



## **La vittoria della tripla O *Obama e la società delle reti***

**Fonte: Caffè Europa - di Gianpiero Gamaleri, con Lucilla Guidi**

"I mattoni per ricostruire l'America passano di mano in mano attraverso lo strumento virtuale della rete". La Obama's online operation, ribattezzata dai media americani "la tripla O", è la mente digitale della campagna democratica. Abbiamo chiesto a Gianpiero Gamaleri, esperto di comunicazione politica e professore di sociologia dei processi culturali e comunicativi a Roma Tre, di fare chiarezza su questo fenomeno.

Torniamo a 5 anni fa, quando Barack Obama era uno sconosciuto senatore dell'Illinois e Howard Dean uno degli aspiranti concorrenti alla Casa Bianca. Dean lancia il suo messaggio elettorale nel mondo del web. E' la prima volta che avviene. L'uomo alla guida della sua campagna, Joe Trippi, è convinto che la rete sia l'unico strumento in grado di rimettere nelle mani dei cittadini il governo di un paese. Il successo di Dean è inimmaginabile, sebbene, ironia della sorte, una gaffe sulla piazza televisiva gli faccia perdere la poltrona. Quattro anni dopo, cioè oggi, il terreno è pronto. Basta un gruppo guidato da Joe Rospars, un collaboratore ventisettenne di Dean e Trippi e altre tre persone che insieme non raggiungono i 90 anni e "la tripla O" è attiva. Il 24enne Chris Hughes, cofondatore di Facebook, si occupa del socialnetworking; Kate Albright Hanna, 32enne regista per Cnn, di sviluppare la sezione video; e Scott Goodstein, fanatico ossessionato dagli Sms, di inventarne.

Il web per la prima volta è stato un protagonista attivo di una campagna elettorale, quella che ha condotto Obama alla vittoria. Qual è stato il ruolo della rete e come ha influito sulla ricerca e acquisizione del consenso?

Internet è stata decisiva in vari sensi. Innanzitutto Obama e il suo staff elettorale, mettendo in rete le iniziative, hanno potuto raggiungere un numero enorme di utenti. Non solo negli Stati Uniti, dove gli utenti erano anche elettori, ma anche all'estero. Dal 27 Settembre sono iscritto anch'io al sito [www.mybarackobama.com](http://www.mybarackobama.com).

Qual è stata la sua esperienza?

Ho ricevuto un gran numero di messaggi, nell'ordine di una cinquantina. Giorno dopo giorno, ero messo al corrente delle mosse e dell'attività che svolgevano Obama e il suo staff elettorale. E progressivamente sono entrati in campo anche altri personaggi, ad esempio Joe Biden e David Plouffe. Ogni messaggio iniziava con "Dear friend", poi descriveva i passi avanti che venivano compiuti e infine non mancava di essere accompagnato dalla richiesta di una donazione da 5 dollari per aiutare le varie fasi della campagna elettorale in atto.

In che misura e in che modo il web, a suo avviso, ha contribuito alla vittoria di Obama?

Evidentemente si è creata una rete così capillare di consenso e non solo di consenso politico ma anche di finanziamento da poter considerare il web la chiave di volta del successo di Obama. Anche la moglie di Obama, Michelle, ha avuto una parte importante in questa operazione. Ho ricevuto una mail anche a suo nome. Utilizzo questo esempio per sottolineare quello che credo essere il punto più forte del sistema. L'utilizzo del web ha saputo creare la sensazione di essere legati ai protagonisti di questo evento.

"Because it's about you", "perché ti riguarda". Questa è la frase di apertura di [mybarackobama.com](http://www.mybarackobama.com) scelta da Hughes. Si tratta di mettere al centro il coinvolgimento: che visione dell'America c'è nella scelta di questo messaggio?

Lo si capisce molto bene leggendo il discorso della vittoria, nel quale tutto l'accento è messo sul senso di responsabilità e di comunità che devono caratterizzare un paese. "Ti riguarda" perché la comunità civile, cioè lo stato, non è un'entità astratta ma qualcosa da costruire pezzo dopo pezzo, partecipandovi. Questa è l'opera di ricostruzione che



Obama evoca nel suo discorso. Un'opera che ricostruisce la nazione, mattone dopo mattone, in cui mani callose si incrociano le une sulle altre. Questa è l'immagine usata da Obama.

Colpisce il fatto che, oggi, le mani callose che costruiscono l'America passano attraverso internet, uno strumento puramente virtuale. "La tripla O", l'operazione online di Obama, è stata organizzata puntando sul socialnetworking, in particolare sulla piattaforma di facebook e myspace, sui video e sugli sms. Può spiegare come una rete virtuale ha costruito una vittoria così solida?

Tutti questi strumenti hanno concorso al raggiungimento dello stesso obiettivo. Vale a dire partecipare attraverso questi vari tipi di collegamento, non dico momento per momento, ma senz'altro giorno dopo giorno all'avventura del candidato. Bisogna tener presente inoltre che - sebbene in misura ridotta via sms - tramite e-mail, su face book e myspace il messaggio è multimediale, corredato cioè anche da immagini, le stesse che poi rifluivano su youtube.

Abbiamo dunque a che fare con un sistema fin dalle origini radicalmente multimediale. Un sistema molto elementare, molto semplice ma anche molto efficace. Anche molto diverso rispetto a quello tradizionale.

