



**Dario Germani (dario.germani@unica.it)**  
**Università degli Studi di Cagliari**

# **Opportunità e limiti per la ricerca digitale: CrowdTangle e la sfida dei Big Data**

La qualità della comunicazione pubblica  
istituzionale nell'era digitale  
**Ministero delle Imprese e del Made in Italy**

13 settembre, 2023



# Punti chiave

**CrowdTangle**

**Metodologia e tecniche  
della ricerca sociale**

**Big Data**

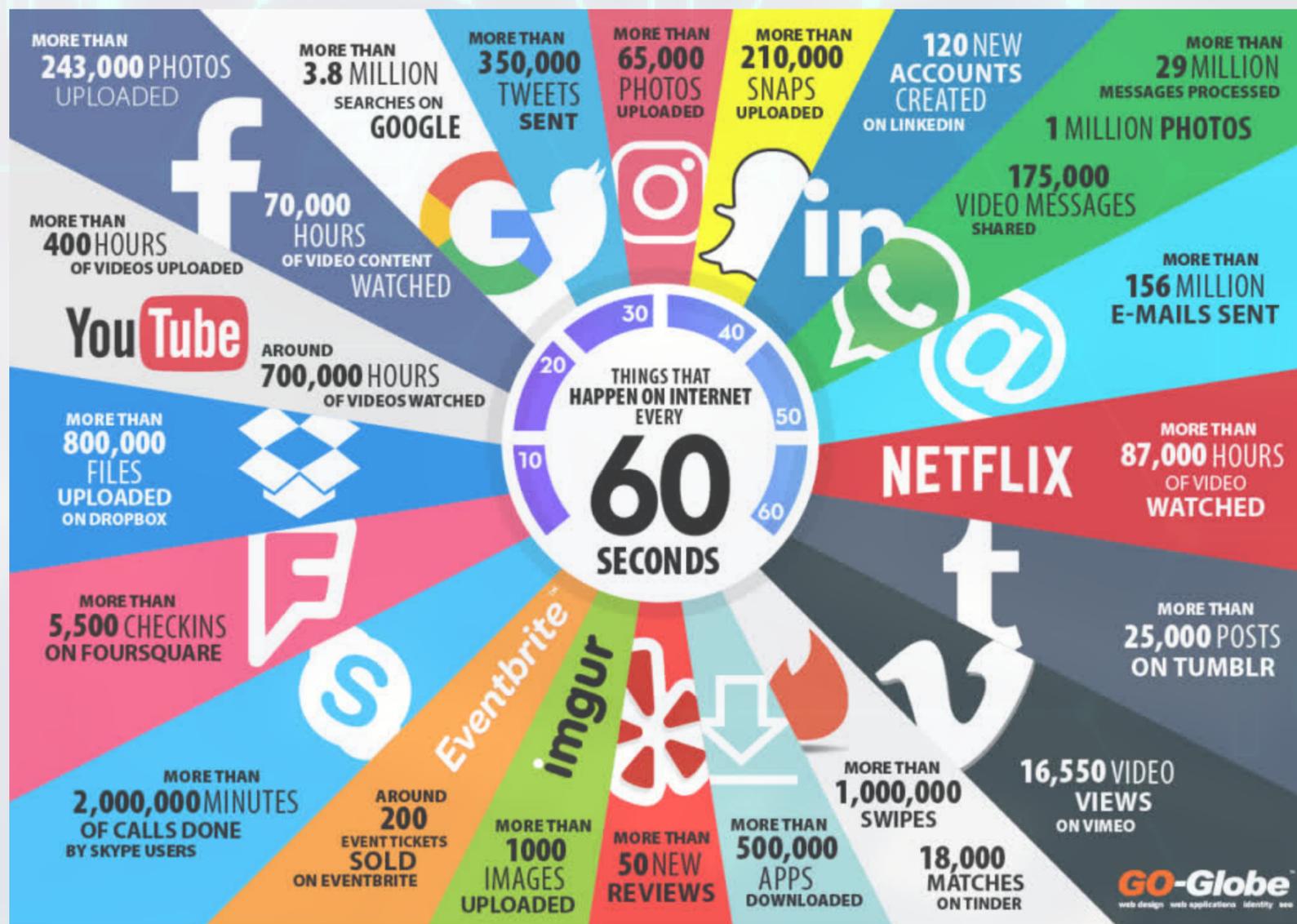
**Digitalizzazione**

La qualità della comunicazione pubblica  
istituzionale nell'era digitale  
**Ministero delle Imprese e del Made in Italy**

