

8 Conclusioni

I numeri: sono tutt'altro che trascurabili (Cap 3).

- Circa 6,4 milioni di connessioni Internet domestiche stabili, circa il 34% delle famiglie, circa 16 milioni e mezzo di utenti attivi in Settembre 2004.
- Penetrazione dei PC nel 51% delle famiglie. Cellulari a saturazione. Collegamento per il 50% solo da casa. Carenza di offerta e di formazione. Ruolo marginale della scuola.
- Dai 14 ai 23 milioni di internauti in Italia a diversi livelli di attendibilità ed attività,

Compaiono importanti innovazioni nell'uso dei Internet in campagna elettorale (Cap 4)

- Emerge il “volontario online”. Mobilitazione di attivisti, gruppi territoriali o tematici, campagne dal basso in particolare da siti associativi hanno contribuito significativamente alla emersione di Dean e al “recall” di Davis.
- Autofinanziamento, molti milioni di dollari dichiarati acquisiti da versamenti medi di circa 100-200 USD in rete dai vari candidati, con qualche grosso contributore.
- Messaggi personalizzati, massiccio uso di mailing list validate. 6 milioni di e-mail per Bush, 20 milioni per il BJP Indiano

Evoluzione della partecipazione politica in rete (Cap 5)

- Progetto di campagna al centro della strategia, database e canali di comunicazione al centro dell'organizzazione.
- Promozione del sito attraverso i canali tradizionali. Visibilità in ogni occasione pubblica.
- Sito centrale come approfondimento tematico, attrazione dell'interesse, interazione iterativa e mirata con gli internauti, con partecipazione e risposte del candidato, e dei candidati, rapide e puntuali (net time). Link al resto della Web, il nostro è solo uno tra milioni di altri siti.
- Raccolta degli indirizzi e-mail. Analisi dei dati, profilatura dei visitatori, interpretazione dei fenomeni, attenzione alle questioni speciali
- Conoscenza dello strumento, collocazione organizzativa adeguata alla importanza della rete nella campagna elettorale. Pianificazione di un flusso regolare a chi gestisce la comunicazione in rete di informazioni, immagini, video, produzione di materiale originale per Internet.
- Attenzione massima alla sicurezza informatica.

Negli USA Internet sta cominciando ad erodere il potere comunicativo della televisione. (Cap 6)