



Obama, leader di una comunicazione globale

A pochi giorni dall'elezione del Presidente USA, una riflessione sulle sue strategie 2.0

Fonte: News Italia Press

Barack Hussein Obama è stato eletto presidente degli Stati Uniti d'America, ma ha vinto in tutto il mondo. La percezione, infatti, è che la sua sia stata forse per la prima volta una vittoria globale, un successo che ha fatto della sua figura un vero e proprio marchio, un brand da seguire e un'immagine comune da esportare.

La stessa Europa, secondo i sondaggi se avesse potuto avrebbe votato in massa il leader afroamericano, ma nel vecchio Continente sarebbe stato possibile costruire un tipo di comunicazione con la stessa impronta globale ma anche il medesimo spirito "local" americano?

“No, L'Europa non ha ancora il ruolo degli Stati Uniti, l'unica nazione che ha anche una funzione globale è l'America – dichiara a News ITALIA PRESS Piero Bassetti, presidente di Globus et Locus tutto il mondo partecipa alle scelte americane perché ne è di fatto influenzato. La novità è un'altra: le origini afroamericane di Obama gli permettono di essere ancor di più un leader "glocale" proprio perché non viene percepito soltanto come "americano". "L'Europa, al contrario, è ancorata a un tipo di comunicazione solo locale, vi è un audience nazionale ma non globale", prosegue Bassetti.

La comunicazione "made in Obama", infatti, è una "Politica 2.0", la nuova versione della politica dei nostri giorni, come l'ha definita sul suo blog Scott Goodson, fondatore dell'agenzia Strawberry Frog, che ha dichiarato: "Obama non è un brand nel senso tradizionale, è un movimento culturale."

Una commistione di messaggi tradizionali e apertura ai mezzi offerti dalle tecnologie più avanzate. Basti pensare all'organizzazione del suo entourage, guidato dallo chief strategist David Axelrod, dal manager David Plouffe, e supportato dal cofondatore di Facebook Chris Hughes.

Per la sua campagna elettorale, il candidato democratico alla Casa Bianca ha puntato molto sul Web. Grazie all'aiuto del suo staff, infatti, il senatore dell'Illinois ha predisposto, già dai tempi delle primarie con l'agguerrita Hillary Clinton, un sito online per diffondere il suo progetto politico e un vero e proprio social network per aggregare e mettere in contatto tra loro i sostenitori della sua candidatura. Una rete sociale dalle grandi potenzialità, che è stata poi completamente integrata con la piattaforma di Facebook. Obama ha realizzato una campagna fatta di discorsi "porta a porta" e social blog, sms e interattività pura. Tutti gli apparati mediatici hanno fatto capo al suo sito ufficiale, BarackObama.com che ha offerto un completo "digital toolbox" per tutti i navigatori del web che volevano prendere parte alla diffusione del messaggio del proprio leader. Ogni internauta veniva quindi coinvolto nell'iniziativa, spronato ad ascoltare il messaggio e a diffonderlo, a partecipare al passaparola. Un passaparola e una comunicazione che gli ha permesso di raccogliere una quantità di fondi neanche lontanamente paragonabile a quella del suo avversario: l'aspetto social ha dato quindi i suoi frutti, il social networking di my.barackobama.com, ha dato la possibilità agli iscritti di entrare in contatto tra loro, confrontarsi, creare eventi.

“Quella di Obama è stata un'elezione che ha avuto una piattaforma davvero globale, tanta gente è come se avesse partecipato direttamente al voto – aggiunge in merito Bassetti – mi auguro che esperienze di comunicazione nuove come la nuova tv del partito democratico italiano "YouDem", ad esempio, non si fermino a volontà localistiche”.

Se è vero che l'Europa deve quindi adottare l'esempio statunitense, quali sono i mezzi che cercano di creare una rete multiculturale e multitematica che coinvolgano tutte le anime del continente?



Un esempio, senza dubbio è il portale cafebabel.com, la voce dell'Eurogenerazione, la prima rivista europea d'attualità in 7 lingue. Cafebabel.com si definisce, infatti, come "un tipo nuovo di media transnazionale perché dà spazio al giornalismo partecipativo" e in più si rivolge ai lettori nella loro lingua madre. Attraverso le sue attività, ha come scopo di far emergere un'opinione pubblica europea. Ogni settimana offre ai lettori del continente un'analisi approfondita dell'attualità e delle tendenze sociali, politiche e culturali in un prospettiva unicamente europea. "In molte città europee le reti locali di cafebabel.com, infatti, animano la comunità civile organizzando dei dibattiti, conferenze e attività".

L'Europa si sta muovendo, anche se forse per una campagna elettorale che abbiamo descritto e vissuto in quest'ultimo anno statunitense, c'è ancora da attendere.