13 settembre, 2023



# A che punto siamo arrivati?



Cose che accadono ogni 60 secondi

Fonte: Go-Globe.com

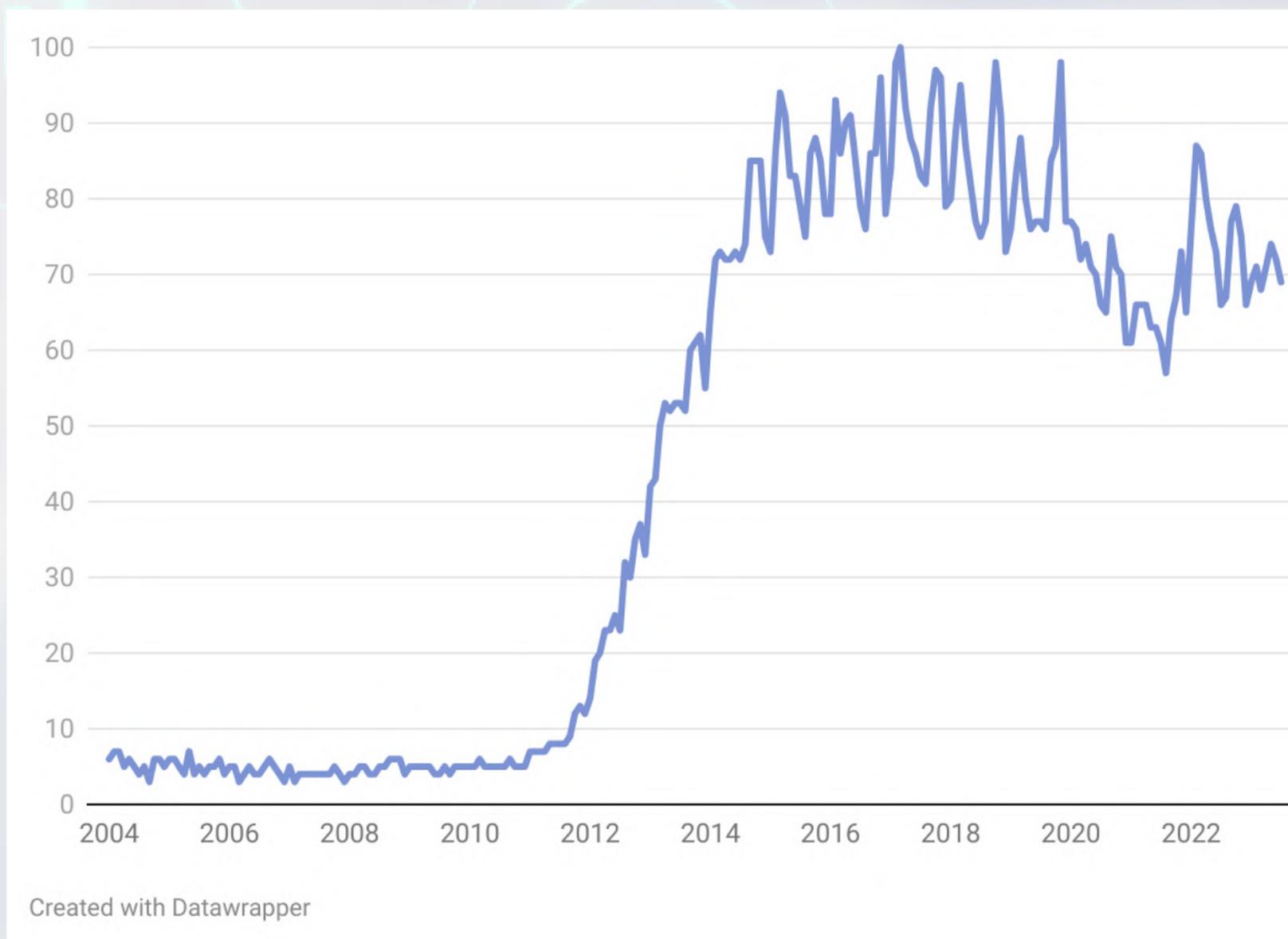
La qualità della comunicazione pubblica istituzionale nell'era digitale  
Ministero delle Imprese e del Made in Italy

