

sabrina benenati\*

## INTERNET E POLITICA

L'ingresso di Internet nel panorama delle nuove tecnologie di informazione e comunicazione ha suscitato, fin dalla metà degli anni Novanta, un ampio dibattito sulle sue potenzialità, intese sia come rischi che come opportunità.

Si trattava di un mezzo rivoluzionario, in grado anzitutto di competere – una volta superati i limiti del *digital divide*<sup>1</sup>- con i media di massa tradizionali (stampa, radio e televisione) nel ruolo di fornitore di informazioni non più “da uno a molti” ma “da molti a molti”, e ad esso ci si riferiva con entusiasmo, ipotizzando che le nuove tecnologie avrebbero riportato indietro le lancette per permettere al sistema politico di “tornare alle radici della democrazia occidentale”<sup>2</sup>, quando le basi della democrazia poggiavano sulla partecipazione dei cittadini e sulla pubblica discussione.

Ciò che per molti si sarebbe potuto configurare come la promessa di un accesso illimitato e ampiamente diffuso all'informazione e alla decisione politica, per altri,

---

\* **Docente di Comunicazione pubblica presso il corso di laurea in Scienze della Comunicazione dell'Università di Siena, consulente sui temi della comunicazione istituzionale e politica per numerosi enti pubblici, organizzazioni politiche e aziende del territorio italiano.**

<sup>1</sup> “Va innanzitutto osservato come tale espressione abbia una duplice valenza semantica. Infatti, da una parte si riferisce alla divisione esistente tra sistemi sviluppati, e quelli che, ancora, e in qualche misura pudicamente, vengono detti in via di sviluppo. Anche se, per ragioni di politica interna, come in Cina, il buon sviluppo economico e culturale finora raggiunto è molto attenuato in termini di accesso alla rete. Dall'altra, e ancora più importante parte, va detto che il *digital divide* passa anche, e forse soprattutto, l'interno delle popolazioni dei sistemi avanzati (Servon, 2002, Kuttan-Peters, 2003). Precisamente tale “divario digitale”, così come talvolta *digital divide* viene tradotto in italiano, si instaura tra uno strato e l'altro della popolazione stessa, in termini di perifericità relativa di alcuni strati, rispetto agli altri”. Cfr. Novelli S., L'impatto dell'ICT sulla politica, paper VIII Convegno Internazionale SISE, Venezia, 2003, reperibile in rete: <http://www.studielettorali.it/convegni/paper/Novelli.pdf> ; sul tema del digital divide cfr. Norris P. (2000), *The Worldwide Digital Divide: Information Poverty, the Internet and Development*, paper reperibile in rete: <http://www.hks.harvard.edu/fs/pnorris/Acrobat/psa2000dig.pdf> e Norris P. (2001), *Digital Divide*, Cambridge University Press, Cambridge.

<sup>2</sup> Grossman L.K. (1997), *La repubblica elettronica*, Editori Riuniti, Roma, p.43

invece, si poteva interpretare come foriero di ulteriori disuguaglianze e conseguenti minacce per la partecipazione: illusioni democratiche, insomma.

Entrambe le posizioni si sono in qualche modo perfezionate e cristallizzate nel tempo: si parla di *mobilization theories*, mettendo insieme coloro che negli anni hanno riposto fiducia negli sviluppi positivi del fenomeno, e di *reinforcement theories*, aggregative di quanti hanno invece posto maggiormente l'accento sul rafforzarsi del divario sociale tra chi avrebbe avuto accesso alle nuove tecnologie e chi, invece, no.

Nel primo gruppo troviamo anzitutto Howard Rheingold (1995), i coniugi Toffler (1995), Nicholas Negroponte (1995), Rash (1997) e Dyson (1998), i quali sono accomunati dall'idea che le nuove tecnologie costituiscano la chiave per la democrazia diretta e l'empowerment dei cittadini, che in uno spazio pubblico decentralizzato e per sua natura interattivo si sarebbero trasformati in "netizens", cittadini telematici che avrebbero creato nuovi spazi e relazioni finalizzate alla presa di decisioni politiche; altri, più moderati, tra i quali Mulgan e Adonis (1994), Heilemann (1996), Poster (1997) e Morris (2000), constatavano che il potenziale espresso dalle nuove tecnologie si fermava per l'appunto al potenziale, senza che la nuova cittadinanza arrivasse a sostituirsi interamente agli apparati di governo, ma al massimo a porsi in una posizione di parità.

