

INTRODUZIONE

Il 4 novembre del 1979 un gruppo di studenti rivoluzionari iraniani assaltò l'ambasciata degli Stati Uniti a Teheran e tenne in ostaggio una cinquantina di funzionari americani per oltre un anno. Quel drammatico episodio segnò la fine dei rapporti diplomatici diretti tra i due Paesi. Dopo più di trent'anni di congelamento delle relazioni bilaterali, il 3 ottobre del 2011 il Dipartimento di Stato di Washington ha annunciato con grande enfasi la riapertura della propria rappresentanza diplomatica. Non in un edificio della capitale iraniana, ma su internet, all'indirizzo www.iran.usembassy.gov.

L'inaugurazione della prima ambasciata al mondo presente unicamente online è uno dei più emblematici e provocatori esempi di diplomazia digitale, ovvero l'utilizzo di internet e dei social media da parte dei governi per comunicare con l'opinione pubblica internazionale. Pagine Facebook delle ambasciate, Summit in diretta su YouTube, blog dei diplomatici, profili Twitter dei Ministri degli Esteri. Sono alcuni degli strumenti dei quali si servono oggi i governi per promuovere i propri interessi strategici all'estero. La comunicazione online, schietta e informale, sta rivoluzionando una delle professioni più tradizionali e poco permeabili ai cambiamenti. L'elegante diplomatico con valigetta, pronto a rifugiarsi dietro l'abituale "no comment", sta lasciando il posto a una nuova generazione di funzionari che organizza concorsi su Facebook, partecipa a webchat, pubblica video su YouTube, scambia messaggi su Twitter e si racconta senza filtri sui blog.

Questo innovativo approccio mira a instaurare un rapporto diretto con i cittadini delle nuove società digitali che, grazie alle nuove tecnologie riescono ad avere un peso maggiore nei processi decisionali.

Possono diventare dunque un formidabile alleato, o un insuperabile ostacolo, anche nella gestione dei rapporti tra le nazioni. Se nella diplomazia tradizionale gli ambasciatori avevano il principale compito di mantenere i legami con i governi dei Paesi ospitanti, oggi questo rapporto bi-direzionale si è tramutato in una sfera più ampia e artico-

lata di relazioni che coinvolge molteplici attori che interagiscono tra loro in un ambiente fluido. “Gli Stati sono ancora importanti, ma il palcoscenico è sempre più affollato”.* Così lo studioso Joseph Nye, il padre del concetto di “Soft Power” in politica estera, ha sintetizzato questo nuovo ecosistema in cui i diplomatici sono chiamati a inserirsi per monitorare l’opinione pubblica e diffondere i messaggi ai diversi pubblici di riferimento, cercando di ampliare la sfera di influenza e di promuovere la reputazione e gli interessi del proprio Paese. Usando i mezzi più efficaci a loro disposizione, compresi i social media.

Il rapporto tra la diplomazia, paradigma di discrezione ed equilibrio, e il Web, simbolo di apertura e partecipazione, rappresenta un affascinante fenomeno di comunicazione che, partito dagli Stati Uniti, coinvolge oggi diverse nazioni e dà vita a una sorta di Risiko online in cui l’obiettivo finale non è la conquista del territorio, ma dell’opinione pubblica internazionale. Un fenomeno che non va confuso con una certa retorica che tende a investire internet di una missione universale, quasi ineluttabile, di promozione della democrazia e dei diritti umani in tutti gli angoli del pianeta. In questo libro la diplomazia digitale non coincide con il cosiddetto “cyber-utopismo” di chi vede nella rete una delle soluzioni alle grandi questioni internazionali, ma indica la radicale evoluzione in atto nelle dinamiche di comunicazione, e in parte anche nei processi decisionali, di istituzioni governative il cui approccio è sempre stato molto distante dai principali elementi fondanti del Web partecipativo: condivisione, trasparenza, dialogo e apertura.

Come tutte le trasformazioni che coinvolgono la sfera politico-sociale e tendono a ridisegnare il rapporto tra cittadini e istituzioni, anche in questo caso gli effetti potranno essere valutati solo nel medio e lungo periodo. Il rapporto tra diplomazia e internet è ancora in fase sperimentale ed è difficile prevedere le conseguenze che i social media potranno avere sui processi di definizione delle politiche internazionali degli Stati, ovvero se in futuro si determinerà un effettivo coinvolgimento dell’opinione pubblica attraverso la valorizzazione delle idee e la raccolta delle istanze provenienti dal dialogo online o se l’interazione rimarrà un flusso unidirezionale volto solo a informare e influenzare le persone.

Quando nel dicembre del 2008, l’allora vice-Sottosegretario del Dipartimento di Stato americano per la Public Diplomacy Coleen Graffy, durante una visita ufficiale in Islanda, cominciò a pubblicare messaggi su Twitter raccontando di valigie preparate in fretta, costumi

* Intervento di Joseph Nye al TED Global 2010, http://www.ted.com/talks/joseph_nye_on_global_power_shifts.html.

da bagno e immersioni in laguna, numerosi diplomatici ebbero reazioni di scetticismo e ironia nei confronti dei tweet dell'alto rappresentante di un governo. In poco più di tre anni quelle reazioni che allora sembravano prevalenti sono state sopraffatte dal ruolo crescente che i social media stanno assumendo nelle strategie di comunicazione diplomatica a livello globale. Il Ministro dell'Interno pakistano che interviene personalmente su Twitter per la concessione di un visto a una giornalista, l'ambasciatore americano in Siria che denuncia su Facebook le violenze del regime di Assad, il governo cinese che sviluppa un'applicazione per iPad, il Presidente venezuelano Chavez che guida la nuova rivoluzione anticapitalista a colpi di tweet da 140 caratteri, il Ministro della Difesa israeliano che spiega il conflitto mediorientale con un video su YouTube.