13 settembre, 2023



13 settembre, 2023

# Rilevanza e fascino del tema



**Big Data:  
interesse  
nel tempo**

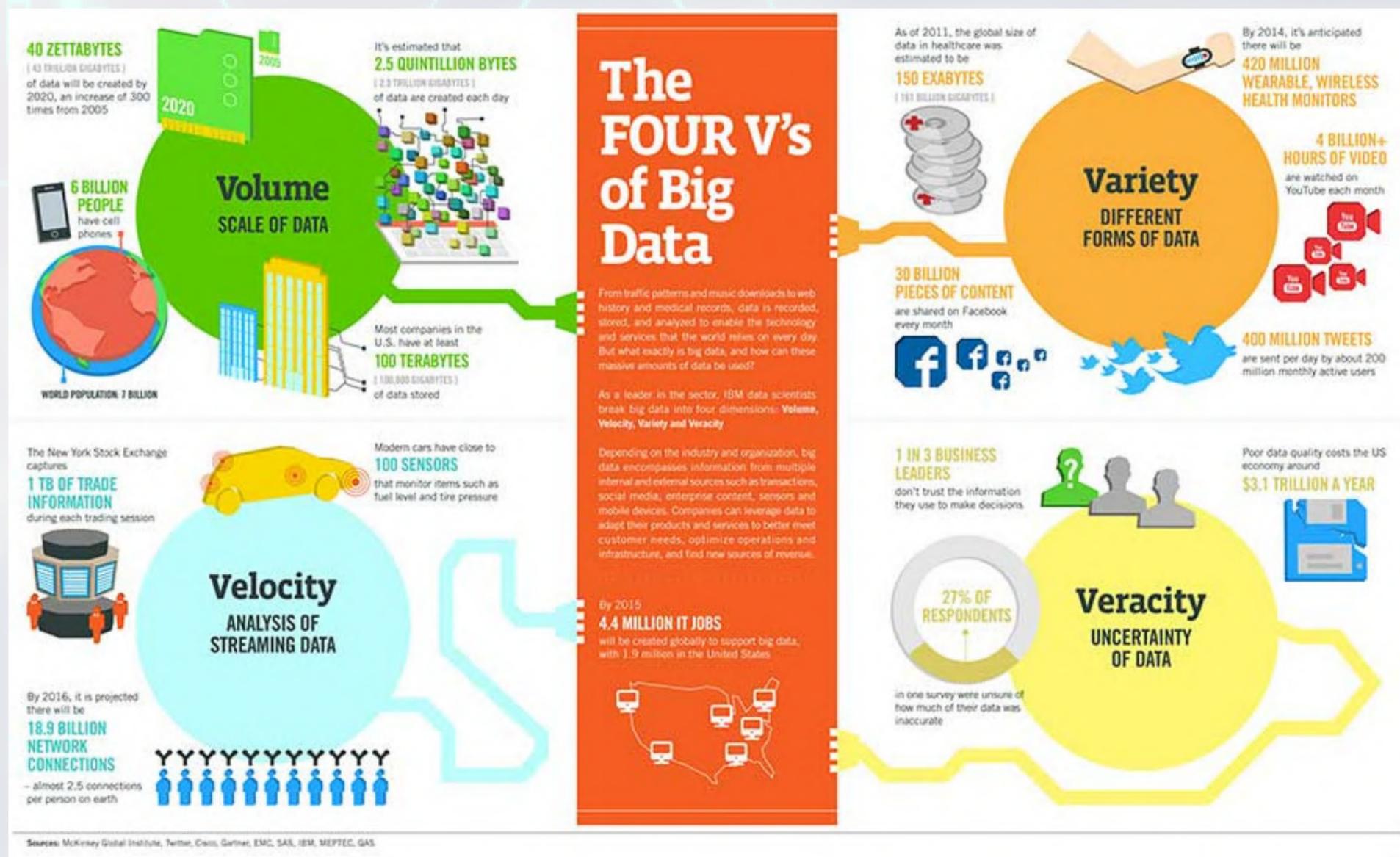
**Fonte: Google Trends**

La qualità della comunicazione pubblica  
istituzionale nell'era digitale  
**Ministero delle Imprese e del Made in Italy**

13 settembre, 2023



# Dati che stanno diventando più grandi?



"Big data is a collection of dataset so large and complex that it becomes difficult to process using on-hand database management tools or traditional data processing applications".

(Padgavankar & Gupta, 2014)

Fonte: Katal, 2013

La qualità della comunicazione pubblica  
istituzionale nell'era digitale  
Ministero delle Imprese e del Made in Italy

