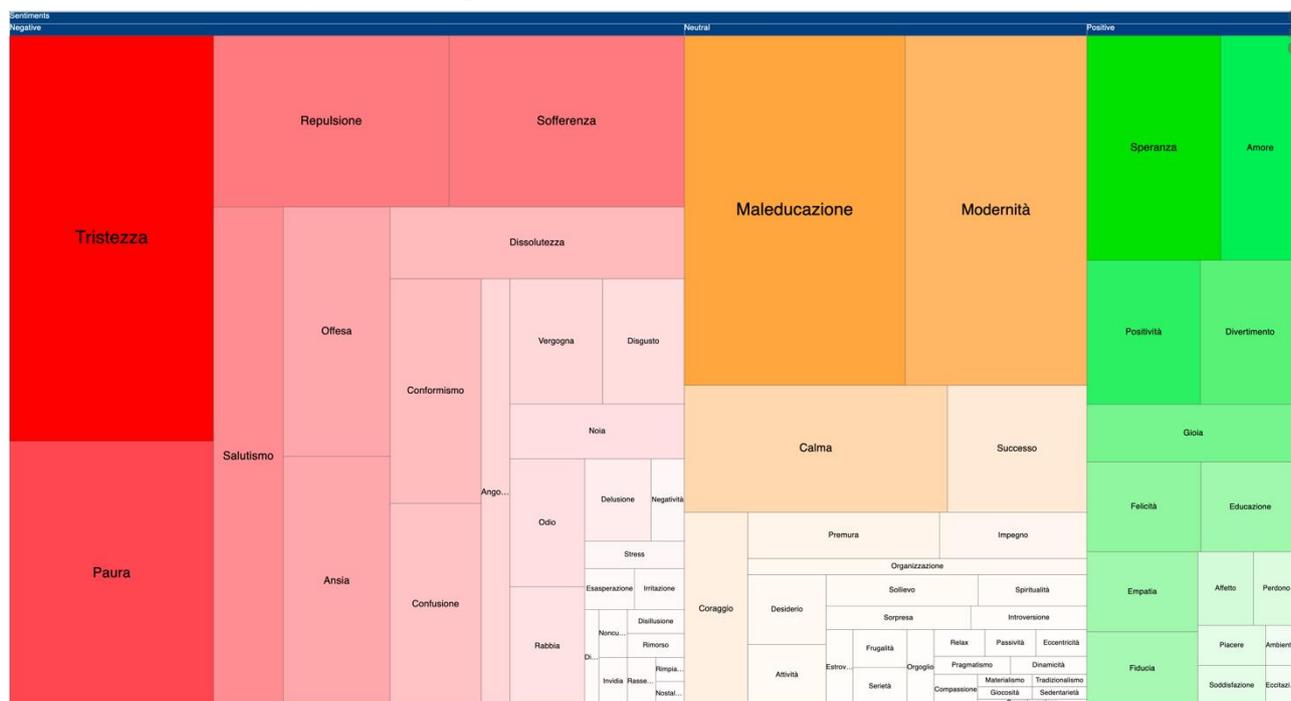


COVID-19: Insights & Feelings

COVID-19: INSIGHTS & FEELINGS - 26 marzo 2020

LA TRISTEZZA SI SPOSTA SUI TEMI ECONOMICI

Mapa delle emozioni principali degli Italiani rispetto al Covid-19



Fonte: Expert System, Sociometrica, 26 marzo 2020

Quarto giorno del monitoring delle emozioni e del sentiment generale degli Italiani realizzato da Expert System e Sociometrica. Nella mappa sono rappresentate le emozioni che si ricavano dall'analisi semantica dei testi sui social media (circa 22mila) pubblicati nelle ultime 24 ore. Di ogni

testo pubblicato, la tecnologia di intelligenza artificiale di Expert System estrae le emozioni, che sono poi analizzate e interpretate da Sociometrica.

Il quadro delle ultime 24 ore è segnato ancora dalla tristezza, tanto che da sola determina il 12 % di tutto il sentiment del Paese. Resta ancora forte l'avversione verso chi non osserva le prescrizioni di legge rispetto all'uscire di casa (nella mappa: maleducazione), ma parte dei sentimenti negativi si va spostando dalla salute all'economia.

All'inizio della diffusione del virus ha dominato l'ansia e poi la paura; quindi sono cominciate le preoccupazioni sul lato dei comportamenti "salutistici"; a questi sentimenti ha sempre fatto da contraltare un sentimento di calma, di attesa, di fiducia sulla temporaneità della situazione. Adesso questo set di calma-attesa-fiducia si è indebolito per le preoccupazioni relative all'economia, alla vita sociale, e un po' meno verso gli aspetti sanitari.

Oggi il secondo sentimento negativo non è né la paura, né l'ansia, ma la sofferenza, che non è correlata tanto (o non solo) sullo stare in casa, ma sul come/quando si potranno riprendere le attività consuete, a cominciare dalla vita economica.

Tuttavia alcune emozioni "estreme" come la rabbia, l'angoscia e la rassegnazione sono quasi irrilevanti, anzi cresce l'orgoglio verso il proprio paese, la propria città, verso ciò che si sente come proprio, come propria identità. Semmai c'è una caduta dell'empatia, vista la circospezione con cui si guarda alle altre persone nella necessariamente breve esperienza delle uscite fuori casa.

Nel complesso la gamma dei sentimenti negativi rappresenta circa la metà delle emozioni espresse (50,1 %), mentre si riducono un po' le emozioni "neutrali", adesso al 32,6% e scendono leggermente anche i sentimenti positivi, oggi al 16,6 %.

SOCIOMETRICA

www.sociometrica.it



www.expertsystem.com