Al secondo gruppo afferiscono anche sia coloro che, come Wu e Weaver (1996) o Lipow e Seyd (1996), hanno valutato la Rete e le applicazioni ad essa associate come pericolose per l'espressione democratica e riduttive rispetto alla possibilità di azioni collettive o, ancora, erosive per il capitale sociale e i legami comunitari (Etzioni ed Etzioni, 1999; Galston, 2003); per Cass Sunstein (2001) si profilava invece la possibilità di effetti ambigui, con il rischio di una minor qualità nel dibattito pubblico, mentre per altri ancora, come Elmer (1997), Lessig (1999), Wilhelm (2000), Adkeniz (2000), il rischio riguardava la stessa credibilità dei governi.

Quando poi la ricerca sociale ha portato il contributo di analisi empiriche che dimostravano soprattutto un accesso limitato ad una minoranza della popolazione degli stati maggiormente sviluppati, si è convenuto che Internet e le nuove tecnologie non avrebbero costituito né la salvezza né il disastro, quanto, piuttosto, il rafforzamento dello status quo: intorno a questa certezza troviamo d'accordo Bimber (1998), Hill e Hughes (1998), Davis e Owen (1998), Margolis e Resnick (2000), Norris (2001), Schuefele e Nisbet (2002).

Fin dagli esordi l'uso della rete, una volta che venne abbandonato quello militare, si dimostrò utile alla costruzione di relazioni di comunicazione tra ONG (Organizzazioni Non Governative), ma le prove generali dell'uso per cause sociali<sup>3</sup> si realizzano già nel 1989 durante i fatti di Tien-An-Men, quando in Rete si organizzò la protesta attraverso appelli, incontri e raccolta di fondi.

Si tratta al principio di fenomeni isolati, che però hanno costituito una anticipazione significativa di come e quanto "in nuce" ci si trovasse di fronte ad un mezzo dalle grandi potenzialità, che si dispiegavano in maniera diversa a seconda che di fronte allo schermo e sulla tastiera del computer sedesse un militare o un attivista nel campo dei diritti umani.

Questa variabilità conferma che "la Rete non esiste indipendentemente dai suoi utenti (...) non è qualcosa di obiettivo o una tecnologia politicamente neutrale da "usare" in questo o quel modo. Non è una "forma" da riempire arbitrariamente di "contenuto"; sia forma che contenuto sono costantemente reinventate e trasformate"<sup>4</sup>.

Uno dei più importanti studiosi degli sviluppi della società dell'informazione, Manuel Castells, ha approfonditamente esposto le proprie tesi sull'interazione tra la Rete e i processi di rappresentazione e gestione dei conflitti sociopolitici, e tutto il suo interesse si focalizza sui movimenti sociali e, al massimo, le nascenti reti civiche. "I partiti politici di massa, - scrive Castells - quando e dove ancora esistono, sono gusci vuoti, essenzialmente messi in moto a intervalli regolari, sono macchine elettorali. (...) le organizzazioni formali, permanenti e strutturate, vengono sostituite da coalizioni libere, semispontanee e movimenti ad hoc di stampo neoanarchico. I movimenti emotivi, spesso stimolati da un evento mediatico o da una grave crisi, sembrano essere spesso fonti di cambiamento sociale più importanti"<sup>5</sup>. In effetti, le caratteristiche della rete sembrano rappresentare una migliore opportunità di comunicazione più per i movimenti sociali che non per i partiti; la maggiore dinamicità, i legami "deboli" su cause forti, le strutture reticolari sono certamente più adatte e pronte ad utilizzare le qualità intrinseche della Rete<sup>6</sup>: economicità, velocità,

---

<sup>3</sup> Tra le cause sociali cfr. Benenati S. (2002), *Storia del Chiapas. Gli Zapatisti e la Rete sociale globale*, Bruno Mondadori, Milano

<sup>4</sup> Cleaver H. (1995) *The Zapatistas and the Electronic Fabric of Struggle*, reperibile in rete: <http://www.eco.utexas.edu/faculty/Cleaver/zaps.html>

<sup>5</sup> Castells M. (2006), *Galassia Internet*, Feltrinelli,, Milano, p.136-137

<sup>6</sup> Bentivegna S. (2002), *Politica e nuove tecnologie della comunicazione*, Laterza, Roma-Bari, p.4

assenza di confini, multimedialità, disintermediazione, interattività, comunicazione orizzontale e verticale.

