



*Dipartimento di Scienze Politiche*

*Cattedra Sociologia della Comunicazione*

## L'era della Twiplomacy: la nuova diplomazia in 140 caratteri

RELATORE

Prof. Michele Sorice

CANDIDATO

Maria Chiara Romano

Matr. 080282

**ANNO ACCADEMICO 2017/2018**

# Indice

|   |    |
|---|----|
| Introduzione.....   | 3  |
| Capitolo 1: Digital Diplomacy   |    |
| 1.1 Digital Diplomacy: un'ampia prospettiva.....  | 5  |
| 1.1.1 Digital Diplomacy e Diplomacy 2.0.....  | 8  |
| 1.2 Digital Diplomacy e diplomazia tradizionale.....                                      | 9  |
| Capitolo 2: L'era della Twiplomacy  |    |
| 2.1 Twitter in mano ai diplomatici.....   | 12 |
| 2.1.1 Una panoramica globale.....   | 18 |
| 2.1.2 Rischi e nuove sfide.....   | 19 |
| 2.2 Il caso di Twitter nelle negoziazioni per l'Accordo sul nucleare iraniano (P5+1)..... | 21 |
| Capitolo 3: Il caso: Cina tra e-diplomacy e censura                                       |    |
| 3.1 La lotta per l'Internet cinese.....   | 25 |
| 3.2 Microblogging in Cina: Sina Weibo.....  | 28 |
| 3.3 Weiplomacy: diplomazia e censura.....   | 29 |
| 3.3.1 Il caso eccezionale di Israele.....   | 32 |
| Conclusioni.....  | 36 |
| Bibliografia.....   | 38 |
| Abstract.....   | 40 |

“I think it [digital diplomacy] will give us possibilities to work together for a better world, and that is not a small thing in itself.”

**Carl Bildt**

## **Introduzione**

Quando negli anni '60 del 1800 Lord Palmerston, Segretario degli Affari Esteri britannico, ricevette il primo messaggio telegrafico della storia, esclamò: “*My God, this is the end of diplomacy!*” Nonostante questa drammatica e quasi catastrofica predizione, la diplomazia sembra essere sopravvissuta con successo a quella che all'epoca rappresentava la più grande innovazione tecnologica mai raggiunta. Come il telegrafo, ogni nuovo apparecchio di nuova tecnologia successivamente presentato al mondo, come la radio, il telefono, la televisione ed il fax, avrebbe provocato reazioni molto simili a quella del Segretario Palmerston. Un astuto analista della pratica diplomatica, Harold Nicolson, scriveva nel 1960 sull'impatto del telefono come “*a dangerous little instrument through which to convey information or to transmit instructions*”.

Il sistema dei fax, prima dell'avvento di Internet, costituiva esso stesso una rivoluzione. La trasmissione di documenti ed immagini da un polo all'altro del mondo, nell'arco di pochi minuti, ha dato una significativa spinta alla comunicazione nel mondo della diplomazia. Divenne possibile per un ambasciatore francese a Tokyo firmare un accordo con le autorità giapponesi e farne recapitare una copia al Ministro degli Affari Esteri a Parigi, in meno di dieci minuti. Gli originali di documenti importanti (direttive, testi di leggi, discorsi, note ufficiali, protocolli, accordi, memos di governo, e quant'altro) iniziarono a circolare ovunque nelle missioni diplomatiche. Nelle capitali, i ministri degli esteri si assicuravano, tramite fax, che le ambasciate nei cinque angoli del mondo, ricevessero regolarmente informazioni aggiornate sulle attività dei ministeri e sulle principali decisioni di governo. Il fax ha permesso agli ambasciatori di essere prontamente informati su tutte le questioni rilevanti per il loro lavoro e di conoscere il punto di vista dei propri governi su tutte le questioni rilevanti per i loro paesi.

Internet ha rappresentato una rivoluzione ancora più radicale. Secondo Friedman, Internet ha svolto un ruolo cruciale nel livellare il campo di gioco in tutto il mondo, permettendo a chiunque, ovunque, di avere accesso alle stesse informazioni, connettersi e fare business vicendevolmente. Come in qualsiasi altra area della politica di governo, Internet ha prodotto i suoi effetti anche sul mondo della politica estera. Ora la tecnologia controlla il modo in cui le informazioni viaggiano nel mondo. Ciò ha fatto sì che le notizie, materiale base di politica estera e del modo in cui i governi interagiscono tra loro, divenissero più veloci, più facilmente reperibili, ed in grado di raggiungere qualsiasi parte del globo.

Da ciò, una diplomazia che è andata col tempo modificandosi ed adeguandosi alle particolari e contingenti forme comunicative nei diversi campi d'azione. Un'arte diplomatica che si è evoluta nel tempo, si è adattata alle esigenze degli stati, alle personalità dei leaders, a conflitti ed alleanze. Nonostante questo costante moto di cambiamento, quelle che sono le *skills* necessarie per praticare l'attività diplomatica, le skills tipiche della diplomazia tradizionale, basata su astuzia e persuasione, non hanno subito alcuna alterazione. Il

cuore pulsante dell'arte diplomatica ha mantenuto la sua essenza, facendo sì che il vento dell'innovazione ne travolgesse principalmente metodi e strumenti.

In questo contesto, la fondamentale trasformazione del modo in cui individui e società interagiscono tra loro, all'indomani della rivoluzione digitale e dell'avvento del World Wide Web, ha segnato profondamente la nostra epoca, dando inizio ad nuovo ed inaspettato sviluppo dell'arte diplomatica.

La digital diplomacy è quindi la naturale conseguenza dell'evoluzione della comunicazione tra il XX e XXI secolo, una comunicazione dominata da piattaforme online, condivisioni, tweets e microblogging.

La portata mondiale dei nuovi social media e dei loro networks ha avuto un considerevole impatto nel modo in cui gli attori nazionali ed internazionali si relazionano vicendevolmente, non solo a livello statale, ma soprattutto tra businesses, organizzazioni ed altri enti internazionali.

Da molti punti di vista, la digital diplomacy può essere sagacemente paragonata al Test di Rorschach, la nota tecnica psicologica che studia ed analizza la percezione umana delle immagini. Dato il suo recente sviluppo e diffusione, la digital diplomacy è stata interpretata, definita e concepita in molteplici modi, generando spesso contraddizioni ed incertezze tra le fila di ricercatori e professionisti. Non c'è un quadro teorico universalmente accettato in grado di soddisfare in modo esaustivo le mille sfaccettature della materia.

Come i soggetti ed i campioni del Rorschach test, non sembra esserci un accordo collettivamente condiviso su cosa sia effettivamente la digital diplomacy, cosa essa rappresenti, il suo grado di importanza ed i suoi elementi costitutivi. Ne consegue che la diplomazia digitale non è stata adottata e sviluppata a partire da un progetto comune; al contrario, a partire dagli interessi individuali di ogni singolo attore, nazionale ed internazionale, e dai particolari contesti in cui essi si trovavano ad operare, i pionieri della pratica si sono limitati a seguire tracce primordiali lasciate da altri, generando profonde lacune circa la sua concettualizzazione ed organica strutturazione.

Pur mancando di un'esperienza lunga decenni, come nel caso del Rorschach test, la diplomazia digitale ha finito per attirare a sé l'interesse e la curiosità di chi ha vissuto in prima persona l'ondata rivoluzionaria di Internet, ha dato vita ad un acceso dibattito che vede scontrarsi gli antichi ideali di diplomazia classica con le innovative pratiche di Twiplomacy del nuovo universo hi-tech, la tradizione con il progresso, la continuità ed il cambiamento.

Scopo di questo progetto, infatti, è quello di osservare più da vicino una realtà, quella digitale, che da poco più di un decennio ha intriso e permeato ogni aspetto della società moderna, dall'esperienza privata dei singoli nel piccolo dell'individualità, alla gestione di affari e relazioni internazionali nel grande panorama globale; scoprire le logiche che si celano dietro l'attività diplomatica online, le strategie adottate da politici ed ambasciatori tramite le nuove ed interattive piattaforme social, il valore di un tweet o di un post su Facebook; infine, analizzare come tale realtà universalmente condivisa, possa essere vissuta in modo alternativo al di là dei confini occidentali, lì dove diversi assetti politici e sistemi di valori hanno portato i governanti ad utilizzare i nuovi *tools* digitali con maggiore cautela e distacco.

## 1.1. Digital Diplomacy: un'ampia prospettiva

Oggi possono essere considerate premonitrici le parole del rappresentante del Consiglio degli Stati Uniti, Samuel Cox, quando, indignato per gli intrighi segreti del governo del suo paese, per l'annessione della Repubblica Dominicana, invocava la diplomazia aperta e la diplomazia pubblica (*I believe in open, public diplomacy*). In un mondo sempre più 'connesso', la diplomazia non può alienarsi dalle trasformazioni sociali che l'avvento del Web 2.0 sta provocando. Ogni stato, a proprio modo, ha iniziato a scoprire l'importanza di queste tendenze ed innovazioni e conseguentemente, ha dato il via ad un vero e proprio processo di adattamento delle proprie strutture diplomatiche.

La diplomazia digitale, o diplomazia aperta, rappresenta oggi un elemento indispensabile nelle relazioni diplomatiche sulla base di tre principali considerazioni: per consolidare gli ideali e i principi di politica estera di uno stato, non è possibile disconoscere l'esistenza di un sempre più intenso dibattito online; i dipartimenti ed i ministeri degli affari esteri richiedono una costante collaborazione con attori non-governativi associati all'attività diplomatica il cui ruolo si è visibilmente potenziato nelle piattaforme online; collaborazione per la quale, la rete ha finito per costituire un ottimale spazio di comunicazione e coordinamento. Inoltre, nell'ambito degli affari esteri vengono ad operare organizzazioni moderne e aperte la cui mancata rappresentazione online, potrebbe minarne la credibilità. La cyberdiplomazia si pone come un'estensione della diplomazia pubblica, che permette agli stati di partecipare attivamente nelle reti di informazione. Se fino ad ora la diplomazia pubblica si è concentrata sulla stretta relazione dello stato con le varie tipologie di organizzazioni, la cyberdiplomazia supera l'approccio tradizionale, ed applica alle relazioni internazionali la regola dell'*Open government* che stabilisce una totalmente distinta forma di comunicazione dello stato con le persone.

La politica estera e la diplomazia sono sempre state oggetto di grandi trasformazioni e reinvenzioni sin dalla loro nascita, dalle origini primordiali nella Cina del sesto secolo, dove esse si sviluppavano come arti di guerra e strategia militare, fino a quella che noi oggi consideriamo la tradizionale arte diplomatica. Da guerre a trattati di pace, da invasioni a convenzioni, nel corso dei secoli la diplomazia si è evoluta costantemente. La sua evoluzione, però, risulta più evidente negli strumenti utilizzati, negli obiettivi preposti e nelle priorità di riferimento, piuttosto che nella sua teorica definizione e aspetti superficiali. Anche la guerra è cambiata, così come sono cambiati i suoi strumenti. Tuttavia, guerra e diplomazia rappresentano ancora la più elementare ed immediata manifestazione di come gli stati interagiscano tra loro; come essi negozino i patti, come essi regolino le loro relazioni con enti esterni, come essi sopravvivano attraverso una serie di leggi e convenzioni, di cui i corpi diplomatici e le forze militari rappresentano la più conosciuta ed esclusiva appendice.

L'odierno scenario diplomatico appare solidamente ancorato al suo legale eco-sistema entro i confini della comunità internazionale. Nonostante ciò, la tecnologia sembra avere un significativo impatto tanto sul modo in cui la diplomazia viene condotta, quanto sull'emergere di nuovi, meno tradizionali attori.

Quando si guarda all'evoluzione storica della diplomazia e politica estera, per secoli esse hanno finito per basarsi su stati emittenti e stati riceventi emissari, sullo stabilimento di delegazioni o ambascerie, formalizzando accordi bilaterali e multilaterali relativamente ai più diversi issues. Dove la tecnologia ha avuto, e ancora ha, un enorme impatto iniziale è la velocità con cui fluiscono le informazioni. Quando Thomas Jefferson ed il suo predecessore Benjamin Franklin furono mandati in Francia come ambasciatori degli Stati Uniti, potevano trascorrere mesi prima che i messaggi potessero raggiungere la destinazione finale – dal gabinetto presidenziale all'ambasciata di Parigi, e viceversa. Ambasciatori e diplomatici hanno sempre abbracciato il tradizionale modo di fare diplomazia e di ricevere chiare istruzioni direttamente dalla madre patria. La modernizzazione dei servizi postali e l'invenzione del telegrafo senza fili nel tardo 1800 – e più tardi del telefono e del fax – hanno finito per velocizzare la comunicazione ma non ha minimamente intaccato l'interazione dei diplomatici al di fuori del loro mondo elitario di affari esteri. Bisognerà attendere fino alla diffusione dell'email – e più tardi di Internet – per osservare un più prominente effetto sulla diplomazia, sul modo in cui essa viene condotta e su come essa colpisca il popolo.

Nel 1994, il presidente degli Stati Uniti Bill Clinton inviò la sua prima email ufficiale ad un capo di stato straniero, il Primo Ministro svedese Carl Bildt. Dal breve scambio di mail tra i due leaders, è facile cogliere un misto di curiosità ed aspettativa di fronte ad un mondo in balia della rivoluzione digitale, un mondo nuovo in cui il fenomeno Internet stava prendendo vita e radicandosi profondamente nelle strutture della società. La politica e gli affari esteri stavano mutando, così come la grande rete di comunicazioni in tutto il mondo. Dopo circa 20 anni dalla prima corrispondenza online tra Clinton e Bildt, nel Dicembre 2014, il presidente Barack Obama, già leader mondiale più seguito sui social media, entrò in partnership con *code.org* per lanciare una nuova e rivoluzionaria campagna di sensibilizzazione alla cosiddetta *code literacy*. “*If we want America to stay on the cutting edge, we need young Americans like you to master the tools and technology that will change the way we do just about everything*”<sup>1</sup>, disse il Presidente al lancio dell'annuale Computer Science Education Week, divenendo ufficialmente il primo politico al mondo in grado di cavalcare la grande onda digitale.

Grazie alla tecnologia e ai nuovi strumenti digitali, la diplomazia ha finito per divenire parzialmente democratizzata, includendo nelle sue strutture una più ampia varietà di voci. Nuovi attori non statali stanno rapidamente emergendo, stanno rimodellando il panorama internazionale e spingendo gli esperti di politica estera a riequilibrare i loro obiettivi così da aprirsi a nuove priorità, instaurare rapporti con la società civile ed operare con una maggiore trasparenza di processo.

Il cuore della diplomazia, al di fuori del radar tecnologico, resta un concentrato eco-sistema di leggi e relazioni ufficiali che rendono la pratica diplomatica sostenibile ed organica. Esso ha alterato in modo dinamico il suo campo d'azione, ma non la sua essenza; la diplomazia non è cambiata dal modo in cui Sun Tzu l'ha descritta nel 500 d.C. nella sua opera ‘L'arte della guerra’, dove il bisogno di conoscere se stessi ed

---

<sup>1</sup> ‘Se vogliamo che l’America resti all’avanguardia, abbiamo bisogno di giovani americani come voi per manovrare gli strumenti e la tecnologia che cambieranno il modo in cui viene fatto tutto.’

il proprio nemico rappresentava la chiave per qualsiasi intervento al di fuori dei propri confini; dove la rapidità e l'inganno erano gli ingredienti per cogliere di sorpresa l'avversario. La diplomazia di allora era fatta di guerra, di attenti calcoli sulle forze e le debolezze altrui, da sfruttare al meglio per difendersi o reagire. Allo stesso modo, la seicentesca moralità del potere esaltata ne 'Il principe' di Niccolò Machiavelli, seppur attraverso le lenti di politica nazionale e affari interni, mostra chiaramente la necessità della strategia diplomatica in tempi di guerra e conquista. Entrambe le opere e le ideologie su cui esse si costruiscono, rappresentano utili strumenti per analizzare e comprendere le moderne dinamiche di potere, dove uno stato esercita la propria potenza attraverso l'arte diplomatica o la strategia militare. Sun Tzu e Machiavelli non avevano certamente familiarità con gli strumenti di cyber-warfare o i processi di policy making del ventunesimo secolo, essi hanno tuttavia finito per delineare un percorso che ha portato i governi a preservare la propria identità sovranazionale, a conoscere a fondo i propri attori, a plasmare alleanze ed accordi, e a comprendere il paradigma del rischio – dove l'azione acquista più valore della reazione.

