

LE IDEE

LA NUOVA DIPLOMAZIA DIGITALE

MARIO CALABRESI

Il Mondo non sta cambiando, il mondo è già cambiato. E' più trasparente, meno piramidale e gerarchico e ogni cosa si sta trasformando: il potere, la politica, la diplomazia e il giornalismo non saranno mai più quelli di prima, chiunque li governi e chiunque li diriga».

Il ragazzino che ho davanti, uno che parla senza esitazioni, ha quarant'anni ma ne dimostra decisamente meno. Le sue idee appaiono di rottura ma le racconta seduto in uno dei luoghi simbolo del potere mondiale, uno di quei luoghi «inaccessibili» in cui si sono decisi i destini del pianeta nell'ultimo mezzo secolo.

CONTINUA A PAGINA 35



LA NUOVA DIPLOMAZIA DIGITALE

MARIO CALABRESI
SEGUE DALLA PRIMA PAGINA

Il ragazzino si chiama Alec Ross, è il consigliere per l'Innovazione di Hillary Clinton, e l'ufficio in cui mi riceve è al piano nobile del Dipartimento di Stato di Washington, il luogo della politica estera americana.

Il luogo non lo intimidisce, la rivoluzione che porta avanti - a cui lavorano oltre 150 persone solo in questo palazzo e a cui collaborano un altro migliaio in ogni parte del mondo - viene chiamata Ediplomacy o anche Twiplomacy (la diplomazia di Twitter, digitale) e nasce da una constatazione molto semplice: «Oggi non si possono più chiudere le porte ai cittadini, come si faceva in passato, Internet ha portato una richiesta di trasparenza con cui bisogna fare i conti, la diplomazia non può più essere uomini in gessato grigio che parlano con altri uomini in gessato grigio intorno a un tavolino di mogano e lontani da occhi indiscreti, oppure un esercizio di ricevimenti nei saloni d'ambasciata».

Il progetto a cui ha portato il suo talento visionario Ross - che ha lavorato come coordinatore dei progetti tecnologici e di innovazione nella campagna che ha portato Obama alla presidenza - è l'evoluzione delle intuizioni di Colin Powell, sposate poi da Condi Rice ai tempi di Bush e messe a frutto da Hillary Clinton nel disegnare l'agenda del Ventunesimo Secolo per la diplomazia americana. Per questo al Dipartimento di Stato si incontrano funzionari che fanno lavori prima mai esistiti, come Victoria Esser che sovrintende ai siti, alle pagine facebook e ai profili di Twitter usati dai diplomatici in tutto il mondo: «E' il miglior modo - mi spiega - per entrare in contatto in modo diretto e in tempo reale con i cittadini, per dialogare direttamente, dare informazioni utili e raggiungere un'audience un tempo inimmaginabile».

Così gli ambasciatori dialogano direttamente con le opinioni pubbliche dei Paesi in cui lavorano, in turco come in coreano, in giapponese come in svedese e il Dipartimento lancia i suoi messaggi in urdu, somalo, farsi o cinese. La loro missione è di diffondere il punto di vista americano, naturalmente, ma la partita è più raffinata e complessa, così se l'ambasciatore in Siria Robert Ford (costretto poi a lasciare Damasco) ha messo in rete le sue note in cui raccontava cosa stava succedendo, così come foto satellitari e testimonianze, dall'altro capo del mondo, in Giappone, l'ambasciata nei giorni successivi allo tsunami e al disastro nucleare era diventata punto di riferimento per avere notizie credibili sulla radioattività e sulle emergenze.

Uno dei protagonisti di questa storia di cambiamento è l'ambasciatore americano a Roma David Thorne, grande conoscitore di social media e dell'uso della rete in politica. Da alcuni mesi lo ospitiamo all'interno del sito della Stampa sul canale Usa 2012, dedicato alle elezioni presidenziali, nel quale fa da guida agli italiani, attraverso video e testi, alla scoperta dei segreti della corsa alla Casa Bianca.