Gli apparati di partito, infatti, si mostrano, in prima battuta, piuttosto tiepidi: il primo tentativo di introdurre gli strumenti dati dalle nuove tecnologie in *e-campaigning* va ascritto al ticket presidenziale Clinton-Gore nel 1992, con l'uso di e-mail per le comunicazioni con i potenziali elettori, ma occorrerà aspettare ancora perché il web da "canale aggiuntivo di comunicazione, di per sé poco remunerativo in quanto non consente di raggiungere e persuadere elettori indecisi" assuma pienamente per i partiti la funzione di "strumento di mobilitazione, grazie al quale cioè è possibile raccogliere e organizzare persone e risorse per la campagna elettorale"<sup>7</sup>.

I partiti che per primi si avventurano nell'oceano della Rete tendono, infatti, a riprodurre i soliti schemi comunicativi, come si trattasse di un pieghevole o un volantino diverso solo per il costo inferiore e la possibilità di diffusione spazio-temporale più elevata, ma sempre con un flusso di comunicazione unidirezionale, e proponendo "siti vetrina" o al massimo "siti bacheca" che servono più a "marcare il territorio" che ad instaurare relazioni.

La prima campagna elettorale degna di considerazione in quest'ultimo senso, e proprio per il tentativo - sia pure limitato - di sfruttare l'interattività del mezzo, è quella del candidato repubblicano Robert Dole. Il suo sito si offriva, infatti, come "luogo in cui divertirsi e interagire con la campagna": il visitatore poteva creare materiali utili alla campagna (poster e adesivi) personalizzandoli con propri slogan, per poi stamparli e diffonderli; poteva organizzare i contenuti presenti nel sito e farne messaggi di sostegno da inviare in proprio via e-mail; infine, si richiedevano ai naviganti informazioni personali e sulle aree di interesse che consentissero, attraverso i *cookies*, un archetipo di profilazione degli utenti che avrebbe "personalizzato" l'accesso al sito attraverso i contenuti preferiti (difesa, economia, sanità, etc). Si compivano così i primi passi di una comunicazione che iniziava a cogliere le opportunità del nuovo strumento, e si iniziavano a sperimentare forme di interattività. La campagna per le elezioni presidenziali americane del 2000 si fa notare per la sperimentazione in Rete del cosiddetto "voto tattico"<sup>8</sup> e per le potenzialità espresse

---

<sup>7</sup> Vaccari C. (2007), *La comunicazione politica negli USA*, Carocci, Roma, p.156

<sup>8</sup> Con il voto tattico, ossia uno scambio di voti tra i sostenitori di Al Gore e quelli di Ralph Nader, si voleva evitare di "disperdere" voti sul candidato democratico negli stati a prevalenza repubblicana e sul candidato ambientalista negli stati incerti; lo scopo era superare la soglia critica del 5% per avere accesso ai fondi elettorali e garantire così una prospettiva al candidato outsider. Il tutto avveniva attraverso siti come NaderTrader.com o VoteExchange.com e fu

nella raccolta fondi: il candidato repubblicano McCain raccolse attraverso il sito la cifra record di oltre 2 milioni di dollari, Al Gore ne ricevette 1,1, Bush 300mila dollari. Mentre gli anni passano, la diffusione di Internet aumenta<sup>9</sup>, e quello che era un fenomeno circoscritto ed appannaggio di "avanguardie" pionieristiche va assumendo i contorni di uno di massa, almeno nei paesi industrializzati: nel mondo gli utenti erano 16 milioni nel 1995, diventano 513 milioni nel 2001; in Usa nel 1994 erano circa 3 milioni, diventano circa 143 milioni (il 50%) della popolazione nel 2001, in Italia il fenomeno registra circa tre milioni di utenti nel 1998, e in breve si arriva ai circa 20 milioni del 2001.