Machiavelli ha compiuto molti passi in avanti nella sua analisi, e scrive: "Non c'è niente di più difficile da condurre, né più dubbioso di successo, né più dannoso da gestire, dell'iniziare un nuovo ordine di cose". Sorprendentemente, il seicentesco governante machiavelliano deve essere un innovatore; un'idea questa che va di pari passo con la moderna concezione di innovazione come 'sale e pepe' di ogni campo, dalla diplomazia all'economia, ed oltre. L'innovazione è diventata, quindi il *mot-du-jour* per tutti, per ministri esteri ed ambasciatori compresi.

In questo contesto, la tecnologia rappresenta il moderno catalizzatore per l'innovazione, soprattutto nel mondo della politica estera. Essa garantisce una migliore circolazione e diffusione di idee tra diversi spazi e settori; qui è dove Twitter, Facebook ed altri social media hanno giocato un ruolo significativo nell'ampliare la diplomazia tradizionale rendendola più inclusiva e partecipativa. Il panorama digitale dei social media – per quanto dinamico, pericoloso e complesso possa essere – offre ai governi nuove e stimolanti opportunità. Negli ultimi anni parte dell'attenzione della diplomazia si è focalizzata sul controllo e gestione dei social networks per aumentarne la portata. Questo è un processo che si è sviluppato sotto il nome di diplomazia digitale, e-diplomacy o diplomazia dei social media. I governi hanno iniziato ad inondare i social media con pagine Facebook, profili Twitter, canali Youtube, account Instagram e quant'altro. Alcuni, come gli Stati Uniti ed il Regno Unito, hanno investito ingenti risorse in formazione ed apprendisti; altri hanno puntato su nuove strategie, come la Svezia. Sotto la leadership del ministro degli esteri Carl Bildt, infatti, l'apparato diplomatico svedese, invece di incrementare organicamente la propria presenza sui social media, ha fatto sì che tutte le sue ambasciate aprissero sia account Facebook che Twitter con l'obiettivo di ampliare esponenzialmente la portata del paese. Tuttavia, anche paesi che hanno raggiunto una notevole crescita nell'utilizzo delle diverse piattaforme digitali, ancora faticano a consolidare la propria presenza mediatica e ad adattarla al meglio alle priorità di politica estera. Uno dei principali problemi ruota intorno l'abilità dei governi di percepire ciò che realmente accade entro i propri confini e al di fuori. L'implementazione di un programma su i social media che permetta ai governi di raccogliere e comprendere le informazioni dell'audience dovrebbe essere in cima

alla lista degli obiettivi. *“Policy makers can quickly assess public opinion on draft policies to better gauge the potential impact on citizens, actively pull the ideas of citizens into the government innovation process, or use social media to provide citizens with lifesaving information during emergencies”*<sup>2</sup>, afferma Ines Mergel, professoressa di amministrazione pubblica e affari internazionali alla Maxwell School of Citizenship and Public Affairs, Syracuse University. Fondamentale è quindi comprendere come gestire ed analizzare la massiccia mole di dati prodotta ogni giorno sui social media, soprattutto in risposta agli ufficiali aggiornamenti del governo.

### **1.1.1. Digital diplomacy e Diplomacy 2.0**

Nonostante l'espressione digital diplomacy sia la più utilizzata, Ilan Manor, ricercatore della Oxford University, ha fatto un'importante distinzione tra digital diplomacy e diplomacy 2.0, fondamentale per analizzare la differente penetrazione del mondo digitale nell'ambito della politica estera e dell'agenda diplomatica.

L'analisi di Manor si sviluppa sulla base delle interazioni tra i Social Networking Sites (SNS) e l'attività dei ministri esteri (MFA). L'idea fondante è che la digital diplomacy si costituisce come l'utilizzo dei siti di social network da parte dei Ministeri degli Affari Esteri per la raccolta e la diffusione di informazioni.

Molti ministeri esteri utilizzano i SNS con l'obiettivo di diffondere e trasmettere ai loro followers informazioni relative ad eventi di politica estera, issues, iniziative ed attori nazionali ed internazionali. Ministri esteri ed ambasciate sono in grado di attirare ai loro profili di SNS ampi audiences; questi sono costituiti prevalentemente da followers internazionali. Solo un piccolo segmento della popolazione locale segue il proprio MFA online. In realtà, secondo Manor, la relazione tra MFAs ed i loro seguaci è praticamente inesistente. La vasta maggioranza dei commenti postati dai followers non riceve particolare attenzione da parte dei ministeri. Quando il confronto si realizza, viene generalmente pilotato dai MFAs. Il Dipartimento di Stato degli Stati Uniti, per esempio, effettua molte sessioni di Q&A sulla piattaforma Facebook. Queste sessioni vengono avviate in un tempo predefinito e si focalizzano su specifici argomenti ed issues. Ai seguaci non è garantita la possibilità di porre domande relativamente ad altri ambiti o tematiche. Al contrario, MFAs e ambasciate seguono regolarmente i propri pari (principalmente istituzioni diplomatiche) sui social media con l'obiettivo di raccogliere e disseminare informazioni nella comunità diplomatica; essi mirano alla definizione e diffusione di una particolare immagine di nazione ed i siti di social networking sono per questo, utilizzati sia nella public diplomacy che nelle attività di branding nazionale. A questo punto risulta lecito affermare che i Ministeri di Affari Esteri hanno incorporato a fondo i SNS nella condotta diplomatica fino ad ampliare quelli che erano i tradizionali metodi di public diplomacy e pubblicità nazionale.

---

<sup>2</sup> 'I decisori politici possono valutare velocemente l'opinione pubblica su politiche abbozzate per stimare al meglio il potenziale impatto sui cittadini, possono far convergere le idee dei cittadini nei processi governativi d'innovazione, o utilizzare i social media per offrire ai cittadini informazioni salvavita durante le emergenze.'

D'altro canto, la cosiddetta Diplomacy 2.0 potrebbe essere definita come l'incorporazione dell'ethos del Web 2.0 nell'attività online dei Ministeri degli Affari Esteri. L'evoluzione di internet è sempre stata descritta come una transizione dal Web 1.0 al Web 2.0. Introdotti da Tim O'Reilly nel 2004, i siti di Web 2.0 appaiono abbastanza differenti dalle statiche pagine web degli ultimi anni 90'. Ciò che caratterizza il web 2.0 è 'l'architettura di partecipazione' nella quale gli utenti sono invitati a collaborare alle piattaforme web. In più, esso si basa su di 'un'architettura dell'ascolto' nella quale i feedback di users e 'amici' sono raccolti come importanti e rilevanti informazioni. I SNS potrebbero essere considerati la quintessenza rappresentativa del Web 2.0, coltivando una 'psiche partecipativa' tra gli innumerevoli utenti. Quando gli users aggiungono contenuti alle diverse piattaforme social, essi si presentano come veri autori e curatori di tali contenuti; dal momento che questi ultimi sono visibili a tutti i contatti online, o 'amici', gli utenti diventano parte integrante di una comunità di informazione online. Ci si aspetta che essi, in quanto membri effettivi di tale community, reagiscano al contenuto condiviso, tramite commenti, condivisioni, 'likes' o 're-tweet'. In questo contesto, i MFAs non sono ancora riusciti a sfruttare a pieno le potenzialità del Web 2.0 nella sua cultura del dialogo, dell'ascolto e di partecipazione. Mentre i MFAs offrono ai loro 'amici' contenuti rilevanti ed interessanti e tali 'amici' sono legittimati a commentare tali contenuti, la mancanza di una comunicazione bidirezionale e di una particolare enfasi sui commenti dei followers, dimostra chiaramente come i canali social di Ministeri ed ambasciate siano ancora rinchiusi nell'architettura di un Web 1.0.

transizione dalla digital diplomacy alla Diplomacy 2.0 verrebbe completata con l'incorporazione di fondamentali elementi: un continuo confronto tra MFAs e followers, senza alcuna limitazione di tempo o tematica, al fine di creare communities dinamiche sempre attive sui canali social dei Ministeri. Altrettanto fondamentale, la costruzione di un'architettura dell'ascolto tramite cui i commenti degli utenti possano essere considerati come importanti informazioni su come la nazione è vista dal pubblico estero. Tale architettura verrebbe così a definire la netta transizione da un tradizionale modello broadcast ad un nuovo modello dialogico della public diplomacy. I seguaci di Ministeri, ambasciate e istituti internazionali, possono essere chiamati a contribuire allo sviluppo dei siti web, di speciali piattaforme online e di campagne di branding nazionale tramite SNS. Se il Web 2.0 ha assunto un approccio user-centrico, allora la diplomacy 2.0 dovrebbe adottare un'approccio chiaramente follower-centrico.

## **1.2. Digital Diplomacy e diplomazia tradizionale**

Al di fuori dei circoli accademici, molti stakeholders hanno rivolto particolare attenzione al ruolo giocato della digital diplomacy nei confronti dei più 'tradizionali' (non pubblici) aspetti dell'arte diplomatica, se essa si ponga in posizione complementare o predominante rispetto agli approcci di una diplomazia a porte chiuse. In altre parole, il principale dibattito sulla diplomazia digitale ha finito per condensarsi nella contrapposizione tra cambiamento e continuità nell'ambito delle tradizionali forme di condotta delle relazioni diplomatiche, siano esse bilaterali, trilaterali o multilaterali. Uno dei più importanti portavoce di digital diplomacy è stato

Alec Ross, ex consulente senior per l'innovazione al Dipartimento di Stato sotto il Segretario Hillary Clinton, che ha notoriamente e costantemente affermato come "*the twenty first century is a terrible time to be a control freak*" (post/status pubblicato dallo stesso Ross su Twitter l'11 Luglio 2013). Questa considerazione è particolarmente significativa su due livelli: prima di tutto, pone l'attenzione sulla natura delle società e degli stati contemporanei, più o meno aperti all'ingente flusso di informazioni nello spettro democratico; in più, sottolinea la necessità di accettare l'individuale e collettiva perdita di controllo sul public messaging e sugli audiences, data l'immediata disseminazione di conoscenza che Internet ha portato con sé. Il controllo del messaggio diplomatico, o al contrario, il suo mancato controllo, ha finito per costituire un inusuale problema da affrontare per una professione generalmente conservatrice ed avversa a cambiamenti repentini. Ciò è facilmente constatabile dal lungo arco di tempo trascorso prima che i progressi tecnologici camminassero pari passo con l'attività dei burocrati diplomatici e divenissero parte integrante delle loro mansioni e vite professionali. Se in un primo momento, il tema della libertà di Internet ha costituito uno dei principali pilastri della public diplomacy, soprattutto durante il mandato di Hillary Clinton, ciò ha finito presto per ritorcersi contro la stessa macchina governativa conseguentemente allo scandalo WikiLeas e alle rivelazioni di Edward Snowden.

Ross, tra molti altri, ha riconosciuto come la diplomazia digitale sia destinata a completare, non sostituire, le tradizionali pratiche diplomatiche "*behind closed doors along the corridors of power*". Ciò è comprensibile dal momento che la digital diplomacy utilizza tutte le tecnologie disponibili per raggiungere cittadini, compagnie ed altri attori non statali, mentre la diplomazia 'offline', ancora riflette un mondo fatto di *communiqués*, telegrammi diplomatici e lente negoziazioni governo-governo o, quello che Ross spesso chiama "*white guys with white shirts and red ties talking to other white guys with white shirts and red ties, with flags in the background, determining the relationships*". Il nuovo modo di intendere la diplomazia, nell'ottica di chi vi ha dato vita, rappresenterebbe un cambiamento nella forma e nella strategia, con il fine di 'amplificare' gli impegni della diplomazia tradizionale, sviluppare politiche tech-based ed incoraggiare il cyber-attivismo. Inoltre, nonostante le trasformazioni nei metodi e nelle pratiche, i sostenitori della digital diplomacy hanno più volte sottolineato come gli obiettivi comunicativi per i diplomatici internazionali non abbiano subito alcun stravolgimento, differentemente dal medium attraverso cui essi si realizzano. Tale precisazione è volta a ridurre dubbi ed incertezze circa l'importanza e gli effetti della digital diplomacy sulla vera essenza della pratica diplomatica, guardando ai cambiamenti di forma più che di sostanza, e ciò traspare soprattutto dal modo in cui i principali canali di social media vengono utilizzati; essi diventano 'tentacoli' protratti del governo che diffondono e proiettano messaggi, valori e politiche. Esempi di ciò sono ravvisabili nei canali ufficiali della maggior parte dei ministri degli affari esteri (principalmente occidentali), dove vengono pubblicati ed aggiornati costantemente avvisi, dichiarazioni ed ultime notizie.

La sottile retorica che avvolge le moderne rivoluzioni digitali nell'universo diplomatico ha tuttavia, finito per generare un certo scetticismo non solo nei confronti dei benefici e degli obiettivi della digital diplomacy per l'arte diplomatica, ma soprattutto nei confronti della legittimità dei poteri statali, sempre in

contrapposizione alle pratiche diplomatiche old-school di cui si enfatizza l'aspetto di continuità. Una delle voci più scettiche nei riguardi della diplomazia digitale è stata quella di Evgheni Morozov, un accademico della Georgetown University, il cui criticismo ha enfatizzato, tra molti altri, come gli sviluppi ed i progressi tecnologici non potrebbero in alcun modo 'aprire il mondo' lì dove gli sforzi della diplomazia offline/tradizionale risultano fallimentari. La diplomazia, sostiene Morozov, è, o dovrebbe essere, un elemento dell'arte governativa non soggetto alle prerogative dell'open government. Egli ha sonoramente riproposto l'insoddisfazione di molti scettici, non necessariamente sull'importanza della tecnologia nella pratica diplomatica, ma più specificamente sul ruolo attribuito alla digital diplomacy in contrapposizione agli approcci ormai consolidati e generalmente adottati.

In particolare, osservando le strette connessioni tra il settore privato e il governo statunitense relativamente alla digital diplomacy, Morozov ha anche evidenziato come, allineandosi con compagnie ed organizzazioni virtuali, i diplomatici digitali della Clinton hanno finito per convincere i propri nemici all'estero che la libertà di Internet rappresenti un nuovo cavallo di Troia per l'imperialismo americano; la recente rivoluzione del Web 2.0 che ha permeato in molteplici modi le vite degli individui, potrebbe essere azzardatamente associata agli interessi americani ed ai valori tipicamente occidentali imposti a stati riluttanti e spesso palesemente ostili.

Morozov non è l'unico ad aver delineato un tale scenario; l'ex ambasciatore americano in Messico, Carlos Pascual, ha più volte dichiarato come le piattaforme dei diversi social media, viste come veri e propri strumenti nelle mani del governo statunitense, soprattutto nell'ottica di Cina, Iran e Cuba, costituiscano un pericolo sia per le compagnie che per gli individui che utilizzano tali networks. Queste posizioni sono state comprovate dal fatto che, almeno in un caso, il Dipartimento di Stato abbia implorato compagnie di social media (in particolar modo Twitter) al fine di restare attive nonostante una precedente manutenzione pianificata nel corso di momenti critici in aree sensibili, come nel caso delle proteste iraniane nel 2009, che si mossero contro la politica di non-intervento nel contesto iraniano post-elezioni adottata dal Presidente Obama.

Alla luce di tali considerazioni, è facile individuare i principali punti focali su cui è venuto a costituirsi negli anni il dibattito sulla digital diplomacy, e come entrambe le correnti di pensiero che lo animano, enfatizzino diversi aspetti o impatti dell'approccio diplomatico, fornendo agli attori internazionali una più ampia e complessiva prospettiva da tener in forte considerazione al momento di sviluppare ed implementare le proprie strategie.

## 2. L'Era della Twiplomacy

### 2.1. Twitter in mano ai diplomatici

La diplomazia è stata tradizionalmente rappresentata in letteratura come nel cinema, sottoforma di una realtà intrisa di segreti e ricca di intrighi, condotta da pochi attori, con un ruolo totalmente passivo dell'opinione pubblica, se non totalmente assente. Un ritratto questo probabilmente veritiero ai tempi di Talleyrand e Metternich ed in parte durante il XX secolo. Nel corso degli ultimi dieci anni, il diffuso utilizzo di Internet, ed in particolar modo dei social media, ha inaugurato una nuova era per i diplomatici.

I fusi orari ed i migliaia di chilometri di distanza si sono ridotti drammaticamente; il flusso mondiale di informazioni ha assunto dimensioni massicce, rendendo ormai impossibile una netta separazione tra locale e globale, ed incoraggiando così nei cittadini le aspettative di un'attiva partecipazione nei processi di decision-making della politica estera e della loro effettiva implementazione.

