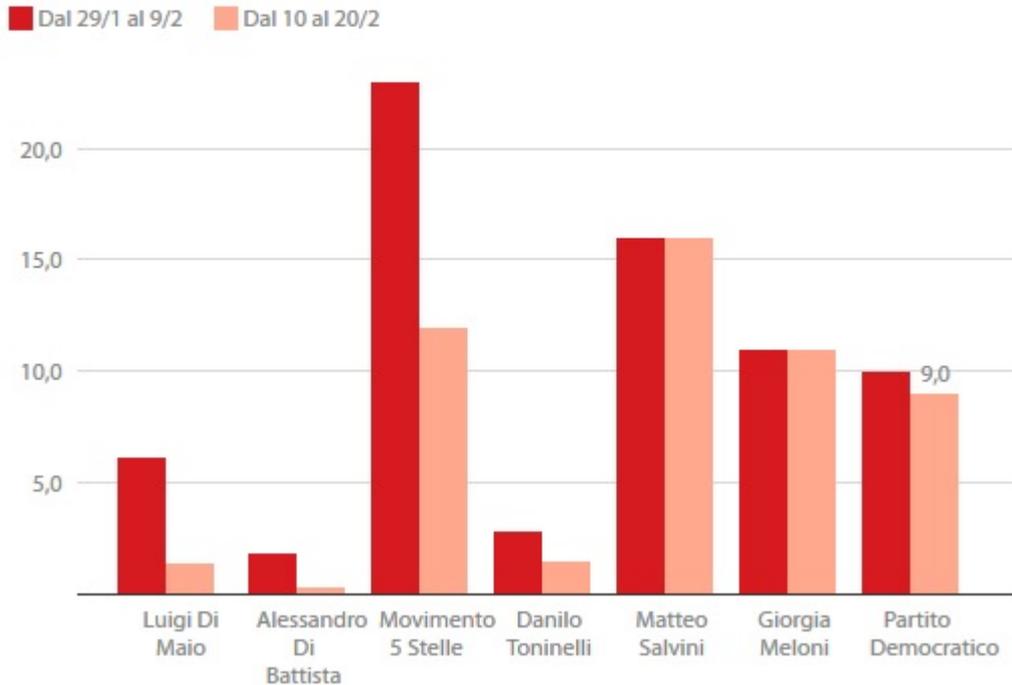
nel Movimento. Strascichi visibili nei sondaggi – racconta Mauro Munafò sul settimanale [L'Espresso](#) che vedono un continuo calo per i 5 Stelle, nelle prime contestazioni della base e in quel 41 per cento di votanti su Rousseau che volevano il processo per Salvini.

Ma che i pentastellati stiano vivendo un momento di sbandamento lo si può vedere anche dai social network, principale canale di comunicazione dei 5 Stelle. I dati elaborati dall'Espresso mettono infatti in evidenza come i 5 Stelle e i loro principali esponenti siano rimasti senza voce in questi giorni, riducendo in maniera drastica i messaggi ai loro fan.

Nell'arco di tempo che va dal 10 al 20 febbraio, Luigi Di Maio ha scritto su Facebook in media 1,4 post al giorno. Tanti o pochi? Basti pensare che nei giorni precedenti, l'arco che va dal 29 gennaio al 9 febbraio, i post quotidiani di Di Maio erano 6,2: il quadruplo. Un crollo che non può essere giustificato neanche dall'imminenza delle elezioni in Abruzzo, visto che questa domenica c'è una nuova tornata elettorale, in Sardegna.

I 5 Stelle senza voce

Il calo del numero di post quotidiani su Facebook da parte del Movimento 5 Stelle e dei suoi principali esponenti



Il calo di “produttività” del capo politico del Movimento 5 Stelle non è solitario. Alessandro Di Battista, tornato di recente dal Sudamerica per supportare il Movimento, passa da 2 post al giorno a meno di mezzo post al giorno, il ministro Danilo Toninelli scenda da 3 post al giorno a 1,5: dimezzato. La pagina ufficiale del Movimento invece crolla da 23 messaggi al giorno a soli dodici. Gli altri politici, a dimostrazione della situazione specifica che riguarda i pentastelati, non segnano cali così significativi: Matteo Salvini mantiene la media di sedici post al giorno, Giorgia Meloni ne postava undici e continua a postarne undici, il Pd passa da dieci a nove.

La ridotta comunicazione dei 5 Stelle finisce per avere un profondo impatto anche sul coinvolgimento dei fan e degli elettori online, che subisce un crollo netto. Le “reaction” totali ai post di Di Maio, la somma cioè dei commenti, dei like e delle condivisioni generate dai suoi messaggi su Facebook, passano da 1,1 milioni a soli 310mila (un terzo): così il leader 5 Stelle viene superato anche da Giorgia Meloni (690mila reazioni per lei). Irrangiungibile Matteo Salvini con

le sue 4 milioni di reazioni complessive.

Non va meglio alle altre pagine della galassia 5 Stelle: le reazioni al profilo ufficiale del Movimento 5 Stelle passano da un milione a poco più di mezzo milione, Danilo Toninelli crolla da 162mila a poco meno di 60mila. Peggio di tutti fa Alessandro Di Battista che da 228mila reazioni passa a 69mila.

L'OSSESSIONE DEL COMPLOTTO



sicilia5stelle

Stesso incontro
diversa informazione

Repubblica applica la tagliola all'informazione montando ad arte il video, un taglia e cuci a favore di Renzi.



Noi invece abbiamo pubblicato il video in maniera integrale, perchè ogni cittadino sia libero di farsi una propria idea sui contenuti dell'incontro.



Il consigliere regionale in Sicilia, e capolista del Movimento 5 Stelle, **Giancarlo Cancellieri**, ha pubblicato l'immagine (e la pagina dei senatori 5 Stelle la ha

[rilanciata](#)) che vedete qui sopra (per zoommarla cliccateci sopra), in cui lamenta una “tagliola” dell’informazione operata da **Repubblica** sul video dell’incontro tra Matteo Renzi e Beppe Grillo.

“Repubblica applica la tagliola all’informazione montando ad arte il video, un taglia e cuci a favore di Renzi”, si legge nel cartello, “Noi invece abbiamo pubblicato il video in maniera integrale, perché ogni cittadino sia libero di farsi una propria idea sui contenuti dell’incontro”. A dimostrazione di questo ragionamento, si cita la durata dei video pubblicati dai grillini e quello di Repubblica: 14 minuti il primo, 2 minuti il secondo.

Uno scandalo, una vergogna, una

censura e ben peggio si legge nei commenti. Peccato che sia una bufala.

Se si va infatti su Repubblica.it si trova tranquillamente il video dell'incontro integrale, rimasto in homepage per tutto il giorno, e con qualcosa come 600mila visualizzazioni totali, il più visto della settimana secondo le statistiche interne al sito. Poi, per fornire un sunto dei (pochi) contenuti dell'incontro, c'è anche quello da due minuti, che di visualizzazioni ne ha circa un decimo.

La prossima volta magari, prima di gridare alla censura, fatela una ricerca su Google...

mader

di Mauro Munafò per [l'Espresso](#)