13 settembre, 2023



# *Data-driven knowledge making: verso un nuovo paradigma?*



Fonte: Gatti, 2017

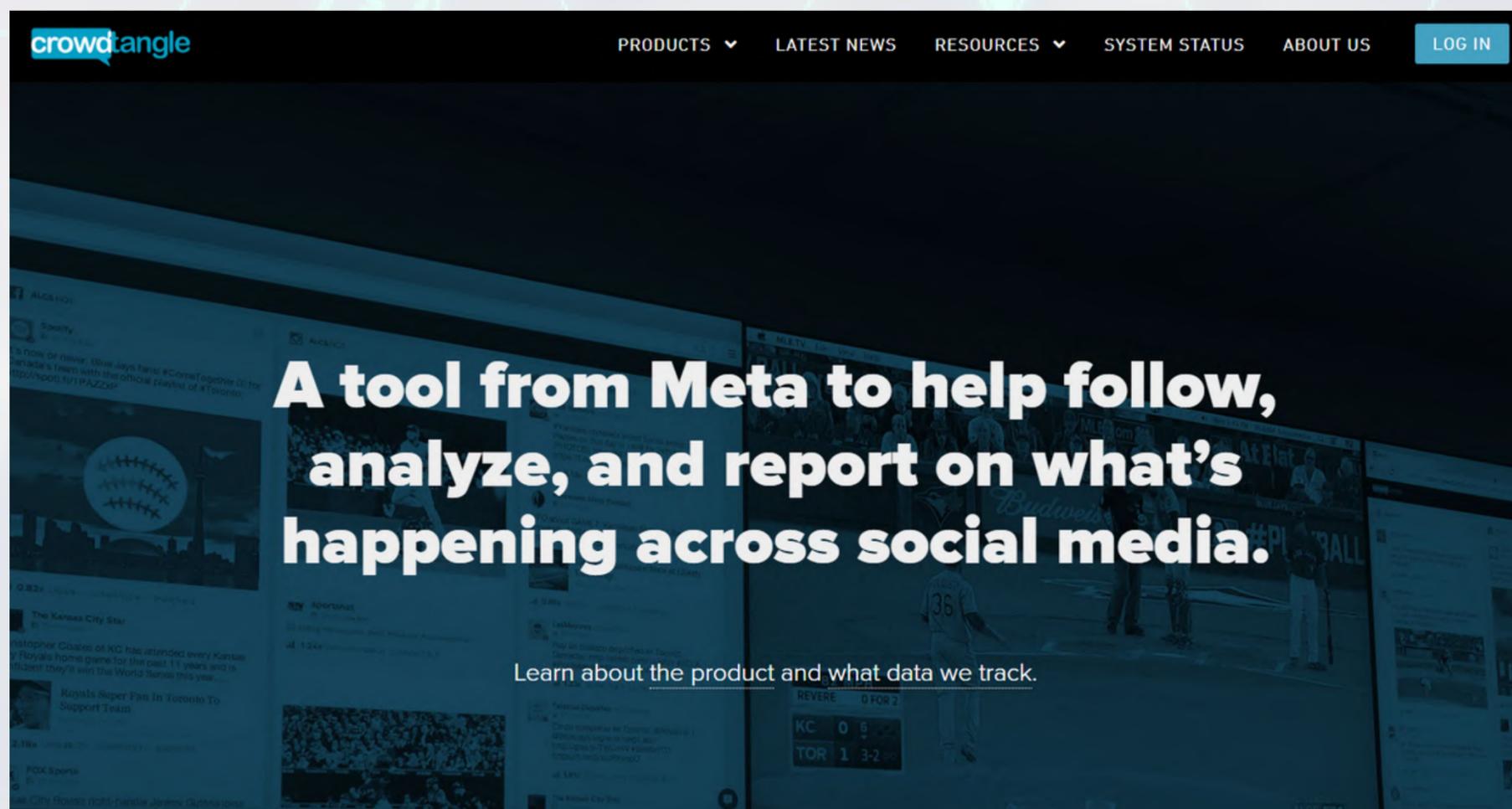
- ◆ **Nuovi problemi d'indagine**
- ◆ **Comunità scientifica**
- ◆ **Nuove professionalità e competenze**
- ◆ **Datafrenia**

La qualità della comunicazione pubblica  
istituzionale nell'era digitale  
**Ministero delle Imprese e del Made in Italy**

13 settembre, 2023



# CrowdTangle



Monitoraggio

Analisi delle performance

Rilevamento delle tendenze

La qualità della comunicazione pubblica  
istituzionale nell'era digitale  
Ministero delle Imprese e del Made in Italy

13 settembre, 2023



# Caso di studio: *Italia Domani*

The screenshot shows the website's navigation bar with the following items: Home, Il Piano (selected), Interventi, Opportunità, Notizie, Catalogo Open Data, Strumenti, and a search bar labeled 'CERCA'. Below the navigation bar, there are three columns of content: 'MISSIONI', 'PRIORITÀ TRASVERSALI', and 'RISORSE'. The 'MISSIONI' column lists: Digitalizzazione, innovazione, competitività, cultura e turismo; Rivoluzione verde e transizione ecologica; Infrastrutture per una mobilità sostenibile; Istruzione e ricerca; Inclusione e coesione; and Salute. The 'PRIORITÀ TRASVERSALI' column lists: Giovani; Parità di genere; and Riduzione del divario di cittadinanza. The 'RISORSE' column lists: Le risorse per la crescita and Piano Complementare. Below this menu, a large banner features the text 'Insier' and 'futuro'. At the bottom of the screenshot, a section titled 'Italia Domani, il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza' contains the following text: 'Un nuovo Paese è pronto a partire con Italia Domani, il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza.' and 'Italia Domani lascerà una preziosa eredità alle generazioni future, dando vita a una crescita economica più robusta, sostenibile e inclusiva.' To the right of this text, a box states 'L'importo totale del PNRR è di: € 191,5 mld'.