Queste trasformazioni lanciano interessanti sfide al diplomatico, offrendogli una vasta gamma di nuove opportunità. Oggi, i social media pongono gli attori di politica estera di fronte un audience globale garantendo, allo stesso tempo, ai governi un contatto ed una interazione costante ed immediata. Con soli 140 caratteri, Twitter crea e diffonde notizie ed opinioni in tempo reale, in modo semplice e conciso, perseguendo i principali obiettivi di politica estera. Non si possono sottovalutare i potenziali rischi di questa nuova ed ingente esposizione; ma, nell'ottica più ravvicinata dei cittadini, Twitter produce due grandi effetti positivi sul mondo della foreign policy: incoraggia un vantaggioso scambio di idee tra policymakers e società civile, e potenzia l'abilità del diplomatico nel raccogliere informazioni e nel partecipare, analizzare, gestire e reagire agli eventi.

Centoquaranta caratteri hanno cambiato il modo in cui si guarda al mondo. Hanno cambiato il modo in cui la politica estera si plasma ed il modo in cui essa risponde alle nuove sfide internazionali. Nell'antica Roma, questo fenomeno veniva chiamato *Vox Populi*; oggi va sotto innumerevoli e diversi appellativi: e-diplomacy, digital diplomacy, Twiplomacy, e molti altri. Pur non essendo perfetti sinonimi, ognuno di essi fa riferimento all'utilizzo del Web, dell'Information and Communications Technology (ITC), e degli strumenti di social media nello svolgimento delle attività diplomatiche e nel perseguimento dei principali obiettivi di politica estera.

Mentre oggi Twitter è visto come il più comune strumento di e-diplomacy, esso costituisce solo uno dei molti modi con cui i ministri esteri nel mondo vengono coinvolti nel più eccezionale e virale nuovo sviluppo della moderna diplomazia.

Sin dal Marzo 2006, quando il fondatore di Twitter Jack Dorsey, pubblicò il primo tweet della storia, molte cose sono cambiate; erano le 15:50 del 21 Marzo 2006, e da allora il suo post è stato re-tweettato più di 7000 volte. Quello fu il primo di circa diversi miliardi di tweet. Ci vollero circa tre anni, due mesi ed un giorno prima che Twitter raggiungesse il primo miliardo di tweets, e ci vollero all'incirca 18 mesi prima che venissero ad iscriversi 500 mila utenti. Oggi, una stima di 500 milioni di persone utilizzano le informazioni real-time

della piattaforma ed il suo servizio di social networking: molti di questi sono governi, ambasciate, e ovviamente, diplomatici.

Con la diffusione di Twitter, sono cambiati i modi in cui individui e governi interagiscono tra loro, così come il modo in cui una nazione fissa le proprie strategie diplomatiche e mette in pratica la propria agenda estera ed annessi obiettivi. Anche il modo in cui viaggiano le informazioni ed il modo in cui i diplomatici le condividono hanno subito delle trasformazioni; tutto questo in relazione alla nuova idea di tempo reale: la concezione di un tempo ‘più reale’, più veloce e più geograficamente ampio, ha in qualche modo intaccato l’efficacia della politica tradizionale. L’informazione si è decentralizzata, agevolando cambiamenti di potere e politica. La cosiddetta Primavera Araba in Nord Africa e nel Medio Oriente ne è un chiaro esempio. Anche se le origini di molti moti rivoluzionari in queste aree nascono per cause esterne, e non direttamente da Twitter – come ha sottolineato la blogger tunisina Lina Ben Mhenni durante la conferenza su Twiplomacy a Torino, nel giugno 2012 – i social media hanno sicuramente contribuito in modo virale alla tempistica e all’amplificazione dei disordini politici. Lo stesso Alec Ross, Senior Advisor for Innovation durante il segretariato Clinton, ha constatato come, pur essendo stata confutata l’idea distopica del ruolo dei social media in queste rivoluzioni, essi hanno certamente accelerato i processi di movement-making, hanno facilitato il consolidamento di uno stato di *leaderlessness* ed arricchito l’ambiente informativo.

In un video messaggio indirizzato alle ambasciate statunitensi nel mondo, nel giugno 2012, l’ex Presidente Barack Obama dichiarò: *“In the 21st century, our nations are connected like never before. In our global economy, our prosperity is shared. That’s why, as President, I’ve committed the United States to a new era of engagement with the world, including economic partnerships that create jobs and opportunity for all our citizens. It’s part of our larger effort to renew American leadership”*<sup>3</sup>.

Chiaramente, l’amministrazione statunitense ha trovato nei social media un grande alleato, rendendoli parte integrante della maggior parte dei programmi guidati dal Dipartimento di Stato, includendo il ‘*21st Century Statecraft*’ che rappresenta probabilmente una delle migliori scommesse nell’arena internazionale ad opera del segretario Clinton. Come spiegato da Ross, l’ombrello di attività costituito dal 21st Century Statecraft si pone come tentativo di integrare gli strumenti della tradizionale politica estera con gli innovativi strumenti dell’arte governativa che fanno leva sui networks, sulle tecnologie, e la demografia del moderno mondo interconnesso. In altre parole, esplorare modi per utilizzare i nuovi strumenti a disposizione ed adottare nuove reti digitali per affrontare le sfide di oggi.

---

<sup>3</sup> ‘Nel ventunesimo secolo, le nostre nazioni sono connesse come mai prima d’ora. Nella nostra economia globale, la nostra prosperità è condivisa. Ecco perché, in veste di Presidente, ho coinvolto gli Stati Uniti in un’era di engagement con il mondo, includendo partnership economiche che creino lavoro ed opportunità per tutti i nostri cittadini. È parte del nostro grande impegno di rinnovare la leadership americana.’

Le radici di questo nuovo trend del mondo diplomatico sono state innegabilmente seminate sul suolo statunitense, grazie principalmente all'impegno del segretario Clinton e del suo Special Advisor, Ross. Gli Stati Uniti sono diventati il più grande fruitore di eDiplomacy al mondo; il Dipartimento di Stato assume circa 150 dipendenti full-time che lavorano in 25 diversi nodi specializzati mentre più di 900 persone ne utilizzano gli strumenti nelle ambasciate statunitensi e nelle missioni all'estero.

Oggi il Dipartimento di Stato opera su diversi fronti. Ha finito per incubare idee – e non solo tecnologie di per se – per creare un miglior equilibrio tra quello che il Professor Slaughter chiama il '*Billiard Ball World*' ed il '*Lego World*'. Il primo è un mondo in cui gli stati si riducono ai propri capi di governo, ai propri ministri degli esteri, ed ai propri eserciti, interagendo con gli altri stati quasi interamente in termini di potere. Il secondo è un mondo nel quale gli stati si disgregano, ed hanno l'abilità di connettersi, associarsi o stringere alleanze con altri attori sociali; viene così a crearsi un mondo orizzontale, dove non ci sono scale né gerarchie. Si costruisce una rete, in cui il potere esiste ma viene esercitato dal centro e non dall'alto. Da questo punto di vista, Twitter ed altri social media hanno fatto sì che questa transizione avvenisse in modo più veloce ed omogeneo, ma sicuramente senza innumerevoli tentativi ed errori.

Se inizialmente era stato consacrato come il social media delle grandi celebrità di Hollywood, oggi, Twitter è divenuto un fondamentale strumento per la condotta di veri e propri business da parte di presidenti, primi ministri, ministri esteri, ambasciatori e diplomatici. All'incirca due terzi dei leaders mondiali possiede oggi un account Twitter.

Questa piattaforma sta colmando il divario comunicativo tra noi ed i nostri leader mondiali: da un lato, permette ai capi di stato e di governo di diffondere le proprie attività giornaliere ad un audience sempre più ampio; dall'altro, garantisce ai cittadini diretto accesso ai loro leader. Di conseguenza, ora più che mai, è fondamentale e critico per i governanti riuscire a sfruttare e gestire al meglio l'ondata social.

La massiccia presenza su Twitter dei principali capi mondiali, però, non necessariamente corrisponde ad una migliore 'connettività'; considerando infatti, le interazioni e le interconnessioni dei world leaders su Twitter, Burson-Marsteller rivela come quasi la metà di loro non 'segua' nessun 'collega'. Inoltre, i politici sembrano abbracciare la realtà del mondo Twitter principalmente e quasi esclusivamente durante le campagne elettorali, tendendo ad abbandonarlo completamente una volta eletti. È questo il caso dell'ex Presidente francese François Hollande che è stato in assoluto silenzio una volta ottenuto l'ufficio. A partire dal 26 luglio 2012, il suo ultimo tweet fu un #FollowFriday<sup>4</sup> del 18 Maggio. Ancora, la controparte di Hollande in Brasile, la presidentessa Dilma Rousseff non ha più tweettato dal Dicembre 2011, nonostante il suo ultimo messaggio rappresentasse un grande incoraggiamento per il popolo online ed i suoi sostenitori nel interagire quanto più

---

<sup>4</sup> Il venerdì di ogni settimana gli utenti di Twitter trovano sulla propria pagina tweet contrassegnati dall'hashtag #FF, che invitano a iscriversi, per le ragioni o i meriti più vari, agli account di altri utenti del social network. Il 18 Maggio 2012, il Presidente Hollande si servì del FollowFriday per incentivare i propri utenti a seguire l'account Twitter dell'Eliseo, per conoscere tutte le informazioni sulla Presidenza della Repubblica.

possibile sulla nuova piattaforma social: “*Amigos, muito legal ser tão lembrada no twitter em 2010. Logo eu, que tive tão pouco tempo p/estar aqui c/vcs. Vamos conversar mais em 2011*”<sup>5</sup>. Una volta ottenuta la carica nel Gennaio 2011, calò il *Twitter-silence*.

A partire dalla ricerca studio di Burson-Marsteller sulla *Twiplomacy*, il dibattito che circonda l'utilizzo degli strumenti di social media nel campo della diplomazia e degli affari esteri ha raggiunto nuove creste, ed alcune di esse hanno finito per speculare circa il ruolo sostitutivo della tradizionale arte diplomatica con l'innovativa e-diplomacy. ‘*If somebody thinks that 140 characters is the diplomatic solution to solving the world’s problems, then we’ve got a big problem*’<sup>6</sup>, ha affermato James Carafano della Heritage Foundation in un'intervista per Voice of America. ‘*Twitter really wasn’t created for diplomacy. Twitter’s not even created to have conversation*’<sup>7</sup>. Le origini di Twitter e Facebook sono ben lontane dall'essere connesse all'esercizio dell'attività diplomatica, ma è saggio riconoscere come essi hanno finito sicuramente per contribuire alla crescente rilevanza della diplomazia nel mondo mediatico ed oltre, e l'hanno sicuramente arricchita con migliori capacità di estensione. Ovviamente, le nuove piattaforme non sono mai state poste in sostituzione di quelli che erano e sono i tradizionali canali impiegati nelle relazioni governo-governo. Esse sono, tuttavia, un nuovo modo di guardare all'agenda politica e di integrare nuovi e meno tradizionali attori.

Pur essendoci una tendenza ad indentificare la e-diplomacy con termini come Twiplomacy e Digital Diplomacy, con gli ultimi due vengono principalmente indicati gli strumenti utilizzati per attuare alcuni programmi e progetti di e-diplomacy attraverso piattaforme di social network come Twitter e Facebook. Come evidenziato da Fergus Hanson del Lowy Institute, in molte aree la e-diplomacy sta trasformando il modo in cui lo stato gestisce i suoi affari; nella public diplomacy, lo stato gestisce ora un impero mediatico di dimensioni globali, raggiungendo un audience molto più ampio della circolazione a pagamento dei dieci più grandi quotidiani statunitensi ed assumendo un esercito di *diplomat-journalists* per alimentare le proprie 600 (e più) piattaforme.

Andando sempre più consolidandosi entro lo spettro della e-diplomacy, la Twiplomacy è stata tanto criticata quanto accettata, sia nel particolare contesto del Dipartimento di Stato statunitense che nel resto del mondo. I ministri esteri sembrano tutti investire molto nell'utilizzo dei social media nelle rispettive attività diplomatiche ed assumere un ruolo primario nell'esplorazione dei nuovi e-tools. L'obiettivo principale è quello di mantenere i canali di comunicazione costantemente aperti ed abbattere il muro separativo tra diplomatici e cittadini.

---

<sup>5</sup> “Amici, è molto bello essere ricordati su Twitter nel 2010. Ci sono anche io, anche se ho avuto poco tempo per essere qui con voi. Parliamo di più nel 2011.”

<sup>6</sup> “Se qualcuno pensa che 140 caratteri siano la soluzione diplomatica per i problemi del mondo, allora abbiamo un problema.”

<sup>7</sup> “Twitter non è stato davvero creato per la diplomazia. Twitter non è stato neanche creato per conversare.”

Un classico esempio di come l'arte governativa *by Twitter* operi sul campo, ci è dato da uno dei suoi più ferventi esecutori nel panorama dei leader mondiali, il ministro degli affari esteri svedese, Carl Bildt. Bildt ha contribuito alla creazione di un'aura di curiosità e fascino intorno la nuova piattaforma Twitter quando nel maggio 2012, impossibilitato a raggiungere, con i tradizionali strumenti di comunicazione, la sua controparte in Bahrain, il ministro degli esteri Khalid bin Ahmed Al Khalifa, decise di tweettarlo: '@khalidalkhalifa Trying to get in touch with you on an issue.' La risposta del ministro non si fece attendere – utilizzando i più tradizionali metodi diplomatici – ma irresistibile fu la tentazione di rispondere sulla piattaforma: '@carlbildt nice to hear from you to catch up on matters ... Your tweet caught the world's interest'. Il breve ma intenso scambio di battute tra i due politici non passò inosservato agli occhi dell'opinione pubblica e della stampa. Di fronte i primi segni di incertezza e disapprovazione, Bildt evidenziò come la sua incredibile missione Twitter per trovare Al Khalifa, una sorta di celebrità virtuale nella nazione di Bahrain, nel Golfo Persiano, fu in realtà di grande successo. Bildt può essere considerato un qualche tipo di *blogger* veterano che, scettico sulle potenzialità del Web 2.0 agli arbori della rivoluzione digitale, ha finito per raggiungere più di 150 000 followers su Twitter. Quei 140 caratteri che inizialmente sembravano troppo stretti, hanno finito per avere un enorme impatto sul suo tradizionale modo di condurre le relazioni internazionali.

Twitter è diventato lo strumento prediletto da molti diplomatici nel mondo, trasformando drasticamente il modo in cui la politica estera viene gestita, etichettata e pubblicizzata, tanto a casa con i propri cittadini, quanto all'estero con particolari target audiences. La sua immediatezza, facile reperibilità e vasto campo di ricerca sono gli elementi chiave. Hanno attirato ambasciatori, membri dei corpi diplomatici, uffici stampa e d'informazione delle ambasciate mondiali – così come i propri ministri degli affari esteri e/o del commercio estero – verso uno strumento che, pur limitativo nel numero di parole e caratteri, garantisce la più completa e soddisfacente esperienza comunicativa interconnessa mai raggiunta dai diplomatici.

In un articolo pubblicato il 31 Maggio 2012 su Tablet Magazine, l'ambasciatore di Israele negli Stati Uniti Michael Oren, ha sottolineato come ad oggi poche siano le alternative a lungo raggio, con audiences ampi e giovani come Twitter. Ha spiegato come Twitter faciliti le comunicazioni con altri diplomatici e giornalisti, permettendovi di aggiungere un tocco personale. La maggior parte del pubblico giovanile non presta particolare attenzione ai classici quotidiani o telegiornali serali; d'altrocanto è possibile *collegare* direttamente i giovani alle fonti di interesse con dei semplici *link*. Twitter non è solo un nuovo modo di comunicare, è anche un nuovo modo di ascoltare il popolo, i propri cittadini, il pubblico straniero nei confronti del quale ambasciatori e diplomatici sventolano la propria bandiera nazionale. Alec Ross una volta disse: '*Governments and diplomats have to learn how to listen; and learn from people on Social Media. I tell all our ambassadors, remember, you only have one mouth but you have two ears, so use this as a way not to just of communicating*

*with the citizens of the country where you are serving, but also understanding the point of view of people who may not be sitting at a mahogany table inside the embassy*<sup>8</sup>.