Eppure, malgrado la velocità nella penetrazione sui mercati, la richiesta di politica in Rete da parte degli utenti è molto scarsa, e le organizzazioni politiche, un po' per scetticismo ma anche per paura rispetto ad uno strumento che ha caratteristiche nuove e che mal si presta a chi teme di perdere il controllo della comunicazione, continuano a farne un uso qualitativamente limitato (Bentivegna, 2002).

Il successo dei weblog, diari on line, rappresenta un'altra tappa significativa nello svilupparsi della comunicazione politica in rete. Fu nelle primarie democratiche del 2004 che Howard Dean, attraverso una rete di blog, cercò di aumentare il coinvolgimento e il senso di appartenenza alla campagna, e il suo esempio venne poi imitato dagli altri candidati; lentamente, ma inesorabilmente Internet va conquistandosi un ruolo di significativa importanza nell'organizzazione e la mobilitazione politica: non più solo raccolta fondi, ma anche blog per la diffusione dei contenuti, azioni collettive mirate e generate in pochi passi (lettere, appelli, e-mail), e infine il *social networking*. Quest'ultimo aveva debuttato in politica attraverso meetup.com<sup>10</sup>, con lo scopo di organizzare incontri reali e virtuali tra i sostenitori di Dean, ma fu nella campagna presidenziale del 2004 che i due sfidanti, Kerry e Bush jr. riuscirono, con piattaforme simili a MeetUp, a coinvolgere più di 2 milioni persone nell'organizzazione di eventi.

Proprio nel 2004 Dan Gillmor, autore di *We the Media*, ha scritto una profezia: " il saper fare campagna in Rete sarà la regola per il 2008, e saranno i candidati di livello inferiore a creare la prossima ondata di innovazione (...). Se il 2004 è stato un vivaio

---

accompagnato da numerose polemiche, ma rappresenta una azione innovativa e assolutamente orientata a far valere la volontà degli elettori in prima persona rispetto all'orientamento dei partiti politici.

<sup>9</sup> Le proiezioni, per quanto riguarda l'Italia, ci dicono che la soglia fatidica del 50% della popolazione verrà raggiunta tra il 2011/2012 (fonte: eMarketer, febbraio 2009)

<sup>10</sup> Piattaforma web utile per gruppi che condividono scopi e interessi a pianificare la propria attività anche offline.

per il futuro, è chiaro che Internet diventerà parte integrante per ogni campagna, non solo un'aggiunta"<sup>11</sup>. Nel mondo del Web arriva la fase della espansione di piattaforme dedicate allo scambio ed alla condivisione di contenuti, gli utenti diventano i principali protagonisti del cambiamento: produttori di informazioni, fotografi, registi, opinionisti, attivisti, veri agit-prop, e mille altre cose ancora, tante ne possono condividere sui vari social network (YouTube, Flickr etc.).

Il Web 2.0 è stato definito da Tim O'Really e John Battelle come tutti gli strumenti (e le applicazioni) che riguardano il fare uso di intelligenza collettiva attraverso la gestione, la comprensione e la risposta alla quantità massiva di dati user-generated in tempo reale<sup>12</sup>, ed è l'ambiente virtuale in cui si afferma l'idea del *crowdsourcing*, cioè di come un ampio gruppo di persone possa creare un lavoro collettivo il cui valore va molto oltre l'apporto dei singoli partecipanti.

Barack Obama è stato il primo tra i politici a massimizzare l'uso di tutti i mezzi di comunicazione integrando al massimo anche il web. Per questa ragione la lunga campagna elettorale, che lo ha portato prima alla vittoria nelle primarie democratiche e dopo sulla poltrona di presidente degli Stati Uniti d'America, entra a buon diritto nei manuali della comunicazione politica<sup>13</sup>.

Molte le novità introdotte, tra le quali ricordiamo ad esempio la piattaforma del candidato MyBarackObama.com, architettata in chiave social network, che ha reclutato oltre 8 milioni di volontari, mezzo milione dei quali è diventato interprete e protagonista della campagna aiutando ad organizzare oltre 30000 eventi creati dalla base in tutti i 50 stati americani; o, ancora, l'applicazione creata per Apple I-Phone, "Obama08", che è servita a indicizzare le liste di indirizzi dei sostenitori in liste target organizzate sulla base delle priorità politiche di ogni stato, a fornire i dati GPS per trovare l'evento di campagna elettorale più vicino, con relative informazioni sul percorso stradale da svolgere, e ancora profilare le posizioni del candidato, o permettere donazioni immediate.