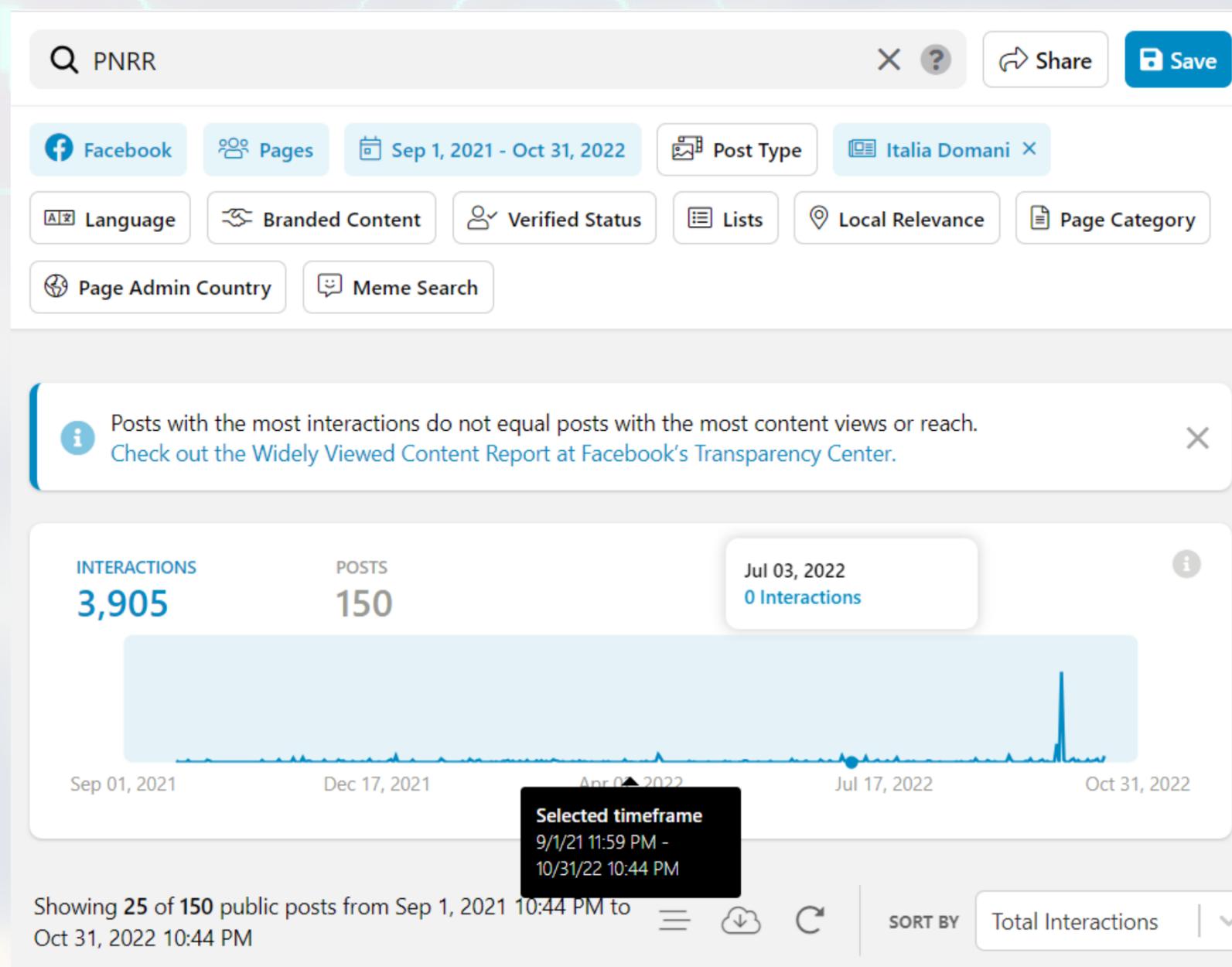
## Progetto Qualità della Comunicazione Pubblica Social

La qualità della comunicazione pubblica  
istituzionale nell'era digitale  
Ministero delle Imprese e del Made in Italy

13 settembre, 2023



# Caso di studio: *Italia Domani*



→ **CrowdTangle:**  
interfaccia di  
ricerca

La qualità della comunicazione pubblica  
istituzionale nell'era digitale  
**Ministero delle Imprese e del Made in Italy**  
13 settembre, 2023



# Caso di studio: *Italia Domani*

	N	Min.	Max.	Sum	Mean	Stand. Dev	Var.
Likes	150	1	62	1812	11.69	8.014	64.228
Shares	150	0	120	1086	5.93	12.488	5266.448
Comments	150	0	904	919	7.01	72.57	155.949
Love	150	0	3	41	0.26	0.5	0.261
Wow	150	0	1	3	0.02	0.1	0.019
Haha	150	0	5	20	0.13	0.5	0.295
Sad	150	0	0	0	0	0	0
Angry	150	0	83	92	0.59	6.6	44.477
Care	150	0	2	11	0.07	0.2	0.079



