

"O futuro da política estará na Internet"

Sam Graham-Felsen

por Claudio Dantas Sequeira



Para o blogueiro de Barack Obama, em pouco tempo a rede virtual mudará a forma como são feitas e financiadas as campanhas



PRODÍGIO

O blog comandado por Felsen arrecadou meio bilhão de dólares para a campanha de Obama

A eleição do presidente Barack Obama em 2008 foi um divisor de águas na forma de se fazer campanha política pela internet. Sites, blogs e o Twitter, além de permitirem maior interação com os eleitores, tornaram-se uma poderosa ferramenta de arrecadação. Quem conhece a fundo essa história é o jornalista americano **Sam Graham-Felsen**, que foi diretor da área de blogs da campanha online do candidato democrata, coordenada pela Blue State Digital. Em entrevista exclusiva à ISTOÉ, Graham-Felsen conta que "mais de três milhões de doadores individuais contribuíram cada um com pouco mais de US\$ 100, resultando num montante de US\$ 500 milhões". Segundo ele, "as campanhas nos Estados Unidos eram marcadas por grandes doações de um grupo de interesses, mas Obama rompeu com essa tradição". Com base na experiência americana, Graham-Felsen acredita que em pouco tempo a televisão deixará de ser fundamental nas campanhas eleitorais. Quem assumirá seu papel, é claro, será a internet.



"Três milhões de pessoas doaram via blog. A internet foi decisiva para o sucesso de Obama nas eleições"

Na lógica do blogueiro, que esteve no Brasil há duas semanas, quando um grande número de pessoas comuns financia a campanha, o governo sente "uma obrigação maior de servir à população". Formado em ciências sociais na Universidade de Harvard, Graham-Felsen se auto-define como um "estrategista digital". Aos 28 anos, ele dirige a ONG de ativismo on-line "Aliança para Movimentos Juvenis" (Alliance for Youth Movements). Em sua opinião, a internet também pode ajudar candidatos que nunca disputaram uma eleição, como a petista Dilma Rousseff. "Quem usar a internet para envolver as pessoas na campanha certamente será beneficiado", diz o blogueiro de Obama.



"Mesmo num país onde 25% da população tem acesso à rede, como no Brasil, o impacto nas eleições é enorme se houver um envolvimento"

Istoé - Como responsável pelo blog de Obama, o sr. tinha liberdade ou o comando da campanha interferia no processo?

Sam Graham-Felsen - Eu era muito independente como blogueiro. A coordenação da campanha confiou em mim totalmente para transmitir suas mensagens com minha própria

voz. Eu fiquei muito agradecido pela liberdade que eles me deram no blog e isso me ajudou a dar mais autenticidade ao discurso na internet. A ênfase na autenticidade do que você publica é o melhor caminho para construir um relacionamento com a base.

Istoé - E como era sua relação com Barack Obama?

Sam Graham-Felsen - Obama vinha ao escritório ocasionalmente e tive algumas oportunidades de me reunir com ele. Mas ele passava a maior parte do tempo falando com os eleitores e tentando obter apoio.

Istoé - Fale um pouco da estrutura do blog. O sr. precisou montar uma equipe grande?

Sam Graham-Felsen - Essa questão da estrutura é importante. A campanha investiu pesado na equipe de novas mídias. Tínhamos 85 pessoas no total. Ou seja, éramos um dos maiores departamentos de toda a campanha. Eu tinha três blogueiros trabalhando comigo diretamente, além de uma dúzia ou mais de blogueiros regionais que postavam especificamente sobre alguns Estados onde a disputa entre democratas e republicanos era mais acirrada. Eu mantinha contato diário com muitos dos melhores blogueiros em nível nacional e estadual, fornecendo a eles o que precisavam para cobrir a eleição.

Istoé - Aqui no Brasil, os políticos estão aderindo cada vez mais às novas mídias. O candidato tucano José Serra faz questão de postar pessoalmente seus comentários. Mas muitos admitem que postar no Twitter, por exemplo, toma-lhes muito tempo...

Sam Graham-Felsen - De fato. Eu costumava trabalhar sete dias por semana, geralmente mais de 12 horas por dia. Com tantas coisas em jogo nessa eleição, nós sentíamos que tínhamos o dever de trabalhar por quantas horas fossem necessárias para causar impacto.

Istoé - O sr. acha que a televisão continuará a ter papel dominante nas campanhas políticas por muito tempo ainda?

Sam Graham-Felsen - Em algum momento, a televisão deixará de ter esse papel e quem vai assumi-lo é a internet. A rede está provando ser uma arma poderosa para campanhas, porque com ela é muito mais fácil testar mensagens e público-alvo. Além disso, com a internet se gasta bem menos que com a tevê. Por outro lado, tevê e internet estão confluindo. Em poucos anos será possível ligar a tevê e ser imediatamente transportado para uma "página de doação", como ocorre hoje nos sites.

Istoé - Uma das diferenças básicas entre a campanha da tevê e da internet é certamente a possibilidade de o eleitor interagir. Como era a interação com o blog? Vocês deixavam as pessoas comentarem o que era postado?

Sam Graham-Felsen - Certamente. O blog recebia geralmente cerca de mil comentários para cada postagem. Nós sempre tentamos responder a esses comentários tanto quanto possível, mas não dava para atender todo mundo. Além disso, a maioria dos comentários era de apoio à campanha, em tom amigável. Mas também havia aqueles que aproveitavam o blog para atacar Obama.

Istoé - Mas vocês permitiam que as ofensas fossem publicadas?