Il modo in cui gli ambasciatori utilizzano la piattaforma Twitter differisce in base a quelle che sono le priorità e gli stili di riferimento. Alcuni ambasciatori sono molto attivi e partecipativi sulla piattaforma tanto da tweettare su molteplici argomenti tra cui anche interessi ed attività personali. Altri risultano molto più riservati e preferiscono, al contrario, lasciare l'attività di pubblicazione agli account ufficiali della propria ambasciata su Twitter. Un terzo caso, sicuramente meno comune, prevede invece che l'account dell'ambasciatore venga gestito dallo stesso staff dell'ambasciata. Tuttavia, in ognuna di queste circostanze, il principale obiettivo è quello di costruire, accrescere e mantenere un aperto canale di comunicazione e lasciare che le persone vengano a far parte della vita quotidiana di coloro che rappresentano paesi stranieri all'estero. Uno dei più esperti nonché attivi ambasciatori che operano nella Twitter-sphere, è senza ombra di dubbio Dino Patti Djalal, ambasciatore indonesiano negli Stati Uniti, un fermo ammiratore e sostenitore del modo in cui la tecnologia, incarnata in telefoni cellulari, fax, e-mails, Twitter ed altri social media, stia coinvolgendo la diplomazia e le interazioni sociali, e del modo in cui essa trasformerà come gli individui interagiscono con i confini nazionali nel 21esimo secolo. L'ambasciatore, dall'alto dei suoi 23,000 seguaci, ha più volte evidenziato come il numero di followers non sia direttamente correlato alla popolarità del proprietario dell'account, ne tantomeno all'efficienza dello strumento. Sono molti i fattori che possono influenzare il numero di seguaci, tra cui principalmente la frequenza di pubblicazione di tweet, argomenti trattati, la percentuale di utilizzo di Internet nel proprio paese. Pur essendo i followers una parte fondamentale dell'equazione, altri elementi, quali le interazioni, le menzioni, l'operatività ed i re-tweet, assumono un peso più consistente; sono questi elementi che amplificano la presenza di un utente sulla piattaforma, andando ben oltre la mera portata numerica. Chi vanta milioni di followers può non postare frequentemente messaggi, al contrario di chi, partendo da diecimila, può porsi come un utente assai prolifico, i cui post vengono diffusi da altri utenti. In questa prospettiva, Twitter può essere un fenomenale strumento di diplomazia digitale soltanto nella misura in cui conduce ad un'aperta conversazione, e non ad un mero monologo. Indipendentemente da quello che sia il messaggio, la costante interazione con un pubblico coinvolto è importante per consolidare la fiducia, per incrementare la portata, e per influenzare sia il proprio network che i possibili nuovi seguaci.

Man mano che il web cresce e si espande, sta diventando sempre più importante valutare su quali aspetti ed argomenti gli utenti di Internet risultino essere più influenti, ed in che modo essi vengono influenzati nel compiere scelte e prendere decisioni. 'Klout', un servizio online ormai attivo da quattro anni, che misura l'influenza degli utenti su diversi social media, rappresenta una delle prime compagnie che si sono addentrate

---

<sup>8</sup> 'Governanti e diplomatici devono imparare ad ascoltare; ed impararlo dalle persone sui social media. Dico a tutti i miei ambasciatori, ricorda, hai solo una bocca ma ben due orecchie, quindi sfrutta tutto ciò non solo nel comunicare con i cittadini del paese in cui stai prestando servizio, ma soprattutto nel comprendere il punto di vista delle persone che non siedono ai tavoli di mogano delle ambasciate.'

nei meccanismi di misurazione della quasi inafferrabile influenza digitale; tramite un'attenta analisi dell'ampiezza del network, del contenuto generato e del livello di feedback ottenuto, è possibile ottenere una stima dell'influenza di un utente sulla base di uno *score* da 0 a 10.

### 2.1.1. Una panoramica globale

Il carattere globale di Twitter, come di tutti i principali strumenti di social networking, sembra integrarsi perfettamente nella missione e negli obiettivi di molte organizzazioni multilaterali, internazionali e regionali, in tutto il mondo. Esse hanno finito per sperimentare le nuove piattaforme online con diversi gradi di successo. La diplomazia multilaterale aggiunge una diversa connotazione all'esperienza di Twitter: non sono coinvolti soltanto i governi, ma anche i grandi segretariati di organizzazioni, da quelle comunemente riconosciute come le Nazioni Unite, a quelle più piccole e meno note come il Consiglio Nordico.

Mentre la complessità di queste entità ed il numero degli attori coinvolti può spesso rendere l'utilizzo delle piattaforme digitali burocraticamente difficile, la potenziale portata è largamente garantita dalla loro visibilità. Questo è il motivo per cui un tweet dell'account delle Nazioni Unite può moltiplicarsi in centinaia di migliaia di impressioni nell'arco di un secondo, considerando che il numero di followers attivi è enormemente maggiore rispetto ad un poco noto ambasciatore o diplomatico. La principale sfida è quella di gestire ed integrare al meglio le priorità dell'organizzazione, così come le sue prerogative comunicative, tramite la natura politica dei suoi membri e stakeholders polarizzati da una miriade di diversi fattori. La chiave per il successo è mantenere il focus sulle principali attività, campagne e potenziale portata.

La strategia di social networking delle Nazioni Unite è risultata particolarmente efficace; l'organizzazione è stata classificata come tredicesima nell'indice dei più influenti paesi su Twitter nella sfera della e-diplomacy. Oggi le UN contano un totale di dodici account Twitter disponibili in cinque lingue e sedici profili Facebook in tutte e sei lingue ufficiali. A questo, è importante aggiungere la presenza online di molte agenzie delle Nazioni Unite, fondi, programmi ed uffici in tutto il mondo. Tenendo conto del modo in cui l'organizzazione ha finito per consolidarsi sulle piattaforme di social media, essa costituisce oggi l'entità internazionale/regionale meglio connessa al mondo, ben più avanti dell'Unione Europea, della NATO, della OAS (Organization of American States) e dell'OSCE.

Un fondamentale aspetto da prendere in considerazione nell'analisi delle potenzialità delle piattaforme online, ed in particolar modo di Twitter, è quello relativo all'enorme incentivo dato ai singoli cittadini ed alla comunità internazionale nel fornire aiuto e sostegno durante le crisi. Un classico esempio ne è *Ushahidi*, una particolare azienda no-profit che opera nel campo dell'attivismo sociale (citizen journalism) e che con l'utilizzo di software open source, si impegna nella raccolta, visualizzazione e geolocalizzazione interattiva di informazioni. Inizialmente sviluppata per schematizzare gli episodi di violenza in Kenya dopo la crisi post-elezioni agli inizi del 2008, Ushahidi si è evoluta dall'essere un semplice gruppo di volontari ad hoc, ad

un'organizzazione organica che gestisce una piattaforma di *crowdsourcing* e che utilizza tutti gli strumenti del nuovo Web per la mappatura di aree oggetto di conflitti e disastri. Ushahidi dimostra come l'utilizzo dei social media possa andare ben oltre la classica attività diplomatica, ponendosi come un utile strumento per la raccolta di informazioni e la diffusione di notizie vere al momento giusto. In un contesto di crisi, la tempestività delle notizie è particolarmente critica, dal momento che gli scenari sono in continua trasformazione. Ushahidi, con l'aiuto di piccoli eserciti di volontari, raccoglie i dati da diverse fonti di informazione; si è specializzata nel gestire post di Twitter, e-mail e messaggi di testo sul sito del disastro, e nel porli visualmente su di una mappa aggiornata in tempo reale. Questo processo permette di localizzare al meglio gli individui con maggiori necessità e di inviare supporto medico ed umanitario.

*'The technology community has set up interactive maps to help us identify needs and target resources'*<sup>9</sup> ha affermato il Segretario di Stato Clinton all'indomani del terremoto che devastò Haiti nel Gennaio 2010. Pur non avendo specificatamente menzionato la piattaforma di crowdsourcing di Ushahidi, è tuttavia chiaro il suo tacito riferimento all'azienda no profit, essendo all'epoca l'unica mapping platform interattiva in funzione.

Come riportato dal Time Magazine nel 2011, può essere lecito definire i social media come meri strumenti di distrazione o un tentativo di sostituire la vera comunità con una sua versione virtuale. Ma quando viene a presentarsi un disastro come in Giappone nel Marzo 2011, queste piattaforme diventano molto di più. L'aspetto più rilevante dell'utilizzo dei nuovi media durante una crisi non risiede nel governo che offre sostegno ai suoi cittadini, ma sono i cittadini che si sostengono vicendevolmente, nell'aiuto tra pari.

### **2.1.2. Rischi e nuove sfide**

La diplomazia, sia essa esercitata nelle sue innovative forme digitali o nella sua forma tradizionale, ha dei rischi. In tutte le sue manifestazioni, la diplomazia può rappresentare un'impresa rischiosa.

Nell'Agosto 2003, un'autobomba terroristica distrusse il quartier generale delle Nazioni Unite a Baghdad, uccidendo il Rappresentante Speciale del Segretariato Generale delle Nazioni Unite in Iraq, Sergio Vieira de Mello, ed altri sedici membri del suo team. Qualche anno dopo, nel Dicembre 2007, un altro bombardamento terroristico colpì Algeri, capitale dell'Algeria, prendendo la vita di diciassette impiegati delle Nazioni Unite, il secondo bilancio delle vittime più alto nella storia delle Nazioni Unite. Il terrorismo, però, non costituisce l'unico fattore da prendere in considerazione: nel Gennaio 2010, un terribile terremoto fece crollare la capitale di Haiti, nei Caraibi, uccidendo centinaia di diplomatici insieme alla maggior parte della popolazione haitiana.

Il mondo può rappresentare un duro luogo per i diplomatici, e talvolta un diplomatico può vestire più i panni di soldato che di politico, come sostenuto dall'ex Segretario Generale delle Nazioni Unite Javier Perez de Cuellar in riferimento ad uno dei suoi più vicini collaboratori, l'ex capo negoziatore di ostaggi delle UN, Giandomenico Picco. Nel ruolo di ufficiale italiano presso le Nazioni Unite, Picco mise se stesso in gran

---

<sup>9</sup> 'La comunità tecnologica ha impostato delle mappe interattive per aiutarci ad identificare bisogni e risorse target.'

difficoltà per assicurare il rilascio di ostaggi occidentali in Libano agli inizi del 1990: scomparve per giorni e viaggiò innumerevoli volte per intimidire le roccaforti shiite in Siria ed in Libano – solo il suo assistente era a conoscenza dei suoi spostamenti, il Segretario Generale ne era completamente all’oscuro. Con coraggio accettò di negoziare il proprio sequestro con l’obiettivo di incontrare segretamente i suoi carcerieri; si spostò di luogo in luogo ogni notte con un contratto sulla sua vita. La sua mediazione fu un successo così come proficui furono i rischi corsi. ‘La storia non uccide’ scrive Picco nelle sue memorie<sup>10</sup>. ‘La religione non violenta le donne, la purezza di sangue non distrugge palazzi, e le istituzioni non falliscono. Solo gli individui fanno queste cose.’

Quanto descritto finora rappresenta il mondo della diplomazia tradizionale, ma la diplomazia digitale non ne è tanto distante. Gli strumenti digitali e le nuove piattaforme di social media rappresentano esclusivamente un nuovo e diverso modo di perseguire i classici obiettivi strategici che da sempre dominano le agende di politica estera dei governi mondiali; la velocità dei suoi canali di informazione accorcia la tradizionale catena di comando e conferisce maggiore visibilità – oltre che responsabilità – agli utenti finali, siano essi ambasciatori, ministri esteri o consulenti di social media. Ed è, in realtà, proprio la velocità con cui viaggiano i social media a rendere la Twiplomacy molto più rischiosa di qualsiasi altra forma di diplomazia. ‘*Social media is a neutral entity. It is the human use of it that matters*’<sup>11</sup>, queste le parole di Tara Sonenshine, Sottosegretario per la Public Diplomacy e Public Affairs presso il Dipartimento di Stato statunitense, nell’Ottobre 2012. Secondo la Sonenshine, è stato il modo in cui gli individui hanno interagito con le piattaforme social che ha contribuito significativamente alla Primavera Araba, così come alle violente proteste verificatesi nella regione poco dopo. I social media hanno finito per evolversi nel più potente e galvanizzante catalizzatore dei nostri tempi, nel bene e nel male.

La rivoluzione mediatica non ha solo reso più semplice per governi ed ambasciate relazionarsi con il pubblico, sia all’esterno che all’interno dei confini nazionali, ma ha soprattutto diffuso la consapevolezza del grande impatto – positivo e negativo - che una sola parola, tweet, commento, video o immagine può avere in un arco di tempo relativamente breve. Ancora, ha enfatizzato la necessità di potenziare il modo in cui vengono analizzati i social media, soprattutto in regioni particolarmente strategiche, tra cui in primis, il Medio Oriente. L’assassinio dell’ambasciatore Stevens e l’assalto all’ambasciata statunitense al Cairo nel 2012, ad esempio, hanno non solo gettato un’ombra sugli impegni e gli sforzi della e-diplomacy, ponendo nuove domande su come controllare le tecnologie di networking con i relativi canali così da renderle più efficaci, ma hanno anche intensificato ed inasprito la confusione politica del tempo. Secondo quanto osservato da fonti statunitensi, la violenza di Al Qaeda sul consolato americano di Bengasi, nel giorno dell’anniversario degli attacchi dell’11 settembre, dove hanno trovato la morte l’ambasciatore americano Christopher Stevens, due marines e un funzionario, è stato il frutto di un piano vendicativo ad opera di ribelli successivamente l’uscita de

---

<sup>10</sup> Picco G. (1999). *Man without a Gun. One Diplomat’s Secret Struggle to Free Hostages, Fight Terrorism, and End a War*. New York: Times Books/Random House.

<sup>11</sup> ‘I social media sono un’entità neutrale. È l’utilizzo umano che se ne fa a contare’.

‘L’innocenza dei musulmani’, film su Maometto giudicato blasfemo realizzato dal promotore immobiliare statunitense-israeliano Sam Bacile. La diffusione di alcune scene del film sulle varie piattaforme web ha immediatamente innescato un effetto domino di sdegno ed agitazione fino allo scoppio di vere e proprie proteste.

Nuove regole e guidelines sono oggetto di costante ricerca e studio nella maggior parte dei governi mondiali nel vasto panorama della digital diplomacy; una più approfondita conoscenza dei rischi ed una migliore gestione delle sfide future renderà la twiplomacy uno strumento assai significativo per la politica estera. Questa è un’area dove le idee e l’innovazione – piuttosto che la tecnologia *per se* – giocano un ruolo primario. Una volta immersi nel mare della diplomazia digitale, bisogna guardare ben oltre Twitter e Facebook. È fondamentale realizzare come il potere delle idee possa condurci a risultati mai sperimentati prima, ad una transizione della diplomazia tradizionale in una fase completamente nuova dove il pubblico diventa il giocatore, mentre politici e diplomatici non sono più riuniti nella loro torre dorata. Anne-Marie Slaughter, un ex direttore del policy planning presso il Dipartimento di Stato statunitense, chiama questa fase ‘*pivot to the people*’, l’attenzione rivolta alle persone.

## **2.2. Il caso di Twitter nelle negoziazioni per l’Accordo sul nucleare iraniano (P5+1)**

Nel marzo 2017, il Segretario di Stato statunitense Rex Tillerson ha definito l’accordo nucleare dell’Iran e del P5+1 un totale fallimento, sostenendo che lo stato iraniano stesse ormai seguendo i passi della Corea del Nord nelle sue ‘*alarming ongoing provocations*’ e nei suoi sforzi di destabilizzare il Medio Oriente. In risposta alle accuse di Tillerson, il ministro degli affari esteri iraniano, Javad Zarif ha postato un tweet evidenziando come l’Iran avesse continuato a conformarsi e a rispettare il Joint Comprehensive Plan of Action (JCPOA) e come gli Stati Uniti dovessero, al contrario, cambiare il proprio atteggiamento nei confronti del problema<sup>12</sup>. Il corrente presidente statunitense Donald Trump è stato altrettanto esplicito nella sua avversione al JCPOA durante la sua campagna elettorale, tanto da aver successivamente inviato un chiaro avvertimento all’Iran via Twitter: il paese stava giocando con il fuoco ed egli sarebbe stato sicuramente meno accomodante della precedente amministrazione<sup>13</sup>.

Questa intensa corrispondenza ha finito per rappresentare a pieno il tono che ha caratterizzato gran parte delle comunicazioni nelle relazioni Iran-US nella storia recente. Sulla base delle ormai trite e ritrite accuse a cui Zarif allude e sulla base della totale mancanza di legami ufficiali tra i due stati, come è stato possibile per Iran e Stati Uniti superare una tale radicata ostilità nei tempi recenti ed operare in vista di un ben riuscito accordo nucleare? Un aspetto significativo del successo dell’accordo del 2015 è stato l’impiego da

---

<sup>12</sup> @JZarif: ‘Worn-out US accusations can't mask its admission of Iran's compliance w/ JCPOA, obligating US to change course & fulfill its own commitments.’ 12.15 PM – Apr 20, 2017.