Oggi sulla Rete si sta rapidamente diffondendo una comunicazione istituzionale notevolmente diversa da quella alla quale siamo stati finora abituati. Un mutamento che incontra ancora diverse resistenze da parte di chi riconosce le potenzialità della rete, ma ne coglie soprattutto i rischi derivanti dalla maggiore esposizione mediatica dei funzionari e soprattutto dalla profonda trasformazione delle istituzioni che le strategie di comunicazione online sollecitano. Il fronte degli scettici teme che applicare alla diplomazia le leggi non scritte dei social media – trasparenza, informalità, rapidità, viralità – possa determinare lo svuotamento della natura stessa di una professione che per secoli si è svolta nelle stanze del potere. Un'attività che Alec Ross, Consigliere per l'Innovazione del Segretario di Stato Hillary Clinton e considerato il principale promotore della diplomazia digitale, ha sintetizzato con un'immagine sarcastica: “uomini bianchi con camicie bianche e cravatte rosse seduti di fronte ad altri uomini bianchi con camicie bianche e cravatte rosse che determinano le relazioni tra Stati con una fila di bandiere sullo sfondo”^{**}. A questa rappresentazione antiquata e immobile del mondo diplomatico si tende a contrapporre invece la modernità e il dinamismo della Rete. In realtà sarebbe irrealistico pensare che la diplomazia digitale possa sostituire quella tradizionale, che i negoziati si possano condurre con scambi di tweet o che i guru in maglietta della Silicon Valley possano prendere il posto degli uomini in cravatta seduti ai tavoli della politica estera. Così come andrebbe fugata l'illusione che per raggiungere i propri obiettivi politici o per costruirsi una buona reputazione internazionale sia sufficiente aprire una pagina su Facebook, pubblicare video interessanti su YouTube o creare un'ambasciata virtuale online. Il Web non sostituirà la diploma-

^{**} J. Lichtenstein, “Digital Diplomacy” in The New York Times, 16 luglio 2010.

zia, ma certamente ne sta determinando un'evoluzione. I social media sono strumenti di un'attività che potrebbe a prima vista sembrare la riedizione in chiave tecnologica della vecchia propaganda della Guerra Fredda, ma che in realtà impone ai governi nuove sfide: trasformare la mera diffusione di messaggi in conversazioni con l'opinione pubblica, abbandonare il megafono e partecipare alle discussioni nelle *agora* virtuali, ascoltare le sollecitazioni e le proposte che provengono dal basso e stabilire un dialogo costruttivo con i cittadini. Solo con queste premesse i social media possono effettivamente contribuire ad ampliare l'audience di riferimento, creare maggiore interazione con e tra le persone, sollecitare dibattiti, rafforzare il network di contatti locali e aiutare a comprendere meglio le realtà in cui si opera. Rivelandosi in questo modo ottimi alleati in uno dei principali compiti dei diplomatici, quello di tessere rapporti non solo con i governi ma anche con gli opinion-maker dei Paesi stranieri. Interlocutori che un tempo si trovavano nelle istituzioni, nelle sedi dei partiti, nelle redazioni e nelle università, mentre oggi si trovano spesso nella galassia di internet, dove un blogger può avere maggiore autorevolezza e seguito di un noto editorialista. La mutazione della natura stessa degli opinion-maker e il loro parziale trasferimento dai luoghi tradizionali del potere, ben delimitati e circoscritti, ad un ambiente aperto e frammentato come il Web, rappresenta una grande sfida per i diplomatici. Per comprendere meglio le realtà politiche e sociali dei Paesi nei quali operano, per entrare nelle sfere d'influenza, per individuare i canali migliori tramite i quali diffondere i propri messaggi, i rappresentanti dei governi oggi devono avventurarsi su internet, interagire con soggetti nuovi e creare una rete di relazioni molto estesa e multiforme, che va dal parlamentare al giovane imprenditore digitale. Se già nel 1997 il titolo di un articolo sulla prestigiosa rivista *Foreign Affairs* si poneva una domanda provocatoria, "Diplomazia senza diplomatici?,"*** oggi il dibattito sul ruolo dei professionisti della politica estera nel nuovo mondo delle reti digitali è ancora più attuale. La questione in realtà andrebbe posta in termini diversi: non se la diplomazia, grazie alle nuove tecnologie, possa esistere anche senza diplomatici, ma piuttosto se i diplomatici possano continuare a svolgere bene il loro lavoro senza partecipare attivamente nella Rete e senza usare gli strumenti con i quali i cittadini e i rappresentanti politici comunicano. Nelle nuove società sempre più plasmate da internet e dai social media, per una professione che ha tra i suoi compiti quello di creare e gestire network di relazioni, la scelta di utilizzare le nuove tecnologie appare ormai di rilevanza sempre più strategica.

.....
 *** G.F. Kennan, "Diplomacy without Diplomats" in *Foreign Affairs*, n. 76, 1997.