Infatti. Tenga conto che questa operazione ha messo fortemente in imbarazzo i politici tradizionali. E' molto curioso ma anche molto esemplificativo che proprio Hilary sia stata la prima vittima di questo sistema. I Clinton, con un'esperienza politica colossale, con otto anni di presidenza alle spalle, hanno dovuto invidiare prima e ricorrere poi ai finanziamenti di Obama per controbilanciare le perdite della loro campagna.

La politica delle lobbies finanziarie è dovuta ricorrere all'aiuto dei cittadini.

E non solo. E' avvenuto un altro miracolo: un personaggio senza nessuna risorsa economica è riuscito a diventare un colosso anche economicamente. Come? Attraverso la capillarità della rete, attraverso la possibilità di effettuare singole donazioni a partire da 5 dollari. Semplicità e senso di partecipazione, questa è la comunicazione politica di Obama. In fondo si tratta di un sistema elementare. Se fosse stato più sofisticato non avrebbe saputo coinvolgere i milioni di americani che invece hanno aderito.

Obama ha conquistato anche più dei due terzi dei voti degli elettori sotto i trenta anni. Nel 2004 le persone tra i 18 e 29 anni costituivano il 16% dell'elettorato e il 55% di loro votò per John Kerry, nel 2008 sono stati il 18% dell'elettorato e addirittura il 66% ha votato per i democratici. E per la prima volta nella storia questa generazione si informa su internet e non attraverso la televisione. Oltre ad essere aumentato, il giovane elettorato è cambiato. Intanto è necessaria una precisazione. Non credo che si siano informati soltanto attraverso internet. Ritengo che la televisione abbia avuto, ancora una volta, il suo ruolo. Certamente non è sparita. I telegiornali, le cronache, i duelli televisivi Obama VS McCain, sono passati attraverso il mezzo televisivo. Anche la radio e gli altri mezzi di comunicazione tradizionali hanno mantenuto il loro spazio. Ciò che ha fatto la differenza, nella rete, è stata la possibilità di partecipare.

La partecipazione è finita con la vittoria?

Assolutamente no. Nello stesso messaggio di ringraziamento per la vittoria vi era una richiesta di finanziamento, non più di 5 ma di 25 dollari. Per prima cosa bisogna considerare che in questo periodo, precedente al vero e proprio insediamento, Obama non ha ancora le strutture necessarie. Verrà poi il periodo dell'azione politica effettiva, in cui Obama avrà ancora e più che mai necessità di risorse. La campagna elettorale poteva concludersi con una mail di ringraziamento. La partita si sarebbe chiusa con l'apertura delle porte della Casa Bianca. E invece, Obama, nel suo ruolo istituzionale non reciderà il legame con le persone che lo hanno sostenuto e hanno creduto alla sua linea.

Come riuscirà, attraverso la rete, a mantenere il coinvolgimento dei cittadini anche durante il mandato presidenziale? In che modo è possibile avvalersi del web per governare?

Ognuno sarà invitato a dare il suo contributo, ovviamente in base alle proprie possibilità. Chi ha i mezzi economici



può partecipare in maniera rilevante e per la prima volta in modo diretto ad un'avventura politica. C'è dunque una grande franchezza nella linea della comunicazione politica di Obama. Nel messaggio di Chicago questa franchezza è una promessa esplicita: "io sarò sempre onesto con voi".

L'apporto di partecipazione che passa attraverso la rete è soltanto di natura economica?

No, Obama ha lanciato un messaggio di trasparenza e di onestà, affermando che continuerà a dialogare non solo con coloro che lo hanno sostenuto, ma con tutti gli americani. E che lo farà soprattutto nei momenti di dissenso. Inoltre, nel discorso di Chicago, Obama ha detto che Wall Street dovrà coincidere con Main Street. Vale a dire, la borsa dovrà riavvicinarsi alle esigenze della società reale, di tutti. E' qui che la rete svolge un ruolo decisivo. Credo però che dietro al successo di Obama ci sia, oltre al web, anche una spinta etica e religiosa.

Di che tipo?

E' presente la religiosità della migliore tradizione americana. In questo successo, infatti, si richiede la benedizione di Dio non solo sui vincitori ma su tutta la nazione. Gli sforzi dell'uomo sono ritenuti insufficienti al fine di superare la crisi che gli Stati Uniti stanno attraversando. Obama ha fede nell'aiuto di Dio per portare a termine un'impresa che trascende non solo i singoli individui, ma anche la stessa comunità. Questa religiosità chiede aiuto allo stesso Dio invocato da Bush, ma affinché nella società possano vigere giustizia e solidarietà sociale, irraggiungibili attraverso un'opera solamente umana.

In Europa e in particolare in Italia, una campagna elettorale sul web sarebbe possibile? E sarebbe capace di trasformare l'attuale panorama politico?

Penso che sia connaturato al modello evolutivo del sistema il fatto che la comunicazione politica viaggerà su questi mezzi anche in Europa. Non bisogna sottovalutare, però, che la rete è il cemento di una aggregazione, è la scintilla di una curiosità che può sfociare sia in un'adesione che in una non-adesione. Ritengo che senza l'uso dei grandi e tradizionali mezzi di comunicazione, la radio, la televisione, la stampa, i manifesti etc., la rete non riesca a canalizzare il consenso. Tuttavia, il web dà un apporto decisivo, come ha dimostrato la vittoria di Obama. Non solo perché può condurre al successo, ma anche e soprattutto perché crea quella condizione di tensione etica in grado di far tornare la società a partecipare e a sperare di risollevarsi dalle difficoltà. In questo senso credo che l'Europa e l'Italia stessa potrebbero trarre dall'utilizzo della rete un gran giovamento.