<sup>13</sup> @realDonaldTrump: ‘ran is playing with fire - they don't appreciate how "kind" President Obama was to them. Not me!’ 1:28 PM – Feb 3, 2017.

parte di entrambi i paesi della piattaforma Twitter. L'abilità del Segretario di Stato americano John Kerry e di Javad Zarif nel comunicare in modo libero negli ultimi stage dell'amministrazione Obama – una situazione relativamente nuova ma straordinariamente importante – è stata probabilmente il risultato di una relazione costruita sia sulle interazioni personali sia sulla consistente comunicazione Twitter durante le negoziazioni per il P5+1 tra il 2013 ed il 2015. Date le difficoltà nelle relazioni diplomatiche di alto livello tra Iran e USA, a causa dei controversi legami diplomatici del 1980, i social media hanno finito per diventare una piattaforma assai significativa attraverso cui i diplomatici possono comunicare.

I rapporti diplomatici tra Iran e gli Stati Uniti sono stati significativamente ostacolati dalla mancanza di un alto livello di engagement: successivamente la disastrosa crisi degli ostaggi del 1979-1981, l'unica vera manifestazione di comunicazione ufficiale tra il presidente iraniano ed il presidente statunitense, si è avuta solo nel 2013, con una telefonata tra Obama e Rouhani. Diversi scontri, dalla deposizione di Mossadegh alla guerra Iran-Iraq, hanno dato alito alla rappresentazione della potenza statunitense come un bullo ipocrita intenzionato ad indebolire l'Iran. In questo contesto, evidente era il limite di quanto lontano potesse spingersi il rapporto diplomatico tra diplomatici di alto livello, come Zarif e Kerry, nell'alleviare le tensioni internazionali, dal momento che i leader statali – Rouhani, Khamenei e Obama – erano incapaci di intuire personalmente le intenzioni dei rispettivi avversari. C'era bisogno di qualcosa che potesse far superare un tale impasse: Twitter.

Attraverso le negoziazioni del P5+1, l'utilizzo di Twitter da parte del governo iraniano ha sfidato le tradizionali nozioni di diplomazia. Invece di fare affidamento esclusivamente sui formali canali di comunicazione, i rappresentanti dello stato iraniano hanno pubblicamente aperto dialogo con le controparti americane tramite i social media. Per esempio, durante gli stage iniziali della negoziazione, quando la Francia appose il veto alla prima stesura dell'agreement, Zarif tweettò direttamente la sua controparte, Kerry, per esprimere sia la costernazione di tale esito che la costante dedizione dell'Iran nel raggiungere un accordo mutualmente accettabile<sup>14</sup>. In questo modo, Zarif si è servito della istantanea natura di Twitter per rappresentare l'Iran in termini progressisti e pacifici, contestando la narrativa dominante del paese e del suo comportamento. Operare tramite social media probabilmente ha consentito a Zarif di comunicare pubblicamente un tale sentimento senza mettere a rischio le stesse negoziazioni.

Essere in grado di 'parlare onestamente' durante le negoziazioni è un passo significativo verso lo sviluppo di un rapporto di fiducia sia tra diplomatici che ad un livello interstatale. Mentre la fiducia non è incondizionata, date soprattutto le reciproche accuse passate, il rischio assunto da Zarif nel lamentarsi direttamente e pubblicamente con Kerry, suggerisce un tentativo dell'Iran di mostrare se stessa come una

---

<sup>14</sup> @JZarif: 'Mr. Secretary, was it Iran that gutted over half of US draft Thursday night? And publicly commented against it Friday morning?' 8:17 PM – Nov 11, 2013.

nazione fortemente pacifica, che aspira ad un engagement costruttivo e che respinge la diffusa identificazione dell'Iran in uno stato pericoloso ed irrazionale.

Il mutuo rispetto è un fattore significativo che emerge dai feeds dei tweet iraniani<sup>15</sup>; esso detta i termini delle negoziazioni come un'opportunità win-win sia per l'Iran che per gli Stati Uniti, come una contro-argomentazione alla tipica mentalità della Guerra Fredda dei giochi a somma zero. Queste retoriche interconnesse via Twitter danno prova di come, qualora gli Stati Uniti considerassero adeguatamente gli aspetti fondamentali dell'identità iraniana, essa verrebbe finalmente vista nel suo vero valore e merito; emergerebbe come l'interesse dell'Iran sulla questione nucleare sia effettivamente presa sul serio; l'Iran verrebbe trattata con rispetto sulla base della sua identità.

Ancora, la forte e progressiva natura dell'identità iraniana viene rappresentata attraverso il focus sull'importanza del diritto internazionale<sup>16</sup>. Durante le negoziazioni nucleari, Khamenei, Rouhani e Zarif hanno enfatizzato come il comportamento iraniano si conformi perfettamente al rigore del TNP e ai requisiti dell'AIEA. Attraverso questa rappresentazione l'Iran spera di essere riconosciuta come cittadina internazionale rispettosa della legge, respingendo il ritratto deformante elaborato dagli Stati Uniti di una nazione irrazionale che agisce al di fuori del diritto internazionale.

Da quando la Mujahedin-e Khalq Organization (MEK) ha rivelato nel 2002 come l'Iran stesse intraprendendo lavori clandestini sulle sue strutture nucleari a Natanz ed a Arak, il paese è stato sottoposto ad un intenso scrutinio internazionale sul suo programma nucleare. Tuttavia, l'Iran ha continuato a rappresentare i propri diritti di arricchimento sotto l'articolo IV come una questione nazionale supportata da tutti gli iraniani. Nel fare ciò, le 'red lines' iraniane – un diritto di arricchimento sotto l'articolo IV del TNP – sono rappresentate non solo come una manovra diplomatica ma come un'estensione dell'identità nazionale che si spera essere riconosciuta. Da ciò, l'enfasi sulle 'red lines' attraverso Twitter non è una minaccia proibitiva; piuttosto, esse sono un tentativo di superare la rappresentazione statunitense dell'Iran come un pericolo ed una preoccupazione per la sicurezza internazionale.

Data la costante rappresentazione dell'Iran come uno stato progressivo e pacifico, le negoziazioni nucleari hanno finito per essere incorniciate come un'opportunità per entrambi gli stati, enfatizzando il dialogo Iran-USA basato sul mutuo rispetto. Per l'Iran, la possibilità di alleviare potenzialmente lo stress delle sanzioni

---

<sup>15</sup> @HassanRouhani: 'If US shows goodwill & intentions based on mutual respect & equal footing without hidden agenda way for interaction will be open'. 3:24 PM – Aug 6, 2013.

@JZarif: 'Committed to start drafting the comprehensive nuclear deal immediately. All will be served by a serious agreement based on mutual respect.'

<sup>16</sup> @HassanRouhani: 'For us, there are red lines that cannot be crossed. Our national interests are our red lines – incl enrichment & other rights under intl law.' 12:53 PM – Nov 10, 2013.

@Khamenei\_ir: 'US need for the #talks – if not more – is not less than #Iran's. Negotiators should observe red lines & tolerate no burden, humiliation & threat'. 10:42 AM – May 6, 2015.

e, allo stesso tempo, di riconoscersi come nazione potente ed indipendente, ha costituito una possibilità per la radicale trasformazione delle relazioni con la potenza statunitense.

Questa diversa e nuova rappresentazione dell'Iran si estende a partire da un discorso generale emerso dalla Rivoluzione Iraniana del 1979, la quale ha portato alla detronizzazione dello scia ed ha inaugurato la Repubblica Islamica dell'Iran come il primo stato islamico teocratico. Questa rappresentazione risale alla lotta per l'indipendenza iraniana dall'interferenza occidentale e guarda ad un nuovo ordine politico dove il potere dell'Iran è finalmente riconosciuto. Inizialmente, Khamenei non era particolarmente a sostegno degli sforzi di normalizzazione delle relazioni tra Iran e Stati Uniti – soprattutto sotto il governo Ahmadinejad – eppure questa nuova immagine del paese suggerisce un implicito cambio di rotta verso un più incoraggiante sviluppo del dialogo sul nucleare. Ciò che traspare è un'impressione di fiducia nei negoziatori come coraggiosi figli della Rivoluzione e di supporto per il loro engagement con il mondo statunitense; emerge un'idea di compromesso, simbolo di apertura verso una nuova indipendenza e non di mero assoggettamento alle prerogative occidentali.

Da questa breve analisi, è emerso come Twitter abbia significativamente contribuito a definire il modo in cui l'Iran riconosce la potenza statunitense ed il tipo di riconoscimento che essa richiede per se stessa sulla base di particolari rappresentazioni; queste sono essenziali per comprendere come una natura apparentemente intrattabile delle ostilità tra il paese e gli Stati Uniti fosse stata tuttavia, superata e conclusa in un accordo nucleare di successo.

L'Iran ha comunicato gli aspetti positivi della sua identità, piuttosto che enfatizzare troppo quelli negativi dell'identità americana, mutando completamente le dinamiche della sua costante lotta per il giusto riconoscimento. Questo è un cambiamento degno di nota, ma soprattutto un cambiamento osservabile direttamente da un'analisi dei tanti post pubblicati sui social media.

### 3. Il caso: Cina tra e-diplomacy e censura

#### 3.1. La lotta per l'Internet cinese

Studiosi, giornalisti, e molti altri ricercatori hanno esplorato ampiamente la realtà della censura nella Repubblica Popolare Cinese, ma molti aspetti si trovano ancora in un profondo cono d'ombra. In particolare, è fondamentale comprendere la 'cyber-politics' per l'espansione del dialogo online e la capacità di Internet nel far progredire la libertà di parola, la partecipazione politica ed il cambiamento sociale. Altrettanto importante, cercare di analizzare a fondo le implicazioni ed i limiti agli sforzi dello stato nel controllare ciò che il popolo possa vedere, dire o fare online. Questi fattori sono cruciali per la comprensione della Cina e della società cinese, oltre che il ruolo di Internet sotto un regime autoritario e monopartito.

Sin dalla fondazione della RPC nel 1949, il controllo dell'informazione ha costituito una componente essenziale della strategia governativa del Partito Comunista Cinese (PCC). Il PCC possiede il monopolio sul potere politico ed ha esercitato un fermo controllo su tutti i mass media, dai quotidiani alle riviste, dai canali televisivi alle stazioni radio, rendendoli veri e propri portavoce delle linee del partito. Come una volta ha scritto il giornalista riformista Lu Yuegang, il PCC "*must depend on two weapons: guns and pens... the logic behind this philosophy is not only to control the pen but to have this control backed by the gun*"<sup>17</sup>.

Sin dall'introduzione di Internet in Cina nel 1987, il governo ha impiegato una strategia multistrato per controllare e monitorare i contenuti e le attività online. Le autorità di diverso livello utilizzano un complesso di regolazioni web, sorveglianza, reclusione, propaganda, ed il blocco di centinaia di migliaia di siti web internazionali al livello di gateway nazionale (il cosiddetto 'Great Firewall' cinese).

Diversi uffici governano il contenuto Internet – precisamente, il Dipartimento di Propaganda Centrale (CDP), che si assicura che i media ed i contenuti culturali si conformino alle linee del partito, e l'Ufficio sull'Informazione del Consiglio di Stato (SCIO), che supervisiona tutti i siti web che diffondono news, sia quelle ufficiali che quelle indipendenti. Gli uffici municipali, provinciali e locali del CPD e dello SCIO sono responsabili della supervisione di tutti i materiali mediatici pubblicati o presentati entro i confini delle varie giurisdizioni. Gli ufficiali del CPD emettono frequentemente direttive di censura alle loro controparti locali, che godono di margini di libertà per la loro implementazione, così come talvolta gli ufficiali locali emettono le proprie direttive di censura e multano, minacciano o stroncano outlets mediatici che riportano informazioni che le autorità preferirebbero celare al pubblico.

Gli ufficiali utilizzano un ampio numero di tattiche – il filtro delle parole chiave, per esempio – per controllare il contenuto online. Il Berkeley China Internet Project ha ottenuto una lista di più di mille parole che vengono automaticamente bannate nei forum online cinesi, tra cui *dictatorship*, *truth* e *riot police*.

---

<sup>17</sup> 'deve dipendere da due armi: le armi e le penne... la logica dietro questa filosofia non è solo quella di controllare la penna ma di avere questo controllo sostenuto dall'arma.'

Generalmente i censori non rendono chiari quelli che sono i contenuti oggetto di bando. La principale strategia governativa per la formazione dei contenuti è di rendere i provider del servizio Internet (ISPs) ed i provider di accesso responsabili per il comportamento dei propri clienti; di conseguenza, gli operatori di business non hanno scelta se non censurare preventivamente i contenuti sui propri siti. Per esempio, le regolazioni postate dal Guangdong Provincial Communications Administration prevedono: *'The system operator will be responsible for the contents of his/her area, using technical means as well as human evaluation to filter, select, and monitor. If there should be any content in a BBS area that is against the regulations, the related supervisory department will hold the BBS as well as the individual operator responsible'*<sup>18</sup>. I business owners devono utilizzare una combinazione di propri giudizi e istruzioni dirette dagli ufficiali di propaganda per determinare quale contenuto bannare.

In più, sia il governo che i numerosi siti web impiegano persone per leggere e censurare manualmente i contenuti. Decine di migliaia di siti web presentati all'estero vengono inoltre bloccati al livello dei nove portali nazionali che connettono la rete Internet cinese con il network globale. I siti web gestiti in Cina possono essere messi in guardia o stroncati del tutto nel caso di violazione delle regole per i contenuti accettabili, mentre gli utenti individuali di Internet, che diffondono informazioni che le autorità ritengono pericolose, possono essere minacciati, intimidati o gettati in galera, molto spesso sulla base di accuse relative alla sicurezza nazionale, sottoforma di 'sovversione'.

Ovviamente il governo cinese si serve anche di mezzi più creativi per la conduzione di una costante sorveglianza del web. Per esempio, sin dal 2007, due personaggi dei cartoni, Jingjing e Chacha (da *jingcha*, parola cinese che sta per polizia), saltano fuori dagli schermi degli utenti di Internet per offrire i link alla sezione di polizia digitale del sito della Sicurezza Pubblica, dove i lettori possono riportare eventuali informazioni illegali online. Un ufficiale di polizia di Shenzhen ha spiegato: *'This time we publish the image of Internet Police in the form of a cartoon, to let all Internet users to know that the Internet is not a place beyond the law... the main functions of Jingjing and Chacha is to intimidate, not to answer questions'*<sup>19</sup>.

Per tutto il 2008, il controllo di Internet è stato maggiormente intensificato con il fine di offrire al mondo un'immagine armoniosa del paese durante le Olimpiadi di Pechino. Agli inizi del 2009, il governo ha dato ancora più impulso ai suoi sforzi di controllo. Le iniziative includevano una campagna contro la 'volgarità' (la quale comprende non solo la pornografia, ma anche parole oscene, slang e immagini socialmente e politicamente inaccettabili) che emergevano nei sistemi di ricerca, nei servizi di web-hosting e nelle

---

<sup>18</sup> 'Il sistema operatore sarà responsabile per i contenuti della sua area, utilizzando strumenti tecnologici così come valutazioni individuali per filtrare, selezionare e monitorare. Se dovesse esserci qualche contenuto in un'area BBS in contrasto con i regolamenti, il relativo dipartimento di supervisione considererà l'area BBS ed il singolo operatore responsabili.'

<sup>19</sup> 'Questa volta pubblichiamo l'immagine della polizia di Internet nella forma di un cartone, per far capire a tutti gli utenti che Internet non è una dimensione al di fuori della legge ... la principale funzione di Jingjing e Chacha è di intimidire, non rispondere alle domande.'

communities online. Secondo i report ufficiali dei media cinesi, migliaia di website furono definitivamente chiusi come risultato di questo meccanismo.

Analogamente, con l'avvicinarsi del ventesimo anniversario del massacro della Piazza di Tiananmen in quell'anno, il governo chiuse temporaneamente innumerevoli siti web – inclusi Facebook, Twitter e Wikipedia – per 'manutenzione tecnica'. Successivamente, proprio in prossimità dell'anniversario del 4 Giugno, il Ministro della Tecnologia e dell'Informazione annunciò alcuni piani per richiedere la preinstallazione di un software di filtering chiamato *Green Dam Youth Escort* su tutti i computer prodotti o venduti in Cina. Dopo la protesta pubblica, comunque, questi piani furono scartati. Il 5 luglio, all'indomani di rivolte interetniche in Urumqi, una provincia di Xinjiang – casa della maggior parte della popolazione Uyghur cinese – il governo bloccò nuovamente Twitter ed altri siti di microblogging.