→ **Statistiche descrittive: le reazioni degli utenti**



# Caso di studio: *Italia Domani*

Post feature	Modalities	Purpose
Sharing	1. Yes 2. No	Investigates whether the post is native or shared
Text content	1. Yes 2. No	Investigates the text content
Visual content	1. Visual not available 2. Image/Photograph 3. Graphic 4. Video 5. Infographic	Investigates the type of visual content
Type of post	1. Initiative/event 2. Press conference 3. Announcement/opportunity 4. Report 5. Storytelling/testimony	Investigates the type of post
Missions	1. Digitalization, innovation, competitiveness, culture and tourism 2. Green revolution and ecological transition 3. Infrastructure for sustainable mobility 4. Education and research 5. Inclusion and cohesion 6. Health	Investigates NRRP missions
Priorities	1. Young people 2. Gender equality 3. Reducing the citizenship gap 4. Undefined	Investigate NRRP priorities
Aim of the post	1. Transmission of information 2. Requesting input 3. Online dialogue/offline interaction 4. Symbolic presentation	Investigates the purpose of the post (DePaula et al., 2018)
Relationship style	1. Formal 2. Informal	Investigates the communication style
Hashtag & links	1. Yes 2. No	Investigates the hashtags and links

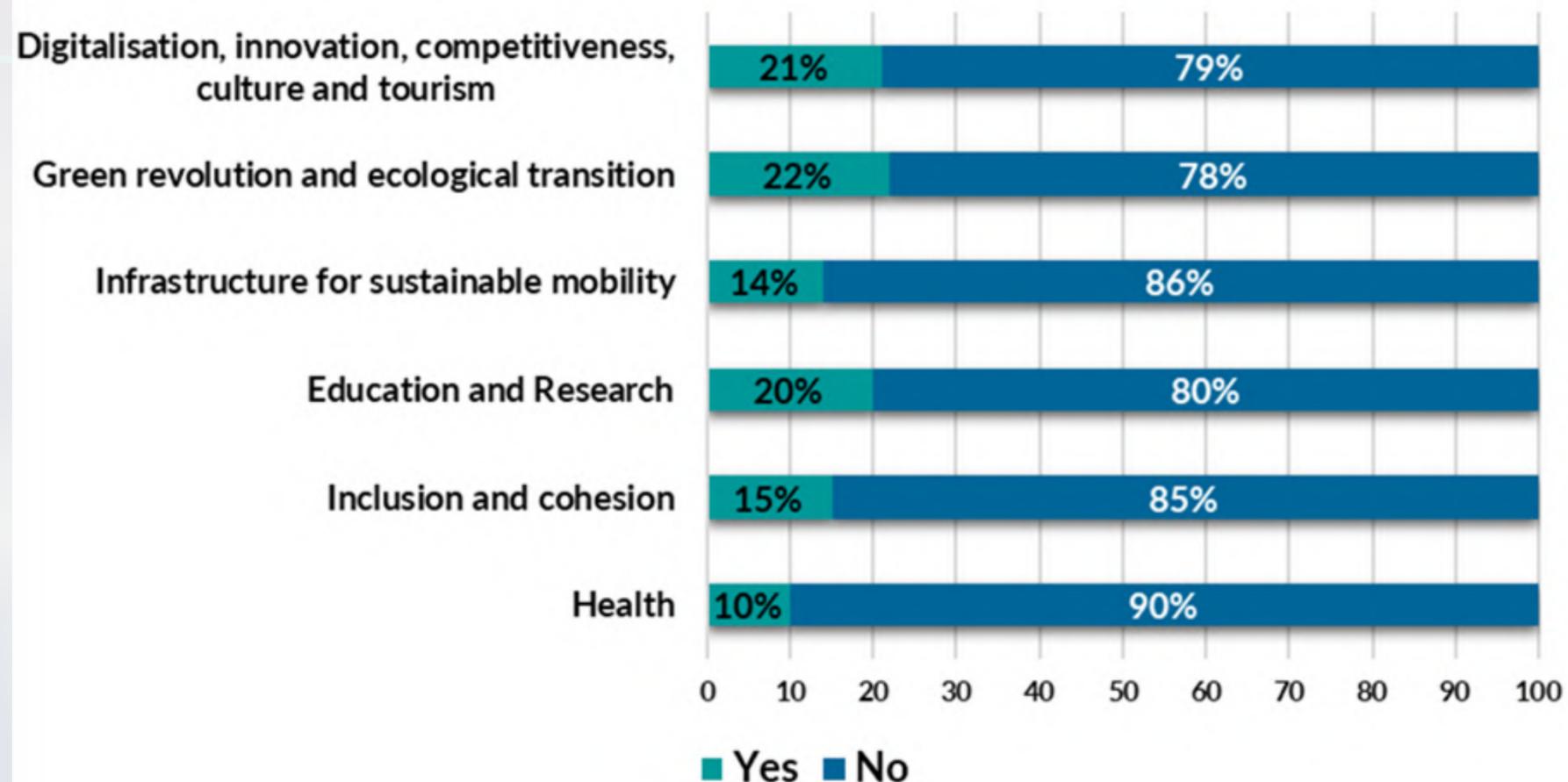


**Codebook**



# Caso di studio: *Italia Domani*

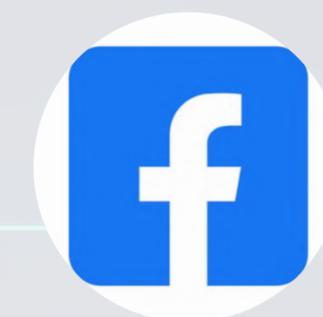
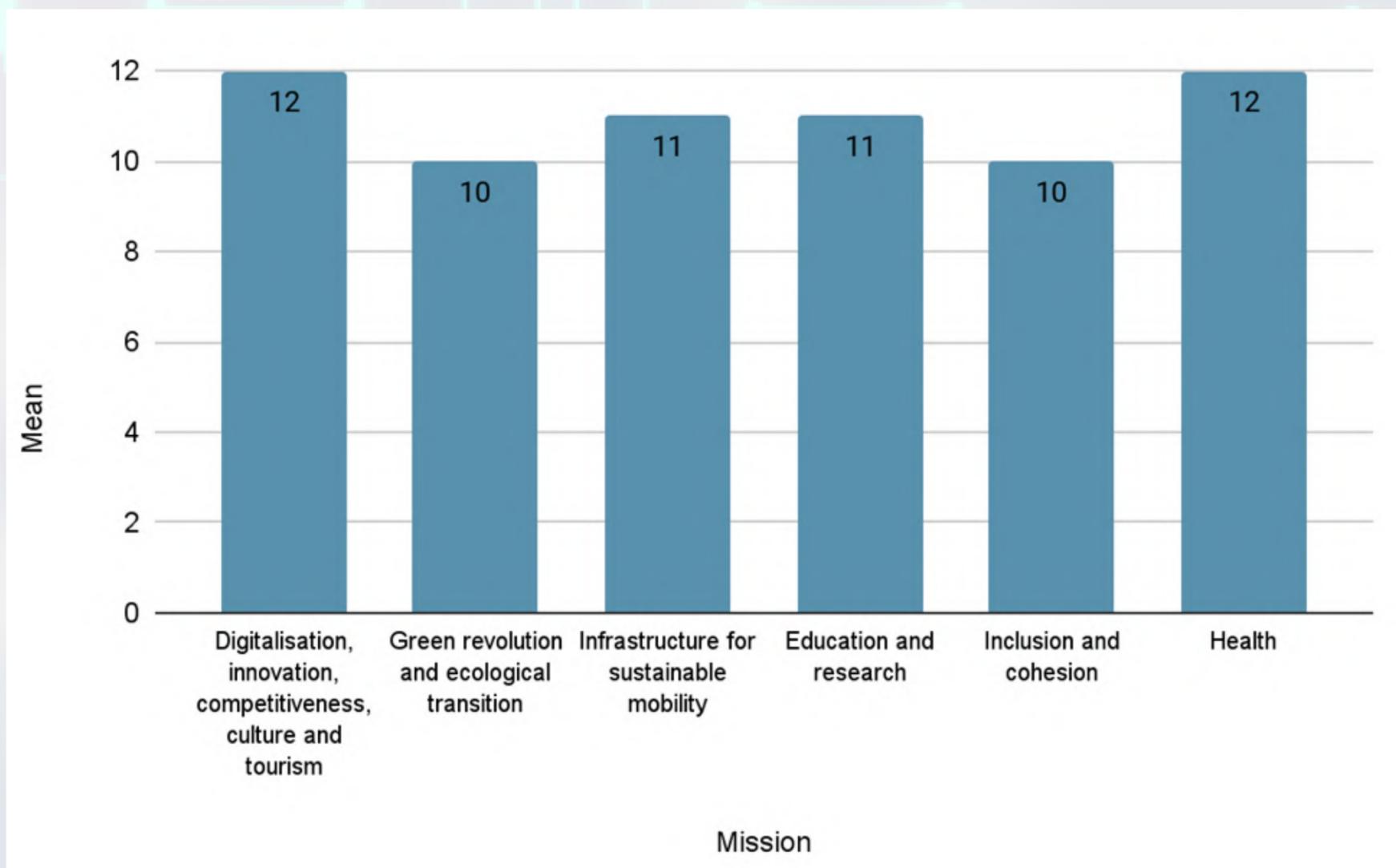
## Missions