«Dobbiamo coinvolgere - sottolinea Ross - la società in maniera più ampia, è cambiata la natura dei nostri interlocutori e se vogliamo mantenere capacità di influenza dobbiamo evolvere, imparare a parlare in modo diverso. Pensiamo all'Egitto: se tu avessi parlato solo con Mubarak, con ministri e generali, non avresti capito niente di quello che stava succedendo, più utile ascoltare la gente. I social media sono un ottimo posto per ascoltare, ancor prima che per parlare, d'altronde abbiamo una sola bocca ma due orecchie...».

Sarà anche per questo che a Washington raccontano come l'ambasciatore russo negli Stati Uniti, quando si insediò, cominciò subito a seguire Twitter, per avere in tempo reale il polso della situazione. Perché i social media, come ha detto Hillary Clinton, sono «lo spazio pubblico del nuovo secolo», la piazza in cui ci si incontra, capace di amplificare e accelerare i fenomeni. Non però di crearli. Di questo sono convinti al Dipartimento: la Primavera araba non è stata scatenata da facebook o da Twitter ma dal malessere dei popoli, i social media e le tecnologie possono aver incoraggiato la gente a partecipare e di certo hanno diffuso e rilanciato la rabbia della gente ma non hanno fatto la rivoluzione.

Le nuove tecnologie stanno cambiando le dinamiche dell'informazione e le mediazioni, così il portavoce di Susan Rice, ambasciatrice Usa all'Onu, ci ha raccontato di come ci sia stata una lunga discussione al Palazzo di Vetro per decidere se le notizie più importanti debbano essere date alle agenzie o lanciate su Twitter. «Abbiamo scelto Twitter - spiega - perché ci consente di raggiungere più fonti e parlare direttamente con le persone, nei nostri termini, e nei nostri tempi, i media tradizionali possono riprendere la notizia direttamente da lì».

Tempi duri per noi giornalisti tradizionali, se anche al Dipartimento di Stato si considerano oggi un «media globale» capace di raggiungere direttamente un numero di persone superiore ai lettori dei dieci maggiori quotidiani americani.

Anche il ministro degli Esteri italiano, Giulio Terzi, si è messo a twittare, a dare direttamente notizie come questa: «Maria Sandra Mariani è libera». Con queste cinque parole in aprile ha dato l'annuncio della liberazione in Algeria della turista toscana, una rivoluzione fatta saltando l'iter dei comunicati e delle conferenze stampa.

Ma il ragazzino col ciuffo che mi ha introdotto in questo mondo - e che oggi sarà a Torino proprio per parlare della diplomazia al tempo di Twitter - non è un ingegnere informatico ma un laureato in storia (quella medioevale l'ha studiata per un anno all'Università di Bologna) convinto che non ci si debba preoccupare della tecnologia: «E' solo il nuovo mezzo su cui far viaggiare in modo più largo e veloce i propri valori e le proprie politiche». Ross, nipote di abruzzesi immigrati in West Virginia per fare i minatori, è legato al suo passato e tifa per la Roma ma non smette mai di parlare di futuro, il suo ultimo messaggio su Twitter (lo seguono 375 mila persone) segnalava ieri sera che il 40 per cento del Pil americano è fatto da aziende che trent'anni fa non erano ancora nate.

Il mondo è cambiato e noi giornalisti dobbiamo cambiare: se i diplomatici ci «scavalcano» per parlare direttamente ai cittadini, noi dobbiamo attrezzarci per decifrarli, per spiegare le loro mosse e per tornare a fare il mestiere per il quale siamo nati: i cani da guardia del potere.

Oggi a Torino

Alec Ross, il consigliere di Hillary Clinton per l'Innovazione al Dipartimento di Stato, intervorrà stamani a Torino (Centro Congressi Piemonte, Campus Itc-Ilo) al forum «La diplomazia al tempo di Twitter», insieme al ministro degli Affari Esteri Giulio Terzi, al sindaco Piero Fassino, al direttore de La Stampa Mario Calabresi e alla blogger tunisina Lina Ben Mhenni