---

<sup>11</sup> Gillmor, D., (2004), *We the Media. Grassroots Journalism by the People, for the People*, Creative Commons, p.102, reperibile in rete: <http://oreilly.com/catalog/wemedia/book/index.csp>

<sup>12</sup> Cfr. O' Really, T., Battelle, J., (2009) *Web Squared: Web 2.0 Five Years On*, reperibile in rete <http://www.web2summit.com/web2009/public/schedule/detail/10194>

<sup>13</sup> Sulla campagna di Obama e gli sviluppi della comunicazione della presidenza americana cfr. Benenati S., (2009), *Tutti i netroots del Presidente: la presidenza americana 2.0*, in Masini.M., Lovari A., Benenati S. (a cura di), *Comunicazione Pubblica Digitale*, Bonanno Editore, Acireale

Ma l'intuizione di Obama e del suo staff non è meramente tecnologica, riguarda anche la capacità di cogliere i segnali che arrivano dalla società contemporanea e la sua personale esperienza nel lavoro di community service. La grande e generosa rete di volontari mobilitati nel sostegno alla sua candidatura sono la miglior conferma del fatto che la Rete è in grado di favorire mutamenti "post-burocratici" (Bimber, 2003) nelle campagne, sia nell'organizzazione degli incarichi, sia nel reperimento dei fondi, sia allentando le gerarchie politiche tradizionali, sia coinvolgendo le persone in un ampio spettro di attività possibili: "la rete non può far sì che aumentino le persone che vogliono prendere parte alla politica, ma potrà far diminuire il numero di coloro a cui (...) non è mai stato chiesto di essere coinvolte, o che non trovavano opportunità abbastanza gratificanti e convenienti nelle strutture burocratiche tradizionali"<sup>14</sup>.

Un'ultima considerazione va rivolta al futuro della comunicazione politica coniugata con un altro mezzo che si preannuncia come essenziale per le nuove generazioni che vivono immerse nella comunicazione digitale e si configurano come *always on*: la *mobile communication*. La rapidità della diffusione delle reti wireless farà in modo di consentire che l'accesso al digitale non sia più limitato nel tempo e nello spazio alle connessioni digitali fisse, e ancora una volta i prodromi degli effetti più eclatanti sono arrivati e continuano ad arrivare dai movimenti sociali<sup>15</sup>. Citiamo, solo a titolo di memoria, la sconfitta del partito popolare spagnolo immediatamente dopo gli attentati terroristici di Madrid realizzata a colpi di sms o le fonti di informazione alternative degli studenti iraniani nella recente rivolta contro il regime.

Stiamo andando, dunque, verso "una connettività ubiqua e permanente" che non mancherà di far sentire i suoi effetti anche nella comunicazione politica, sempre in cerca di nuove pionieristiche avventure.

## **Bibliografia**

Adkeniz Y. (2000), Policing the Internet: Concerns for Cyber-Rights, in Gibson R., Ward S. (eds), *Reinvigorating Democracy?: British Politics and the Internet*, Ashgate, Aldershot

Benenati S. (2009), *Tutti i netroots del Presidente: la presidenza americana 2.0*, in Masini.M., Lovari A., Benenati S. (a cura di), *Comunicazione Pubblica Digitale*, Bonanno Editore, Acireale

Bentivegna S. (2002), *Politica e nuove tecnologie della comunicazione*, Laterza, Roma-Bari

---

<sup>14</sup> Vaccari C., (2007) *La comunicazione politica negli Usa*, Carocci, Roma

<sup>15</sup> Su questa frontiera cfr, Castells M. et al., (2008) *Mobile communication e trasformazione sociale*, Guerini, Milano

