

Anche in politica Internet diventa la killer application

Barack Obama ha vinto la sua sfida contro Hillary Clinton grazie alla Rete. Il blog più influente del mondo, The Huffington Post, ha affermato che il suo sostegno è stato decisivo per la vittoria di Obama. *L'Observer* ha definito Obama come il maestro della «Facebook politics». Le reti sociali e i blog hanno avuto un ruolo fondamentale nella lunga sfida tra i due candidati democratici. Nel precedente confronto tra John Kerry e Howard Dean prevalse il primo ma Dean, inizialmente sfavorito e privo di mezzi economici, sfiorò la vittoria per la candidatura democratica grazie all'utilizzo della Rete. Perse, ma dimostrò che Internet sarebbe stato in futuro la nuova killer application della politica, l'arma determinante per vincere. La diffusione della banda larga, dei social network e dei blog negli Stati Uniti negli ultimi anni ha spostato gli equilibri della comunicazione e del marketing politici a favore della Rete. Una recente ricerca di Yahoo! riporta che il 51% dei navigatori americani legge o scrive di politica sui blog. Il fenomeno del "citizen journalism", il giornalismo dei cittadini che pubblicano senza filtri testi, foto e video, è in grande espansione: si stima che i blog politici negli Stati Uniti siano 30 mila. Secondo

un sondaggio della società Harris Interactive, il 22% dei cittadini statunitensi legge regolarmente i contenuti dei blog e il 23% vi accede in modo saltuario. Le percentuali calcolate in base all'età di chi frequenta assiduamente i blog politici vedono al primo posto i navigatori più anziani: il 46% ha infatti più di 44 anni, mentre soltanto il 19%

ha un'età compresa tra i 18 e i 31 anni. Le tendenze politiche di chi naviga pongono al primo posto gli indipendenti, al secondo e al terzo posto, quasi equivalenti, i repubblicani e i democratici. La società Technorati misura in tempo reale il numero giornaliero di citazioni dei candidati alle presidenziali in Rete. Queste possono essere sia positive sia negative e riflettono il grado di interesse per i diversi politici. All'inizio di giugno, a fine campagna, Hillary Clinton e Barack Obama erano appaiati con, rispettivamente, 3.698 e 3.590 riferimenti, mentre McCain seguiva a 1.478. I candidati alla vice presidenza erano quasi inesistenti, per i democratici Warner con 121 e Nelson con 114, per i repubblicani Romney 88 e Ridge 57. La prevalenza dei rappresentanti democratici in Rete potrebbe essere il preludio all'affermazione di Obama alle presidenziali di fine anno. Se si valutano i riferimenti ai candidati nell'ultimo mese, e non solo giornalmente, Obama stravinca. Nel mese di maggio si è avvicinato alle 10mila citazioni al giorno contro le 3/4mila medie di Hillary Clinton. L'editorialista di Technorati Jen McLean ha spiegato in una frase l'importanza della Rete e delle nuove «social media elections»: «Facebook e MySpace sono importanti almeno come gli Stati del New Hampshire e dello Iowa» per la vittoria finale. Le elezioni americane sono da sempre condizionate dalla raccolta di fondi. Si può affermare, semplificando, che il candidato che raccoglie più soldi vince. Prima della diffusione di Internet erano i comitati, le lobby e le grandi aziende a sponsorizzare il candidato. Come è avvenuto per George W. Bush, le donazioni di gruppi di singoli settori di mercato hanno inciso fortemente sulla vittoria. Con la Rete tutto cambia. Chiunque può accedere al candidato e fare un'offerta online, il «micro fundraising». Anche se il singolo cittadino può contribuire solo con una piccola offerta, i contributi di milioni di cittadini possono superare qualunque cifra donata da una grande corporation. Obama ha sviluppato sin dall'inizio della sua campagna una forte presenza nelle reti sociali, come MySpace, permettendo l'interazione tra le persone interessate al suo programma e la possibilità di donazioni online. Una strategia ignorata da Hillary. Nel solo mese di maggio Obama ha raccolto 31 milioni di dollari online, il 94% proveniente da versamenti di somme di 200 dollari o inferiori. Un segnale di una nuova politica senza intermediari con un rapporto diretto tra candidati ed elettori.

Le reti sociali e i blog hanno avuto un ruolo chiave nella vittoria di Barack Obama su Hillary

