

## Comunicazione 2.0

# Il Web e le elezioni USA.

di Marco Massarotto

**A gennaio di quest'anno sono partite le campagne elettorali per le primarie per USA 2008. Il primo a presentare la propria candidatura è stato John Edwards (Democratico, già candidato VP con Kerry nel 2004). Da un candidato presidente ci si sarebbe aspettati un'intervista alla CNN o al NY Times. O, per farla informale, una puntatina da Larry King. John Edwards ha presentato la propria candidatura su RocketBoom, uno dei VideoBlog più popolari d'America, con un filmato che è stato poi caricato su YouTube, dove ha un account personale. La mattina dopo ha parlato anche con i giornali ed è partito il suo sito web che è in sostanza un Mega-Blog.**



Hillary Clinton

Passano due settimane e tocca a Barack Obama: YouTube anche per lui, blog anche per lui e proprio qualche giorno fa il suo sito è diventato **addirittura una Community**, stile MySpace.

A fine Gennaio ecco l'attesissima candidatura di Hillary Clinton. Video su Internet, videochat in diretta con gli elettori, blog. Hillary addirittura chiede alla gente di scrivere il post di apertura, verrà scelto il migliore. Il suo slogan? **"Let the conversation begin"**. In puro stile *social web*.

Già alle elezioni del 2004 si parlava dell'influenza del web sulle campagne elettorali. Howard Dean, uno dei candidati di allora, ci aveva puntato molto, ma con poco successo. Probabilmente Internet come grande piattaforma di scambio di opinioni stava appena nascendo e i tempi non erano proprio maturi. Ma per le elezioni del 2008 gli *"Strategist"* dei candidati non solo ci credono, ma addirittura creano il messaggio sulla base della filosofia web e il marketing politico è fortemente basato sulla rete.

D'altronde negli ultimi tre anni il Web è diventato il **mezzo della gente**. Quale posto migliore per presentare un programma elettorale, discuterlo, testarlo, convincere gli elettori indecisi, ascoltarli. Inoltre Internet coniuga due caratteristiche fondamentali per la comunicazione: è un mezzo **di massa**, perché oltre 300 milioni di persone hanno accesso ai suoi contenuti, ed è un mezzo **diretto**, perché ognuno sceglie di guardarsi quello che vuole e i contenuti li può personalizzare. Anche nel linguaggio, infatti, i candidati presentano un programma che riguarda 250 milioni di Americani con un approccio One to One, sguardo dritto in macchina, tono diretto e informale, da chiacchierata. La decostruzione del marketing in politica ha già fatto passi da gigante, intanto se ne stanno accorgendo anche le aziende.

Marco Massarotto  
(Consigliere ADCI)

fondatore di Hagakure  
(<http://hagakure.it>) Corporate  
Blogging, podcasting & Online  
Tools for the Brand

## Link utili



### Il sito/blog di John Edwards:

<http://johnedwards.com/>

### John Edwards su Youtube:

<http://www.youtube.com/profile?user=johndwards>

### John Edwards su MySpace:

<http://www.myspace.com/johndwards>

### Il sito/blog di Hillary Clinton:

<http://www.hillaryclinton.com/>

### Il sito/blog/community di Barack Obama:

<http://www.barackobama.com/>

**Un piccolo osservatorio per continuare a seguire l'evoluzione dell'uso del web da parte dei candidati USA2008:** <http://hagakure.it/category/usa2008/>

**> F L A S H < Non perdetevi, nelle prossime settimane, il Blog ADCI. 3 mktg manager di importanti aziende e 3 blogger famosi parleranno di "Marche e persone sul Web". > H S V T E <**