- Bentivegna S. (2006), *Campagne elettorali in rete*, Laterza, Roma-Bari
- Bimber B. (1998), *Toward an Empirical Map of Political Participation on the Internet*, paper citato in Oates S., Owen D. & Gibson R.K. (eds) (2006), *The Internet and Politics: Citizens, Voters and Activists*, Routledge, New York
- Castells M. (2002), *Galassia Internet*, Feltrinelli, Milano
- Castells M. (2002), *La nascita della società in rete*, Università Bocconi editore, Milano
- Castells M. Fernández-Ardèvol M. (et.al.) *Mobile Communication e trasformazione sociale*, Guerini e Associati, Milano
- Davis R., Owen D. (1998), *New Media and American Politics*, Oxford University Press, New York
- Dyson E. (1998), *Release 2.1. A Design for Living in the Digital Age*, Penguin, London
- Elmer G.(1997), Spaces of Surveillance: Indexicality and Solicitation on the Internet, in *Critical Studies in Mass Communication*, 14, 2
- Etzioni A., Etzioni O. (1999), *Face-to-Face and Computer-mediated Communities, A Comparative Analysis*, paper reperibile in rete: <http://www.gwu.edu/~ccps/etzioni/E31.html>
- Galston W. (2003), The Impact of the Internet on Civic Life: An Early Assessment, in Kamarck E.C., Nye J.S. (eds), *Governance.com: Democracy in the Information Age*, Brookings Institution Press, Washington DC
- Gillmor, D. (2004), *We the Media. Grassroots Journalism by the People, for the People*, Creative Commons, p.102, reperibile in rete: <http://oreilly.com/catalog/wemedia/book/index.csp>
- Grossman L.K. (1997), *La repubblica elettronica*, Editori Riuniti, Roma
- Heilemann J. (1996), Old Politics RIP, in *Wired*, 4, 11, reperibile in rete: <http://www.wired.com/wired/archive/4.11/netizen.html>
- Hill K., Hughes J. (1998), *Cyberpolitics: Citizen Activism in the Age of Internet*, Rowman & Littlefield, Oxford
- Lessig L. (1999), *Code and Other Laws of Cyberspace*, Basic Books, New York
- Lévy P. (2008), *Cyberdemocrazia*, Mimesis, Milano
- Lipow A., Seyd P. (1996), The Politics of Anti-Partyism in *Parliamentary Affairs*, 49, 2
- Margolis M., Resnick D. (2000), *Politics as Usual: The Cyberspace 'Revolution'*, Sage, London
- Marinelli A. (2004), *Connessioni. Nuovi media, nuove relazioni sociali*, Guerini e Associati, Milano
- Morris D.(2000), *Vote.com*, Renaissance, Los Angeles
- Mulgan G., Adonis A. (1994), Back to Greece: the Scope for Direct Democracy, in *Demos Quarterly Issue 3*
- Negroponte N. (1995), *Being Digital*, Knopf, New York
- Norris P. (2000), *The Worldwide Digital Divide: Information Poverty, the Internet and Development*, paper reperibile in rete: <http://www.hks.harvard.edu/fs/pnorris/ Acrobat/psa2000dig.pdf>
- Norris P. (2001), *Digital Divide*, Cambridge University Press, Cambridge
- O' Reilly, T., Battelle, J. (2009) *Web Squared: Web 2.0 Five Years On*, reperibile in rete <http://www.web2summit.com/web2009/public/schedule/detail/10194>
- Poster M. (1997), Cyberdemocracy: the Internet and the Public Spere, in Holmes D. (ed.), *Virtual Politics: Identity and Community in Cyberspace*, Sage, London
- Rash W. (1997), *Politics on the Net: Wiring the Political Process*, Freeman, San Francisco
- Rheingold, H. (1994), *Comunità virtuali*, Sperling & Kupfer, Milano
- Schuefele D.A., Nisbet M.C. (2002), Being a Citizen Online: New Opportunities and Dead Ends, in *Harvard Journal of Press/Politics*, 7, 3
- Sunstein C. (2003), *Republic.com. Cittadini informati o consumatori di informazioni?*, Il Mulino, Bologna

Susca V., de Kerckove D. (2008) *Transpolitica*, Apogeo, Milano

Toffler A., Toffler H. (1995), *Creating a New Civilization. The Politics of the Third Wave*, Turner Publishing, Atlanta

Vaccari C. (2007), *La comunicazione politica negli USA*, Carocci, Roma

Wilhelm A.G. (2000), *Democracy in the Digital Age: Challenger to Political Life in Cyberspace*, Routledge, New York

Wu W., Weaver D. (1996), *Democracy in the Digital Age: Challenger to Political Life in Cyberspace*, Routledge, New York