Sam Graham-Felsen - A menos que fossem comentários realmente ofensivos, nós geralmente permitíamos que as pessoas pudessem se expressar livremente no blog.

Istoé - Qual o real impacto que o blog e todas as ferramentas de internet podem ter em termos percentuais na conquista de votos?

Sam Graham-Felsen - No caso de Obama, o blog ajudou a contar a história, não apenas dele, mas do movimento que ele inspirou. Nós criamos uma narrativa, a de que pessoas

comuns podem realmente fazer a diferença em seu país. Isso foi muito inspirador. E o povo respondeu acima das expectativas. Nós conseguimos US\$ 500 milhões em doações individuais e também reunimos milhares de voluntários. Eu acredito absolutamente que a internet foi decisiva para o sucesso de Obama.

Istoé - A campanha de Obama foi baseada numa forte mensagem: Yes, we can, que basicamente significa "esperança". O segredo é apostar num único mote?

Sam Graham-Felsen - Acredito que tivemos sucesso porque insistimos numa mensagem básica: pessoas comuns podem causar a mudança. Outras campanhas mudaram suas mensagens frequentemente, enquanto nós fomos consistentes e nunca oscilamos, mesmo quando as coisas não iam tão bem nas pesquisas de intenção de voto.

Istoé - A internet pode ajudar a tornar o financiamento eleitoral mais transparente ao estimular doações individuais?

Sam Graham-Felsen - Eu realmente acredito que pequenas doações podem ter um poderoso impacto nas campanhas. No passado, as campanhas nos Estados Unidos eram marcadas por grandes doações de um pequeno grupo de doadores. Mas a campanha de Obama rompeu com essa tradição. O meio bilhão de dólares arrecadados veio de três milhões de doadores individuais que doaram cada um pouco mais de US\$ 100.

Istoé - É a tal história do grão em grão...

Sam Graham-Felsen - Exatamente. A campanha de Obama mostrou que pequenos doadores, em grande quantidade, podem ter um peso maior que grandes doações de poucos doadores. Eu acredito também que, quando um grande número de pessoas financia uma campanha, o governo eleito sente uma obrigação maior de servir aos interesses da população de forma geral, em vez de servir a um grupo de interesses. Afinal, essas pessoas ajudaram o político a chegar lá.

Istoé - No Brasil, onde menos de 25% da população tem acesso à internet, essas ferramentas virtuais não tendem a ter um impacto limitado?

Sam Graham-Felsen - Mesmo 25% da população pode trazer uma mudança significativa, caso se envolva mais nas eleições por causa da internet. Além disso, não podemos esquecer da interação dessa plataforma digital com os telefones celulares e há mais de 170 milhões de celulares em uso no Brasil. Isso também pode ter um grande impacto.

Istoé - Como a internet pode ajudar, por exemplo, a eleger alguém que nunca disputou uma única eleição presidencial?

Sam Graham-Felsen - Bem, os candidatos que usarem a internet para permitir que as pessoas comuns se envolvam em suas campanhas podem certamente se beneficiar dessas ferramentas. As pessoas se engajarão no processo político se elas sentirem que são levadas a sério por seus candidatos, que não estão sendo manipuladas, mas, sim, ouvidas no processo. E que esses mesmos candidatos lhes dão as ferramentas para poderem se envolver e se organizar em sua própria vizinhança.

Istoé - A que ferramentas o sr. se refere exatamente?

Sam Graham-Felsen - melhor maneira de mobilizar as pessoas é dar a elas tecnologias para que possam se organizar. Como disse antes, em vez de dizer a elas exatamente o que devem fazer, forneçam as ferramentas para que organizem comitês e eventos de arrecadação de fundos em suas próprias vizinhanças. Deixe-as toma a campanha em suas próprias mãos, fornecendo o suporte necessário.

Istoé - No Brasil haverá cerca de dez candidatos nestas eleições, mas apenas dois têm chances reais de vitória. A internet pode ajudar os pequenos a crescer durante a campanha?

Sam Graham-Felsen - Definitivamente, a internet pode ajudar os candidatos menos conhecidos. Por exemplo, nos Estados Unidos, um candidato republicano pouco conhecido chamado Ron Paul usou a internet para ganhar visibilidade. Conseguiu arrecadar dezenas de milhares de dólares e teve destaque significativo nas primárias do Partido Republicano.

Istoé - O sr. acha que o blog pode ser usado para deter ou contrapor a repercussão negativa de eventuais escândalos envolvendo algum candidato?

Sam Graham-Felsen - Bem, nós geralmente tentávamos usar o blog do Obama para transmitir suas propostas políticas e amplificar a mensagem de que a campanha em si era um movimento pela mudança. Nós não estávamos ali para responder a ataques a Obama porque não tínhamos tempo para mais nada.

Istoé - Mas vocês não reagem aos boatos, que são um fenômeno inerente à internet?

Sam Graham-Felsen - Sim, ocasionalmente nós respondíamos a falsos ataques, de modo que a verdade pudesse vir à tona. Por exemplo, nós criamos o site fightthesmears.com para combater mentiras e falsos rumores sobre Obama.

Istoé - Depois das eleições, Obama continua usando a plataforma da internet para conseguir apoio às suas políticas?

Sam Graham-Felsen - Sim. O site whitehouse.gov é um grande exemplo de como governos podem ser mais transparentes e manter o diálogo com o público, mesmo depois do fim da campanha eleitoral.

Fonte: Istoé, 14 abr. 2010. Disponível em: <<http://www.istoe.com.br>>. Acesso em: 13 abr. 2010.