Anche con la costante presenza dei censori, la natura effimera, anonima e interconnessa della comunicazione Internet ne limita profondamente l'impatto. In più, un numero consistente di fattori rende il lavoro dei censori particolarmente scoraggiante. Prima di tutto, Internet è una piattaforma di comunicazione many-to-many che ha minime barriere all'entrata (e rischi di utilizzo) per chiunque abbia una connessione Internet. Secondo, con la complessa topologia del network – la blogosfera e tutto il sistema digitale con le sue connessioni ridondanti, milioni di nodi sovrapposti e comunità autogestite – i tradizionali metodi di controllo dei contenuti, come fare pressione sugli editori tramite autocensura, diventano quasi totalmente inutilizzabili.

Il sistema di controllo del governo cinese mira principalmente alla censura dei contenuti che sfidano o attaccano pubblicamente il dominio del PCC o ancora contraddicono la linea politica ufficiale con riferimenti a tematiche taboo come il massacro della Piazza Tiananmen o il Tibet. La cosa più importante, comunque, resta la prevenzione di una diffusa distribuzione di informazioni che potrebbero condurre ad un'azione collettiva come dimostrazioni di massa o campagne di firme.

Agli inizi del 2009, una creatura chiamata il '*Grass Mud Horse*' apparì per la prima volta in un video online ed in pochissimo tempo divenne un vero e proprio fenomeno virale. Nelle settimane successive, il Grass Mud Horse – o anche detto *cao ni ma*, l'omofono di una profana espressione cinese, divenne la mascotte *de facto* degli utenti cinesi che lottavano per la libertà di espressione. Ispirò poesie, video e perfino linee di abbigliamento. Come spiegato da diversi blogger, il Grass Mud Horse incarnava a tutti gli effetti le informazioni e le idee che mai sarebbero potute essere espresse nei discorsi mainstream.

Il Grass Mud Horse si adattava perfettamente al tanto contestato spazio internet cinese. La pervasiva ed intrusiva censura del governo aveva istigato un forte risentimento nell'animo degli utenti cinesi, innescando nuove forme di resistenza sociale e nuove richieste di libertà di informazione, spesso raggiunte mediante linguaggi in codice e metafore adottate per sfuggire alle più ovvie forme di censura. Come risultato, Internet divenne una sfera quasi-pubblica dove il dominio del PCC era fortemente esposto, ridicolizzato e criticato, spesso tramite i mezzi di satira, ironia, canzoni, poemi e parole in codice.

Tale comunicazione cifrata, una volta sussurrata in privato, ora viene comunicata pubblicamente, non più mormorata alle spalle delle autorità. Per esempio, da quando la politica di censura viene pubblicizzata sotto lo slogan ufficiale del ‘costruire una società armoniosa’, gli utenti hanno iniziato a riferirsi alla censura dei contenuti Internet come oggetto di ‘armonizzazione’; il verbo ‘armonizzare’ nella lingua cinese (*hexie*) è un omonimo della parola ‘granchio di fiume’. Nel linguaggio folkloristico, ‘granchio’ si riferisce anche alla figura del bullo che esercita il potere mediante la violenza. Da questo, l’immagine del granchio è diventata una nuova icona satirica utilizzata politicamente dagli utenti in lotta con il governo ed ormai soprannominati la ‘River Crab Society’. Foto di un granchio malizioso viaggiano attraverso la blogosfera come una protesta silenziosa sotto il naso virtuale della cyber-police.

### **3.2. Microblogging in Cina: Sina Weibo**

Al momento, in Cina ci sono più di 500 milioni di utenti Internet, 100 milioni di blogger ed all’incirca 300 milioni di microblogger. A parte la velata grandezza di questi numeri, diversi aspetti saltano agli occhi sulla popolazione cinese nel mondo digitale. Prima di tutto, il livello di penetrazione di Internet ha ancora parecchia strada da fare. Secondo, la proporzione di utenti che accedono al mobile Internet è rapidamente incrementata, riducendo disparità di accesso. Terzo, gli utenti cinesi sono relativamente giovani, con un’età massima di 28 anni, molto più giovane della loro controparte americana (40 anni). Infine, gli utenti cinesi risultano eccezionalmente attivi e *social*, consumando e producendo voracemente le informazioni online. Nonostante il famoso triumvirato Facebook/Twitter/YouTube che domina la globale ecologia dei social media, non appartenga al mondo cinese (nessuna di queste piattaforme è stata resa disponibile dietro il grande firewall a partire da metà 2009), gli utenti cinesi possiedono una relativamente consistente offerta di servizi locali tra cui scegliere, la maggior parte dei quali ideati su misura per quel mercato. Questi servizi sono ‘spazi commerciali government-regulated’, ossia piattaforme private che sono soggette alla regolamentazione governativa, includendo una serie di elaborati requisiti per la censura dei contenuti e la sorveglianza degli user. Tra questi, il sito di social network Renren (principalmente conosciuto come Xiaonei), che spesso viene descritto come la versione cinese di Facebook, ha ottenuto centinaia di milioni di dollari con la sua quotazione pubblica nella borsa di New York nel maggio 2011. Ma nell’ampio spettro di servizi online cinesi, di particolare interesse è sicuramente Sina Weibo.

Sina Weibo è la piattaforma di microblogging *Twitter-like* emersa in Cina intorno al 2009. Nel novembre 2011 ha raggiunto più di 250 milioni di utenti, di cui circa il 10% lo utilizzava al fuori dei confini dello stato cinese. Oggi, Sina Weibo è senza ombra di dubbio il social network dominante nel paese, oltre che fonte di grande curiosità ed interesse per l’opinione pubblica oltreoceano; un numero sempre crescente di celebrità straniere e politici, tra cui Bill Gates e l’ex sindaco asioamericano di San Francisco Ed Lee, hanno finito per utilizzare la piattaforma come un efficiente e veloce canale comunicativo per raggiungere l’audience cinese.

Una volta effettuato il *log in* su Weibo, gli utenti possono condividere i loro status, seguire gli status di altri utenti ed essere seguiti a loro volta. La logica sottostante Weibo riprende sotto molti aspetti quella tipica del Twitter occidentale: qualsiasi messaggio del seguace apparirà nella timeline dell'utente, nella quale vengono raccolti in tempo reale i post di tutti gli utenti che si è seguiti; anche qui, lo status, cioè il messaggio condiviso dagli utenti nella bacheca virtuale, prevede un limite massimo di 140 caratteri, la possibilità di menzionare o conversare con altri mediante il noto tag dato dal nome dell'interessato preceduto dalla chiocciola (@), e di aggiungere *hashtag* con la medesima procedura (#). In più, gli utenti hanno la possibilità di inserire contenuti grafici (emoticon), o allegare vere e proprie immagini, video o file musicali in ogni singolo post. L'elemento innovativo che la versione orientale vanta a differenza dell'originale, è l'ultierione possibilità di commentare direttamente i post visibili in bacheca: i commenti vengono mostrati in forma di lista proprio al di sotto del contenuto, garantendo un rapido ed interattivo scambio di opinioni in forma di vera e propria conversazione. Da ciò emergerebbe come Sina Weibo, quasi paradossalmente, vada a garantire ai propri utenti maggiori opportunità di interazione e libera espressione rispetto alla sua controparte occidentale. In realtà, Sina Weibo opera in una dimensione digitale che, come visto nel paragrafo precedente, è costantemente sottoposta ad un controllo dall'alto che ne detta regole e procedure, uno spazio del tutto regolamentato, chiuso e protetto dalle alte mura del Great Firewall. In cooperazione con la rete di censura Internet del paese, Weibo ha stabilito e perseguito rigidi controlli su tutti i post della sua piattaforma. Post con link considerati illeciti (ad esempio l'URL di Google, goo.gl) o contenenti keywords ufficialmente bandite non sono consentiti sul network; post che affrontano tematiche o questioni politicamente sensibili vengono eliminati immediatamente dopo aver effettuato un controllo manuale. Il 9 marzo 2010, i post dell'artista cinese e attivista Ai Weiwei sulla piattaforma, pubblicati per chiedere informazioni sul terremoto di Sichuan del 2008, furono cancellati ed il suo account definitivamente chiuso da un amministratore del sito. Il 30 marzo 2010, la cantante di Hong Kong Gigi Leung pubblicò uno status su Zhao Lianhai, attivista e padre di una vittima dello 'scandalo del latte' del 2008; anche in questo caso, dopo poco tempo il post fu cancellato da un amministratore.

### **3.3. Weiplomacy: diplomazia e censura**

Sin dalla sua fondazione nel 2009, Sina Weibo ha offerto particolare e raro appoggio ai governi stranieri nel chiuso panorama mediatico della Repubblica Popolare Cinese. Mentre la RPC detiene carta bianca nel far penetrare i propri messaggi nelle principali piattaforme social dell'occidente, i censori di Pechino hanno da sempre intralciato i legittimi sforzi di digital diplomacy di tutte le ambasciate estere.

Se da un lato, il Partito Comunista Cinese in mani statali estende la sua portata al di fuori dei propri confini, raggiungendo altre nazioni, dall'altro, risulta essere attivamente limitativo e restrittivo nei confronti degli stati esteri che tentano di fare altrettanto nella Repubblica Popolare. Vedendo se stesso in una sorta di confronto ideologico con il *west*, il partito sotto la guida di Xi Jinping è determinato ad assicurare la conformità ideologica nel proprio spazio d'informazione. In questo contesto, Sina Weibo rappresenta il campo di battaglia privilegiato.

Mentre alcuni governi, soprattutto quelli dei paesi occidentali, hanno occasionalmente parlato al di fuori dei confini di un discorso pubblico accettabile per il PCC, molti altri hanno preferito tenersene fuori. Se da un lato, Weibo continua ad introdurre nuovi e sottili metodi di diretta censura, le ambasciate estere, dall'altro, sono tenute ad auto-censurare i propri messaggi e a contenere la voce nel momento in cui i propri contenuti vengono banditi.

Agli inizi del maggio 2018, l'ambasciata statunitense in Cina ha spinto i censori di Weibo in una circostanza di particolare impaccio, a partire da una diretta e chiara provocazione nei confronti di un'eccessiva attività di censura operata da Pechino.

*'President Donald J Trump ran against political correctness in the United States'*, legge lo status della Casa Bianca, originariamente scritto in mandarino. *'He will stand up for Americans resisting efforts by the Chinese Communist Party to impose Chinese political correctness on American companies and citizens'*<sup>20</sup>. Lo statement fu pubblicato in risposta all'appello fatto dalla Civil Aviation Administration cinese a 36 compagnie aeree straniere, chiedendo loro di allinearsi e conformarsi ai termini di riferimento previsti da Pechino nei riguardi di Taiwan, Hong Kong e Macau come 'territori cinesi'. Il post continua: *'This is an Orwellian nonsense and part of a growing trend by the Chinese Communist Party to impose its political views on American citizens and private companies.'* E ancora: *'China's internal Internet repression is world-famous. China's efforts to export its censorship and political correctness to Americans and the rest of the free world will be resisted'*<sup>21</sup>.

Il post fu un colpo deliberato nell'occhio di Pechino, e causò immediatamente una tempesta di fuoco sulla piattaforma. Nella breve storia della Weibo diplomacy, talvolta definita *'Weiplomacy'*, questa parentesi ha rappresentato la più diretta sfida alla censura del regime cinese mai tentata prima. Di fronte lo specchio che rifletteva tutte le loro attività, i censori di Sina Weibo furono messi in gran difficoltà. Dopo pochi minuti dalla pubblicazione del post, iniziarono ad emergere i primi commenti a sostegno della provocazione statunitense, ognuno con una sottile vena di critica ed opposizione nei confronti della linea politica cinese appena dipinta. Ma come previsto, nelle ore successive, i censori del sito si munirono di ogni strumento a propria disposizione per assicurarsi che la missiva avesse il minor impatto possibile. Non solo fu disattivata la funzione di condivisione del post, ma la stessa sezione dei commenti fu attentamente curata nel rimuovere le voci più liberali e sostituirle con un sentimento approvato dal PCC. Ciò che restò, dopo che la censura ebbe fatto il suo

---

<sup>20</sup> 'Il Presidente Donald J Trump si pone contro la correttezza politica negli Stati Uniti [...] Egli lotterà per americani affinché resistano agli sforzi del PCC di imporre la correttezza politica cinese alle compagnie ed ai cittadini americani.'

<sup>21</sup> 'Questo è un nonsense Orwelliano e parte di crescente trend del PCC di imporre le proprie visioni politiche su i cittadini americani e le compagnie private. [...] La repressione interna di Internet in Cina è famosa in tutto il mondo. Gli sforzi della Cina nell'esportare la sua censura e la sua correttezza politica agli americani ed al resto del mondo libero dovranno essere contenuti.'

corso, fu niente più che un Potemkin post, con al di sotto commenti attentamente selezionati per dare l'impressione di un un pubblico cinese online uniformemente nazionalista.

Tre anni dopo che l'ambasciata inglese divenne la prima ambasciata straniera ad aprire un account su Sina Weibo, Jonas Parello-Plesner, membro senior dell'Hudson Institute, suggerì ai diplomatici di essere diffidenti nei confronti dell'insidiosa censura. *'Embassies shouldn't accept self-censorship by only posting innocuous tweets that can pass through the censors'*, scrisse Parello-Plesner su The Diplomat nel 2012. *'Instead they should give the full spectrum of views including on values – even if it means more delayed postings'*<sup>22</sup>.

Negli anni successivi, alcune ambasciate straniere accettarono la sfida, mostrando la volontà di superare i limiti anche a costo di vedere censurati i propri contenuti. La sfida fu affrontata in modo particolarmente creativo, dal momento che essere prevedibili avrebbe significato essere facilmente bloccati.

Il 30 maggio 2012, l'ambasciata statunitense sfruttò astutamente la popolarità del cantante Michael Jackson in Cina per dare una spinta ad un'intervista politicamente sensibile con l'allora ambasciatore Gary Locke. *'Michael Jackson has an album called Thriller, one of the best selling records in the history of music. The story we're telling today is also a Thriller. Click to read'*<sup>23</sup>, viene pubblicato sulla piattaforma, con allegata una foto del famoso album. Il link portò direttamente all'intervista intitolata 'Ambassador to China Gary Locke talks Chen, Drama in China', la quale includeva dettagli sul tentativo dell'ex capo della polizia di Chongqing, Wang Lijun, di ottenere asilo politico dagli Stati Uniti, così come sulla drammatica storia dell'attivista Chen Guangcheng che riuscì con successo ad ottenere l'asilo politico. Mediante l'astuta copertura di una celebrità americana, l'ambasciata era quindi riuscita a rendere pubblica una notizia politicamente scomoda che da se avrebbe avuto vita assai breve.

Nel 2014, l'ambasciata britannica pubblicò un report sui diritti umani risalente all'anno precedente, utilizzando la parola 'Martian' come linguaggio in codice basato sui caratteri cinesi. Se il post fosse stato reso pubblico utilizzando il cinese standard, parole-chiave ritenute sensibili dallo stato-partito, proprio come 'diritti umani', sarebbe stato identificato e segnalato automaticamente. Ma utilizzando un linguaggio in codice, la parola 'Martian', il post ebbe maggiore longevità prima che i censori ne venissero a conoscenza.

Ancora, il primo Febbraio 2017, l'ambasciata inglese postò uno statement dell'Unione Europea richiedendo maggiori investigazioni sulle accuse di tortura di alcuni avvocati di diritti umani sottoposti a fermo; secondo il Citizen Lab, gli utenti di Weibo non furono in grado di condividere o commentare il post, che dopo pochissimo tempo non fu più disponibile. Il 3 Giugno 2014, invece, un giorno prima il venticinquesimo anniversario del massacro di Piazza Tiananmen, l'ambasciata canadese pubblicò una foto

---

<sup>22</sup> 'Le ambasciate non dovrebbero accettare l'auto-censura postando soltanto innocui tweet che possono passare attraverso i censori [...] invece, dovrebbero dare il pieno spettro di visioni anche su i valori, anche se questo significherebbe più post cancellati.