**Statistiche descrittive:  
presenza delle Missioni nei post**



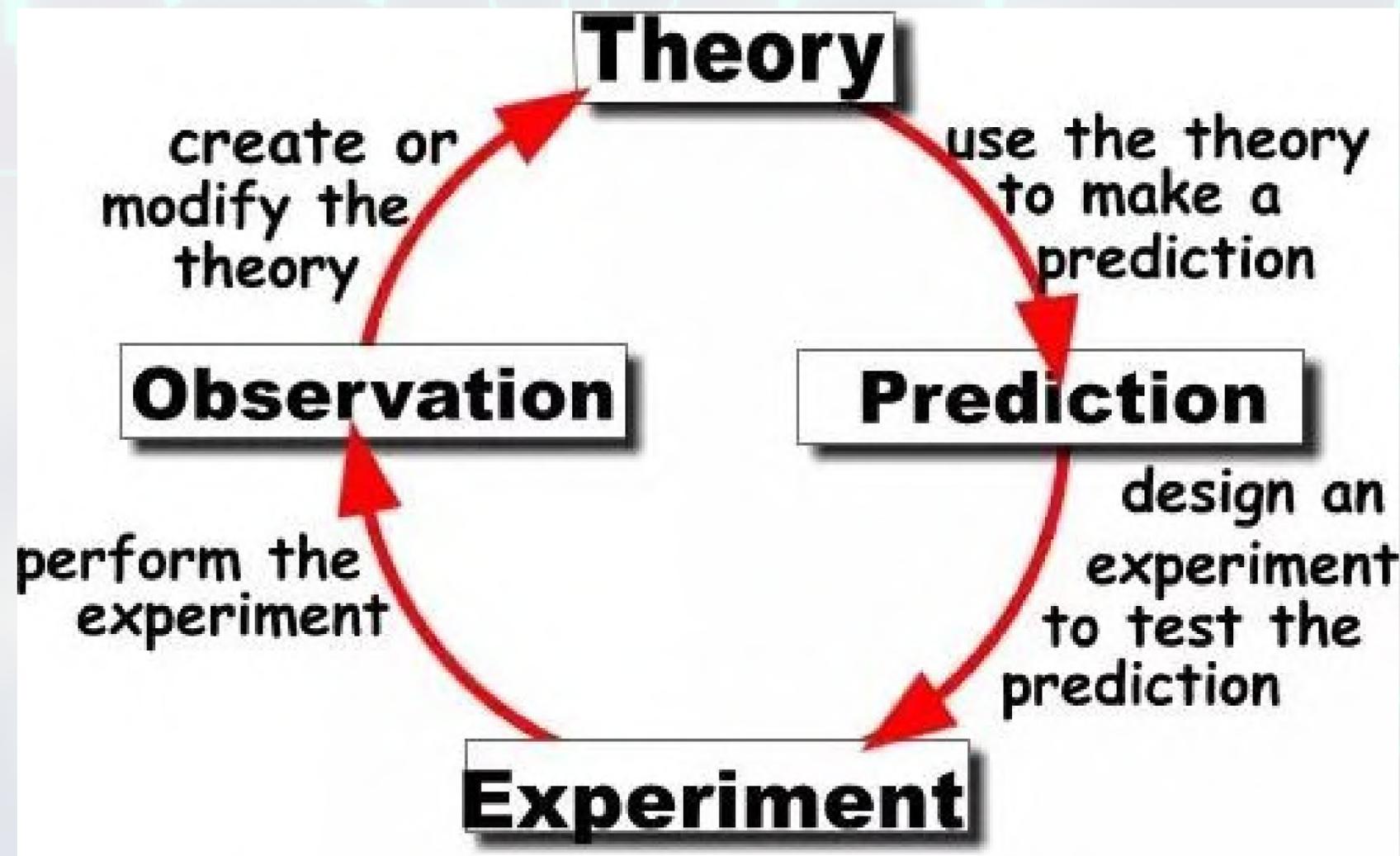
# Caso di studio: *Italia Domani*



**Statistiche descrittive:  
Media dei likes per  
ciascuna Missione**



# Conclusioni



**Big Data  
need  
big theories!**



# Riferimenti bibliografici

**DePaula, N., Dincelli, E., & Harrison, T. M. (2018), "Toward a typology of government social media communication: Democratic goals, symbolic acts and self-presentation", *Government Information Quarterly*, 35(1), 98–108.**

**Gatti, L. (2023), *Dalla Statistica alla Data Science*, Springer Healthcare  
<https://springerhealthcare.it/news/dalla-statistica-alla-data-science/>**

**Google Trends (2023), Big Data.**

**GO-GLOBE (2016), Things That Happen Every 60 Seconds, Infographic.**

**Katal A., Wazid M. & Goudar R. H. (2013, August). Big data: issues, challenges, tools and good practices, In 2013 Sixth international conference on contemporary computing (IC3), pp. 404-409, IEEE.**

**Padgavankar, M. H., Gupta, S. R. (2014), "Big data storage and challenges", *International Journal of Computer Science and Information Technologies*, 5(2), pp. 2218-2223.**



**Dario Germani (dario.germani@unica.it)**  
**Università degli Studi di Cagliari**

**Grazie per l'attenzione!**

La qualità della comunicazione pubblica  
istituzionale nell'era digitale  
**Ministero delle Imprese e del Made in Italy**  
13 settembre, 2023