



di Dario Bonacina

Yes, he can

Dal momento che Barack Obama viene considerato da buona parte del suo elettorato come *uno di noi*, non c'è da stupirsi di come ogni suo gesto di vita quotidiana possa assumere rilievo mondiale. Ma tutto, a partire da questa immagine, ottenuta perché perseguita come obiettivo, è frutto di una campagna elettorale ben congegnata, che tutti auspicano basata su convinzioni e progetti concreti.

Persino i nostri telegiornali – senza che ve ne fosse la necessità - hanno tenuto a dedicare ampio spazio all'episodio che l'ha visto protagonista (prima dell'insediamento, ma già *presidente eletto*) di un filmato girato in un fast food di Chicago alcuni giorni prima della cerimonia. Nessuno ha avuto nulla da eccepire, nonostante a livello mondiale queste catene di ristoranti vengano messe all'indice da molte persone (non solo salutisti) in quanto ritenute fra le cause dell'obesità che affligge una discreta fetta di popolazione negli States, perché si trattava di Barack Obama, il presidente dell'era del cambiamento. Che si è ritrovato innanzitutto con la sorpresa di una sede inadeguata alla sua missione, almeno sotto il profilo tecnologico: affezionatissimo al BlackBerry (che può continuare ad usare, una volta adottate apposite soluzioni di sicurezza) che gli permetterà di gestire direttamente i contatti con esponenti del governo e alcuni amici, al suo ingresso alla Casa Bianca il nuovo presidente ha constatato di avere - a disposizione propria e del suo staff – un parco macchine (cioè computer, telefoni, reti e apparati di connettività) praticamente obsoleto.

La nuova amministrazione non ha impiegato molto a far soffiare nella residenza presidenziale una ventata di freschezza, installando nuovi dispositivi e pubblicando la *versione 2.0* del sito web *whitehouse.gov*, che presenta ora un look da social network, con tanto di video diffusi attraverso YouTube, foto via Flickr e una pagina di contatti che invita l'internauta a scrivere al Presidente Obama che *si è impegnato a creare l'amministrazione più aperta e accessibile nella storia americana*. Una strada che era già stata ben tracciata nel sito di transizione *change.gov.*, che attraverso strumenti come blog e forum è servito a raccogliere le opinioni degli elettori su temi di interesse pubblico.

E' probabilmente l'uso sapiente di queste tecnologie fin dalla campagna elettorale che, agli occhi degli americani (e non solo), Barack Obama si è conquistato l'immagine di *uno di noi*, di un presidente aperto, vicino e avvicinabile. Persino il suo ritratto ufficiale è aperto: realizzato (per la prima volta nella storia) con una fotocamera digitale, è stato rilasciato sotto una licenza Creative Commons.

Si tratta di presupposti che fanno ben sperare sulla concretezza della politica tecnologica di Barack Obama, articolata su temi di importanza fondamentale come la net neutrality, i crimini digitali, la tutela della privacy, la diffusione di tecnologie broad band in grado di dare voce alla popolazione: "Il vero impegno è ottenere che la nostra democrazia includa tutti" ha dichiarato il nuovo presidente degli USA, sottolineando che "quando parliamo di una connessione universale, ciò che intendiamo è una comunità universale".

Ci si aspetta sempre molto da chi ha l'aria di voler portare un cambiamento atteso. Soprattutto ci si aspetta di non rimanere delusi.