<sup>23</sup> 'Michael Jackson ha un album intitolato Thriller, uno dei più venduti album nella storia della musica. La storia che raccontiamo oggi è altrettanto un Thriller. Clicca per leggere'.

dell'ambasciatore Guy Saint-Jacques mentre posava con la moglie proprio in quel luogo; pur essendo stato condiviso 917 volte, il post mostrava soltanto pochi commenti – un chiaro indicatore di come i censori avessero tacitamente manipolato i dati effettivi.

Tuttavia, recentemente, i casi di sfacciata censura – nei quali post ed account vengono direttamente eliminati – sembrano essersi ridimensionati. Questo accade dal momento che la mano invisibile dei censori di Pechino prova, per la maggior parte, ad evitare censure eccessivamente pesanti, optando per forme più surrettizie. Allo stesso tempo, sembra che siano le stesse ambasciate straniere su Weibo a non volerci andare giù pesante, accettando di seguire la pista fatta di 'linee rosse' ed auto-censura all'interno del sistema cinese così come Parello-Plesner aveva suggerito.

Disabilitare i commenti è stata una delle principali leve di cui si sono serviti i censori di Sina Weibo sin dal 2012, quando, anziché utilizzare la mano pesante, si era preferito limitarsi a 'spegnere' tutti commenti su tutti i post dopo la diffusione sulla piattaforma di voci di probabile colpo di stato. Forme simili di censura latente includono la '*shadow-banning*': gli utenti operano nella convinzione che i propri post siano visibili a tutti, quando, in realtà, vengono tacitamente nascosti dalla bacheca virtuale.

Queste forme invisibili di censura sono meno evidenti agli occhi dell'utente e ciò fa sì che essa sia meno incline a provocare contraccolpi indesiderati.

### **3.3.1. Il caso eccezionale di Israele**

Secondo l'analisi portata avanti dall'International Cyber Policy Centre<sup>24</sup> sui post degli ultimi tre mesi pubblicati su Weibo dalla top 10 delle ambasciate straniere, molte di esse hanno preferito non impegnare particolari risorse nell'assicurarsi che i propri contenuti vengano integrati al meglio nel competitivo panorama mediatico online, o semplicemente non hanno speso energie nell'elaborare contenuti sufficientemente creativi da non essere identificati dai censori.

In questo contesto, l'ambasciata di Israele rappresenta un'eccezione di spicco: essa ha adottato una strategia di contenuto di enorme successo, tale da guadagnare la popolarità su tutta la piattaforma. Nel 2016, la ricerca condotta da Manya Koetse, caporedattore di *What's on Weibo*, noto sito web sui social trend del mondo digitale cinese, ha mostrato come l'ambasciata di Israele sia emersa dal nulla ed abbia in poco tempo ottenuto un posto privilegiato nella classifica delle 10 più influenti ambasciate operanti su Weibo. Ovviamente, un efficace impegno di digital public diplomacy su Weibo non dovrebbe essere giudicato esclusivamente sul numero dei post che sono oggetto di censura; dovrebbe basarsi, al contrario, su osservazioni e fattori di tipo pragmatico. Qualsiasi tentativo di digital diplomacy, o e-diplomacy, deve risiedere principalmente su di un

---

<sup>24</sup> L'International Cyber Policy Centre (ICPC) opera in seno all'Australian Strategic Policy Institute (ASPI), un think tank indipendente ed imparziale istituito nel 2011. La principale missione dell'ICPC è quella di modellare il dibattito, la politica e la comprensione di cyber issues, sulla base di ricerche ufficiali e dirette consultazioni con il governo, business e società civile.

intelligente utilizzo di Internet e delle nuove tecnologie di informazione e comunicazione, sempre nell'ottica del raggiungimento dei tradizionali obiettivi diplomatici.

Partendo dai dati risalenti al 2017, il report in questione vede Israele al primo posto della classifica, nonostante una significativa perdita di seguaci, seguita immediatamente dagli account dell'ambasciata statunitense e canadese (seconda e terza classificata); la Gran Bretagna si guadagna il sesto slot, e l'Australia sul filo del rasoio, mantiene il decimo posto.

In questa analisi, il calcolo dei followers può costituire una metrica alquanto grezza, dal momento che esso può essere facilmente falsificato. Un'indagine del 2014 di The Globe and Mail, ha mostrato come un'ampia percentuale di questi follower fosse totalmente falsa. Secondo gli strumenti online utilizzati dal paper, il solo 45.8% dei follower dell'ambasciata statunitense, il 39.9% di quella britannica ed il 51.2% di quella giapponese fosse reale. Solo il 12.9% di circa un milione di seguaci dell'ambasciata canadese fu certificato come autentico.

Un'ulteriore metrica, relativamente più eloquente, consiste nell'esaminare il numero di condivisioni, likes e commenti che ogni post raccoglie mediamente, così da arrivare ad un'idea di quanto 'influyente' possa essere ogni singola ambasciata. Utilizzando questi metri di valutazione, l'ambasciata giapponese (shares per post: 102.8%, likes per post: 98.3), l'ambasciata britannica (shares per post: 94.2%, likes per post: 78.4%), l'ambasciata statunitense (shares per post: 87.3%, likes per post: 97.7%), l'ambasciata israeliana (shares per post: 44.4%, likes per post: 76.9%) e quella canadese (shares per post: 40.7%, likes per post: 49.7%), costituiscono le cinque in testa alla classifica.

Centrale nel successo degli account top 5 è la tendenza non solo a promuovere l'immagine delle proprie nazioni, ma relazionarsi e fare leva sulla cultura cinese, in particolare sulla cultura popolare. L'audience di Weibo è un'audience prevalentemente giovanile (circa l'88% dei suoi utenti è al di sotto dei 33 anni) e, dal momento che la piattaforma è stata per lungo tempo purificata dalle innumerevoli voci liberali, oggi essa risulta essere dominata per lo più da contenuti d'intrattenimento.

Se l'obiettivo delle ambasciate estere su Weibo è quello di incrementare il soft power e di richiamare l'opinione pubblica al supporto delle proprie posizioni di politica estera, l'account Weibo dell'ambasciata israeliana è esemplare. Shimi Azar, che ha lavorato come manager dei social media per conto dell'ambasciata da fine 2014 agli inizi del 2016, afferma come il paese abbia ricevuto un'ottima esposizione grazie alle visite di stato dei leader israeliani in Cina. *'The first visit of Israel's Prime Minister Netanyahu to China in 2013 and the visit of the late president Shimon Peres in 2014 created a big buzz in the media'<sup>25</sup>*, ha riportato Azar al Global Times. *'So the embassy took advantage of this buzz and created a Sina Weibo account for Shimon Peres, which was very successful and soon attracted half a million of followers'<sup>26</sup>.*

---

<sup>25</sup> 'La prima visita del Primo Ministro israeliano Netanyahu in Cina nel 2013 e la visita dell'ultimo presidente Shimon Peres nel 2014 ha creato un grande fermento nella dimensione mediatica.'

<sup>26</sup> 'Così l'ambasciata sfruttò il vantaggio di questo fermento e creò un account Sina Weibo per Shimon Peres, il quale fu di enorme successo e riuscì ad attrarre in poco tempo mezzo milione di follower.'

Ma il significativo successo dell'account israeliano è emerso soprattutto con il verificarsi di una serie di attacchi terroristici mortali condotti da gruppi separatisti d'ispirazione jihadista nella provincia di Xinjiang. Come ha evidenziato Peter Cai nel 2014, la maggior parte dei commenti al di sotto del post dell'ambasciata israeliana su Weibo, che assimilava Hamas al gruppo terroristico dello Stato Islamico, risultarono di particolare supporto agli attacchi di Israele contro la stessa Hamas. *'Israel, you must control the population in Gaza, otherwise it's impossible for you to win. You should ditch your humanitarian principles and the only hope for you is to fight evil with evil'*<sup>27</sup>, così legge un commento rappresentativo tra tutti quelli postati.

Il sostegno degli utenti cinesi alla politica estera israeliana, che si pone in chiaro contrasto con la posizione ufficiale di Pechino, è ancora in corso. Il post pubblicato dall'ambasciata israeliana in seguito alla decisione del Presidente Trump di riconoscere Gerusalemme come capitale di Israele è stato uno dei contenuti online più condivisi nell'arco dei tre mesi oggetto di ricerca. Il post in questione, che ripercorre nell'ottica ufficiale israeliana la storia di Gerusalemme, fu recepito molto positivamente dagli utenti di Weibo. *'The world will rest assured and the people will be satisfied when Jerusalem is given to you'*<sup>28</sup>, legge il commento più apprezzato al di sotto del post.

È stato stimato come Pechino spenda circa 10 miliardi di dollari l'anno in propaganda estera, un ordine di magnitudine di gran lunga maggiore di quello statunitense, che ha speso circa 666 milioni di dollari in diplomazia pubblica nel 2014. I contenuti prodotti dai media cinesi sono apparsi su tutti i principali *outlet* occidentali, tra cui The Sydney Morning Herald, The Washington Post, The UK's Daily Telegraph e Le Figaro così come su tutte le principali piattaforme sociali, Twitter e Facebook in prima linea.

Il contrario risulterebbe totalmente impensabile nella prospettiva del chiuso panorama mediatico della Repubblica Popolare Cinese; ciò si verifica nonostante la stessa RPC, nel Luglio 2014, abbia sostenuto la sentenza del Consiglio dei Diritti Umani presso le Nazioni Unite, secondo la quale *'the same rights that people have offline must also be protected online, in particular freedom of expression, which is applicable regardless of frontiers and through any media of one's choice'*<sup>29</sup>.

Mentre le dichiarazioni del Partito Comunista Cinese presso le Nazioni Unite sembrano essere parecchio rassicuranti, la linea di tendenza della censura in Cina si muove in direzione totalmente opposta. Sotto il dominio di Xi, la Cina ha rafforzato ancor più la sua stretta sul mondo di Internet, una stretta alimentata dalla crescente preoccupazione per l'erosione della propria ideologia e linea politica da parte di una vibrante cultura online e dello spettro delle cosiddette 'forze straniere ostili'.

---

<sup>27</sup> 'Israele, devi controllare la popolazione a Gaza, altrimenti per te sarà impossibile vincere. Dovresti lasciar perdere i tuoi principi umanitari e la tua unica speranza è combattere il male con il male.'

<sup>28</sup> 'Il mondo resterà al sicuro ed il popolo sarà soddisfatto quando Gerusalemme ti sarà data.'

<sup>29</sup> 'Gli stessi diritti che gli individui hanno offline devono essere protetti anche online, in particolar modo la libertà di espressione, che risulta applicabile indipendentemente dai confini ed attraverso qualsiasi strumento mediatico.'

Il regime di censura online attuato dal governo cinese non fa che isolare i propri utenti in un panorama informativo tagliato interamente fuori dal resto del mondo e permeato di sacra ideologia nazionalistica. In un quadro così ritratto, il maggiore controllo sui media messo duramente in atto dalla macchina stato/partito per promuovere la propria narrativa, porta come inevitabile conseguenza maggiori limiti al libero sviluppo e consolidamento della e-diplomacy a livello mondiale, oltre che significativi limiti alle possibili opzioni di risoluzione di quelli che sono gli attuali (e anche futuri) conflitti internazionali.

#### 4. Conclusioni

Internet ha senza dubbio trasformato in modo radicale la comunità internazionale di oggi. È divenuto un indiscutibile canale di comunicazione diplomatica ed è riuscito, in poco tempo, a rivoluzionare la stessa pratica di diplomazia. Come abbiamo visto, Ross descrive l'arte governativa del ventunesimo secolo, o digital diplomacy, come un'agenda che ha finito per completare i tradizionali strumenti di politica estera con strumenti innovativi ed adattati che utilizzano abilmente i networks, le tecnologie e la demografia del nuovo mondo interconnesso. Oggi, i ministri di affari esteri e le ambasciate sono parte integrante di una rete globale online nella quale le informazioni sono costantemente diffuse, raccolte ed analizzate. L'utilizzo dei social media da parte dei diplomatici ha spalancato le porte al libero e fluido dialogo tra cittadini e policymaker. Questi strumenti, Facebook e Twitter in prima linea, offrono per la prima volta, un diretto accesso per la società civile alle missioni diplomatiche, sia all'interno che all'esterno dei propri confini nazionali. È questa una forma di comunicazione che spesso riesce a bypassare filtri mediatici e statali, rendendo potenzialmente più semplice ed efficace per le nazioni influenzare gli audiences esteri e raggiungere i principali obiettivi diplomatici.

La digital diplomacy è riuscita a trasformare significativamente quelli che sono stati da sempre i tradizionali metodi di condotta dell'attività diplomatica. Ha contribuito alla ridefinizione sia delle strutture che dei processi di riferimento per l'esercizio dei ministri degli affari esteri. La rivoluzione dell'Information Communication Technology (ICT) si è concretizzata nel nuovo modo di controllare l'infinito e costante flusso di informazioni e contenuti nella rete globale, una diffusione *fast and wide* che ha reso possibile per i singoli individui elaborare propri giudizi, esprimere preoccupazioni, dubbi, incertezze e stati d'animo, riuscendo in tal modo a raggiungere la sfera d'influenza dei propri policymaker.

Le interazioni tra governi, le vere e proprie relazioni internazionali, non sono più parte di una realtà chiusa ed elitaria; non sono più processi condotti al cospetto di pochi, lunghe ed artificiose conversazioni politiche che riecheggiano nelle grandi sale congressi delle ambasciate mondiali. Oggi, la diplomazia ha aperto le proprie porte al pubblico, ha seguito l'onda dell'integrazione telematica/digitale ed ha reso i cittadini diretti spettatori del panorama politico internazionale.

La digital diplomacy ha portato con sé nuove opportunità e nuove sfide. Da un lato, i nuovi strumenti digitali, in particolar modo i social media, garantendo una più rapida e facile fruizione di informazioni nel mondo, hanno supportato moltissimi stati nella risoluzione di rilevanti problemi sociali. Popoli che vivono in difficili aree di conflitto hanno sfruttato l'utilizzo delle nuove piattaforme social per guadagnare sostegno, organizzare manifestazioni e proteste, comunicare, ed informare il mondo di ciò che accade all'interno dei propri confini spinati, soprattutto lì dove i sistemi mediatici nazionali risultano spesso soggetti a forti misure di *blackout* e censura. Dall'altro, però, si intravedono una serie di potenziali rischi associati all'utilizzo ed alla

dipendenza dei social media come strumenti di diplomazia; rischi prevalentemente associati a quella che, nell'ottica di particolari governi, potrebbe sembrare un'eccessiva disseminazione di informazione, lesiva di fondamentali interessi nazionali e causa di violente reazioni popolari. Ciononostante, ad oggi, le opportunità sembrano eclissare le sfide. Molti paesi, soprattutto quelli del continente africano, lenti nell'abbracciare la nuova rivoluzione della e-diplomacy, non possono essere lasciati indietro in questa corrente di digitalizzazione, proprio in vista degli innumerevoli benefici di cui potrebbero godere una volta in possesso dei nuovi trend diplomatici. La diplomazia digitale e tutti i processi telematici ad essa connessi, possono assistere in misura assai significativa gli stati nel definire, progettare e consolidare le proprie posizioni di politica estera facendo sì che queste vengano percepite e comprese tanto dagli audience domestici che da quelli esteri.

Con l'entrata in scena della diplomazia digitale è finalmente emerso come il World Wide Web sia riuscito a guadagnarsi una poltrona privilegiata nella platea dei principali attori nazionali ed internazionali in grado di influenzare e modificare la realtà politica; è emerso come un semplice post, tweet o commento possa contribuire alla definizione dei rapporti interstatali, al consolidamento delle alleanze, alla nascita di tensioni e conflittualità e ad alimentare un costante confronto tra diverse ideologie e diversi modi di fare politica.

È stato fatto un ulteriore passo avanti nel lungo iter dell'integrazione telematica globalizzata, un ulteriore abbattimento delle barriere e dei muri che si interpongono tra nazioni e nazioni, tra governi e governi, e soprattutto tra popoli e potere. La diplomazia non è più fatta di sole lettere credenziali; oggi è a portata di click.

## BIBLIOGRAFIA

Bjola, C., Holmes, M. (2015). *Digital Diplomacy: Theory and practice*. Routledge.

*Digital Diplomacy: A Broad Perspective*. Diplomacy Data. Accesso il 6 Aprile 2018. Disponibile da <http://diplomacydata.com/digital-diplomacy-a-broad-perspective/>

Duncombe, Constance. (2017). 'How Twitter is transforming diplomacy: Iranian tweets and the P5+1 nuclear negotiations'. International Affairs Blog. Accesso il 19 Maggio 2018. Disponibile da <https://medium.com/international-affairs-blog/how-twitter-is-transforming-diplomacy-iranian-tweets-and-the-p5-1-nuclear-negotiations-cc56bdcaf6>.

Fung, B. (2012). *Why it's tough for embassies to get social media right*. Canadian International Council's OpenCanada (October 17). Accesso il 12 Maggio 2018. Disponibile da <https://www.theatlantic.com/international/archive/2012/10/digital-diplomacy-why-its-so-tough-for-embassies-to-get-social-media-right/263744/>

Koetse, Many. (2016). *Digital Diplomacy: These Foreign Embassies Are Most (Un)Popular on Weibo*. What's on Weibo. Accesso il 30 Maggio 2018. Disponibile da <https://www.whatsonweibo.com/digital-diplomacy-foreign-embassies-unpopular-weibo/>

Manor, Ilan. *Between Digital Diplomacy and Diplomacy 2.0*. The Public Diplomat. Accesso il 10 Aprile 2018. Disponibile da <http://thepublicdiplomat.com/2015/02/02/between-digital-diplomacy-and-diplomacy-2-0/>

Olubukola S. Adesina. (2017). *Foreign policy in an era of digital diplomacy*. Cogent Social Sciences. Accesso il 10 Aprile 2018. Disponibile da <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23311886.2017.1297175>

Picco, G. (1999). *Man without a Gun. One Diplomat's Secret Struggle to Free Hostages, Fight Terrorism, and End a War*. New York: Times Books/Random House.

Qiang, Xiao. (2011). *The Battle for the Chinese Internet*. Journal of Democracy, Volume 22, Number 2. John Hopkins University Press. Accesso il 23 Maggio 2018. Disponibile da <https://muse.jhu.edu/article/427160/pdf>

Rubio, Rafael. (2011). *Las relaciones internacionales en el tránsito al siglo XXI*. Cuaderno de la escuela diplomática, España. Accesso il 15 Aprile 2018. Disponibile da <http://www.rafarubio.es/wp-content/uploads/ciberdiplomaciaintro.pdf>

Ryan, Fergus. (2018). *Weibo diplomacy and censorship in China*. Australian Strategic Policy Institute (ASPI), International Cyber Policy Centre. Accesso il 24 Maggio 2018. Disponibile da <https://www.aspi.org.au/report/weibo-diplomacy-and-censorship-china>

Sandre, Andreas. (2015). *Digital Diplomacy: Conversations on Innovation in Foreign Policy*. Rowman & Littlefield. Accesso il 1 Maggio 2018. Disponibile da [https://books.google.it/books?hl=it&lr=&id=vytyBgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=Sandre,+Andreas.+\(2015\).+Digital+Diplomacy:+Conversations+on+Innovation+in+Foreign+Policy&ots=DHBtLQKWXH&sig=bacwkg3Td-F5SjzuKVJ06GkG6SQ#v=onepage&q=Sandre%2C%20Andreas.%20\(2015\).%20Digital%20Diplomacy%3A%20Conversations%20on%20Innovation%20in%20Foreign%20Policy&f=false](https://books.google.it/books?hl=it&lr=&id=vytyBgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=Sandre,+Andreas.+(2015).+Digital+Diplomacy:+Conversations+on+Innovation+in+Foreign+Policy&ots=DHBtLQKWXH&sig=bacwkg3Td-F5SjzuKVJ06GkG6SQ#v=onepage&q=Sandre%2C%20Andreas.%20(2015).%20Digital%20Diplomacy%3A%20Conversations%20on%20Innovation%20in%20Foreign%20Policy&f=false)

Sandre, Andreas. (2013). *Twitter for Diplomats*. DiploFoundation and Istituto Diplomatico. Accesso il 9 Maggio 2018. Disponibile da [https://issuu.com/diplo/docs/twitter\\_for\\_diplomats](https://issuu.com/diplo/docs/twitter_for_diplomats)

Tian, Xiao. (2006). *Battle for Freedom in Chinese Cyberspace*. Chinascope. Accesso il 23 Maggio 2018. Disponibile da <http://www.internetfreedom.org/files/Research/battle-for-freedom-in-chinese-cyberspace.pdf>

Xu B., Albert E. (2017). *Media Censorship in China*. Council on Foreign Relations. Accesso il 2 Giugno 2018. Disponibile da <https://www.cfr.org/backgrounder/media-censorship-china>

## ABSTRACT

The Web 2.0 revolution has brought us into a completely new universe; we are now living in an interactive and interconnected world. It's a world with no material boundaries, no borders, and no enclosures; a world where distance and time zones are rubbed out, and everybody is connected to everybody, everywhere and anytime. In such a globalized digital world, endless fluxes of information are constantly spreading in every corner of the world, and the access to them is easy and immediate. Through the most common search engines on the web, in less than 5 seconds, we can gather information of any kind, ranging from one corner to the other of the human knowledge. In this perspective, the World Wide Web seems to revolutionize the traditional way we look at and get in touch with the world around us, the way we used to communicate and interact with each other, and the way we used to perceive ourselves outside our national borders, in relation to foreign realities. Here the importance of the substantial impact that the digitalization process brought to diplomacy and foreign politics.

Through this paper, we will observe from a very close-range prospective the way the new technological era has radically changed the historical and traditional way to conduct diplomacy and foreign affairs; the way diplomacy has been modifying itself over time, adapting itself to the particular and contingent forms of communication of every single field. An evolution based on the new and different prerogatives of the states, the world leaders' personalities, new conflicts and alliances. A new diplomacy, the digital diplomacy, which has been considered the spontaneous and natural consequence of the 21<sup>st</sup> century communication evolution made of online platforms, shares, tweets and microblogging tools. The focus will be on the global capacity of the new social media system, whose networks have been affecting the way national and international actors interact with each other, not only on a state level, but mainly between businesses, organizations and international bodies. We will discover the hidden logic and dynamics behind the online diplomatic activity, the strategies adopted and implemented by politicians and ambassadors through the new and interactive social platforms, the real value of a tweet or a post on Facebook and how this universally shared reality could be differently experienced outside the western borders, where different political regimes and different systems of values have brought governments to handle the new digital tools with more caution and detachment.

The first step will be to define the main subject of analysis. We will take into consideration the broad prospective of digital diplomacy as an essential element in the modern diplomatic relations and as the final stage of the long historical evolution of traditional diplomacy. For centuries both diplomacy and foreign politics had been grounded on the relations between states issuing emissaries and recipient states, on the setting-up of delegations and embassies, and on the formalization of bilateral and multilateral agreements on

a great variety of issues. Today technology represents the modern catalyst for innovation; it provides a better and faster circulation and dissemination of ideas in the global network; here is where Twitter, Facebook and many other social media have been playing a significant role in building up traditional diplomacy and making it more inclusive and participatory. The new digital environment provides governments innovative and exciting opportunities: they started flooding the main social media platforms with Facebook pages, Twitter profiles, Instagram accounts and so on. They are all focused on implementing programs on social media that will allow them to collect and better understand the audience's flow of information. Policy makers can quickly assess public opinion on draft policies to better gauge the potential impact on citizens, actively pull the ideas of citizens into the government innovation process, or use social media to provide citizens with lifesaving information during emergencies.

In the first chapter, after outlining digital diplomacy in its core, features and effects in the real political environment, it is inevitable to face the debated confrontation between the traditional diplomatic approaches and the innovative tools of the digitalized diplomacy. The main debate on digital diplomacy has been summarized in the contraposition between change and continuity relatively to the traditional forms of conduct of the international relations. In this context, two different lines of thought show up on the scene. Alec Ross, more than anybody, has acknowledged how digital diplomacy is supposed to integrate, and not to substitute, the historical diplomatic practices “behind closed doors along the corridors of power.” The new diplomatic tools are far from the typical tools of an ‘offline diplomacy’ which is mainly made of *communiqués*, diplomatic telegrams and slow government-to-government negotiations or, what Ross often calls ‘white guys with white shirts and red ties talking to other white guys with white shirts and red ties, with flags in the background, determining the relationships’. Despite the significant transformations in the methods and practices, the supporters of a new e-diplomacy have underlined how the main communicative objectives for international diplomats haven't been revolutionized at all, differently from the medium through which they are achieved. On the other side yet, a subtle skepticism has shown up, both towards the potential benefits of digital diplomacy and the legitimacy of state powers. Evgheni Morozov is without a doubt one of the most skeptical voices on the point; in his view, the technological progress and development couldn't be able to ‘open the world’ where the efforts of the offline/traditional diplomacy may be failing. Diplomacy, according to Morozov, is, or it is supposed to be, a fundamental element of the statecraft not subjected to the prerogatives of an open government. In particular, observing the tight connections between the private sector and the American government relatively to digital diplomacy, Morozov emphasized how Clinton's digital diplomats, aligning themselves with companies and virtual organizations, ended up persuading their foreign enemies that freedom on the Internet stands as a new Troy horse for the American imperialism; the recent web 2.0 revolution could be haphazardly associated with the main American interests and typically western values that may be imposed to traditionally hostile realities.

A more accurate look to the Twitter experience, in the second chapter, will show us how the new e-diplomacy paradigm practically works. With only 140 characters Twitter creates and spreads out news and opinions in real time, in a simple and brief way, pursuing the main objectives of foreign policy. This platform encourages a convenient exchange of ideas between policymakers and public, and enhances the capability of the diplomat to gather information and to take part, analyze, manage and react to events. It allows heads of state to spread their own daily activities to a broader and broader audience; on the other side, it guarantees citizens a direct access to their leaders, filling the traditional gap between power and society. This is the main reason why today more than ever, fundamental and critical is for governments to best manage and take advantage of the new social wave, not only to communicate, but especially to listen to their own people, to the citizens, and to the world-wide audience outside the national borders.

As we will see, the American administration has found in the social media system a great ally, making it integral part of most of the programs led by the State Department, including the 21<sup>st</sup> Century Statecraft which represents probably one of the best bets in the international arena by the Secretary Clinton. Ross has explained how the umbrella of activities represented by the 21<sup>st</sup> Century Statecraft is an attempt to integrate the tools of the traditional foreign policy with the innovative tools of a diplomacy relying on networks, technologies and the demographics of the modern interconnected world. In this perspective, the words of ex-President Barack Obama are brilliant: *“In the 21st century, our nations are connected like never before. In our global economy, our prosperity is shared. That’s why, as President, I’ve committed the United States to a new era of engagement with the world, including economic partnerships that create jobs and opportunity for all our citizens. It’s part of our larger effort to renew American leadership.”*

The Twitter experience is also enriched by the role played by the multilateral diplomacy in it: in the Twiplomacy phenomenon governments are not the only ones involved; the big secretariats of international organizations, from the most common ones, like the United Nations, to the less known like the Nordic Council, take their seat too. Their main challenge is to manage and better complement their own priorities and communicative prerogatives, through the political nature of their members and stakeholders.

A significant and practical example of the way social media contribute in the building and the stabilization of international relations can be seen, as described in the last paragraph of the chapter, in the role played by Twitter in the negotiation process of the Joint Comprehensive Plan of Action, an agreement on the nuclear program of Iran reached between the country and the P5+1 (the five permanent members of the United Nations Security Council). In particular, the social platform gives us valuable information on the controversial political relations between Iran and the United States. For decades, the Iran-US relations have been the background of harsh conflicts and controversies; several disputes, from the Mossadegh deposition to the Iran-Iraq war, gave birth to the representation of the American power as a hypocrite bully that tries to undermine Iran. The state leaders – Rouhani, Khamenei and Obama – were totally unable to personally grasp their respective rivals’ intentions. The employment of Twitter by the Iranian government during the

negotiation phase, has challenged the traditional basics of diplomacy. The representatives of the Iranian state decided to publicly open channels of dialogue with their American counterparts through social media. The Iranian diplomat Zarif took advantage of the immediate nature of Twitter to represent Iran in more peaceful and progressive terms, contesting the dominant narrative of this country and its behavior. Through the posting of tweets on the platform, in which it was possible to ‘honestly talk’ with the counterparts, outside the official headquarter of the negotiations, it was possible to build a new relationship of trust both between the diplomats and the states. Zarif’s purpose was to show his own country as a strongly pacific country, striving for a constructive engagement with the world and rejecting the portrait of Iran as an irrational and dangerous nation. On the basis of this representation, the nuclear negotiations had been framed as a productive opportunity for both the states, underlying the Iran-US dialogue based on mutual respect.

In the third chapter, the last part of the paper will be focused on the exceptional experience of the Chinese government in the new dimension of digital diplomacy. Differently from the western reality, China has always been considered a realistic portrait of a closed, self-reliant, ideologically protected country, where the traditional undeniable values and moral principles constitute the pure essence of it. A country surrounded by high firewalls that make impossible for ‘the other’ to penetrate inside its national borders; a both material and ideological barrier that prevents the dissemination of uncontrolled and potentially damaging ideas and information in the ranks of its population. Since the foundation of the People’s Republic of China in 1949, the information control has been representing an essential element for the governmental strategy of the Chinese Communist Party. The Party owns the monopoly on the political power and exercises a strict control over all the main mass media, from newspapers to magazines, from radio stations to television channels. The Chinese Internet has been facing the same regime. On different levels, the Chinese authorities employ a complex of web regulations, monitoring processes, reclusion, propaganda, and the block of hundreds of thousands of international websites on a national gateway (the so called ‘Great Firewall of China’). The Chinese government uses a great variety of tools for the censorship activity on the net; the investigated sites can be warned or totally cut off in case of violation of the rules for acceptable contents, while the individual users of the Internet can be threatened, intimidated or directly imprisoned, often on the basis of specific charges relatively to national security. Considering some particular cases, we will see how the control system run by the government, aims mainly at the censorship of all the contents that may publicly challenge or attack the Party supremacy, or that may contradict the official political line of the country with clear references to taboo matters like the massacre of the Tiananmen Square or Tibet. The most important thing, anyway, is the prevention of a diffused dissemination of information that could lead to collective actions like mass demonstrations or violent protests.

One of the most interesting and unusual aspects of a world which is constantly kept under watch is the emerging of creative and imaginative ways to back out of the radar of the official censors; ingenious tricks to hide behind apparently innocent images, the fluid circulation of nonconformist values and ideas. In

the Chinese net, the Grass Mud Horse is the typical example of this tendency: in 2009, the Grass Mud Horse (*cao ni ma* in mandarin), the homophone of a profane Chinese expression, became the mascot of the net users who were fighting for their freedom of expression. The Grass Mud Horse effectively embodied all the information and ideas that could have never been freely expressed in the mainstream discourse.

The strict censorship regime determines also a different way to understand and manage the new digital diplomacy experience. If from one side, the state-led Communist Party extends its political influence and strength outside its own national borders, reaching foreign countries, on the other side, it seems to be relatively limitative and restrictive towards the states that attempt to do the same in the People's Republic. The way the government manages the different social media platforms, among which Sina Weibo, the Asian counterpart of Twitter, stands out, is determined to ensure and guarantee the ideological conformity in its own informational space. Most of the posts shared by the accounts of foreign embassies on the platform, are constantly subjected to censorship processes: from the removal of potentially dangerous comments, to the impossibility for users to share the content or the most famous tool, the 'shadow-banning'; users are conscious to operate in a clear and direct way, making their contents visible to all the other users, but, actually, these contents are secretly and silently hidden from the virtual board.

All the accounts of foreign embassies working on the platform seem to face the exact same treatment by the high levels of authority; as Weibo keeps on introducing new and sharp methods of direct censorship, the foreign embassies are inevitably forced to self-censor their own messages and posts and to keep their voice down when their contents are banned. In this context, the embassy of Israel seems to be the only exception. It has adopted a successful content strategy which lead to an increasingly popularity on the platform. The strategic key for embassies is not only to improve the positive portrait of their own nations, but especially, to interact and rely on the Chinese culture, in particular, on the popular culture. In this specific case, the fact that Israel has shown over time a great support and tolerance towards the Chinese approaches, put the country in a rare accommodating perspective. A mutual support between Israel and China, especially on the occurrence of same shared events, like terroristic attacks on their territories, has represented the keystone for the emerging of a potential new kind of diplomatic relations.

Beyond rare cases of compliance, it is easy to see and understand how the online censorship of the Chinese government can strongly invalidate and destabilize the development of the new tools of e-diplomacy. Such a closed regime tends to isolate its own users in a normative environment totally cut out from the rest of the world and permeated by sacred nationalistic ideology; the great control over media harshly implemented by the state-led party engine to promote its own narrative, brings as inevitable consequence bigger and greater limits to the free development and reinforcement of e-diplomacy on a global level, without considering the significant limits on the possible options of resolutions of the actual and future international conflicts.