

S  
A  
M  
G  
R  
A  
H  
A  
M  
-  
F  
E  
L  
S  
E  
N



 RODRIGO ALVARES

**O garoto que elegeu Obama.** *Em 2004, aos 23 anos, ele formou-se em Harvard. Quatro anos depois, dirigiu a campanha de Barack Obama na internet e foi responsável por mobilizar multidões e arrecadar mais de US\$ 500 milhões para o candidato ao cargo mais poderoso do planeta.*



uem inicia uma conversa com Sam Graham-Felsen não faz ideia de que por trás daquele rapaz de gestos contidos, rosto corado e meio redondo, cabeleira ruiva, calça jeans escura e camisa engomada, se esconde um dos responsáveis por levar Barack Obama ao cargo mais importante do planeta. Diretor da campanha online e de pesquisa do então candidato democrata à presidência dos EUA, ele escrevia e produzia os posts do site [my.barackobama.com](http://my.barackobama.com), fundamental para mobilizar grupos de eleitores em Estados que tradicionalmente torcem o nariz para os democratas. Fez mais: elaborou dúzias de vídeos online para disseminar as ideias de Obama na rede. O resultado protagonizou um case de sucesso que hoje é objeto de análise obrigatório para todo marqueteiro político.

Sam tem 28 anos e cresceu em Boston. Sua vida de empreendedor teve início ainda na infância, quando vendia guloseimas no estádio Fenway Park, sede do time de beisebol Red Sox. Isso ajudou a custear seus estudos no colégio e na universidade Harvard, onde se graduou com honras no curso de estudos sociais, em 2004. Antes de entrar na campanha presidencial, cobriu política para a revista *The Nation* e produziu reportagens para a Current TV, canal independente que tem Al Gore como um dos sócios.

Atualmente, Graham-Felsen trabalha na Blue State Digital, empresa que teve um papel de destaque na campanha de Obama, criando a infraestrutura que ajudou a arrecadar mais de US\$ 500 milhões para a campanha presidencial. Deu um tempo em suas atividades para bater o seguinte papo com GALILEU.

### *Sem a internet, a vitória de Barack Obama seria possível?*

Graham: Acredito que a internet foi um fator predominante nas áreas que chamo de três "Ms": money, message and mobilization [dinheiro, mensagem e mobilização]. Em termos financeiros, conseguimos angariar US\$ 500 milhões com a ajuda da rede, o equivalente a dois terços de todas as doações da campanha e muito mais do que qualquer outra já tenha alcançado. No quesito "mensagem", colocamos 2 mil vídeos no YouTube, milhares de posts em blogs e fomos além do que geralmente se vê em campanhas convencionais.

### *Em que parte da campanha você percebeu que algo de diferente estava para acontecer?*

Graham: Na verdade, isso aconteceu no primeiro dia em que lançamos a campanha na internet. Criamos o [my.barackobama.com](http://my.barackobama.com) e o divulgamos no mesmo dia em que Barack anunciou a sua pré-candidatura, em fevereiro de 2007. Em 24 horas, já tínhamos mais de mil grupos cadastrados, e muitos deles nos Estados de Idaho e Kansas, nos quais os democratas geralmente não têm muita representação. Foi incrível observar essas pessoas se reunirem espontaneamente.

### *Alguma estratégia utilizada nessa campanha acabou incorporada a administração de Barack Obama?*

Graham: Nós temos 13 milhões de pessoas cadastradas na nossa lista de e-mails. Boa parte delas acabou por escolher continuar ajudando o presidente Obama a passar leis no Congresso. Um dos temas mais importantes discutidos foi o projeto para a

reforma da saúde pública no país. O próprio Obama disse que "se não passarmos esse projeto ainda neste ano, não teremos outra chance de fazê-lo". Então, ele realmente está na dependência desses apoiadores para governar.

### *Hoje é possível um político ser eleito sem uma estrutura sólida na internet?*

Graham: Acredito que sim, mas vai ser dureza. Por um longo tempo, muitos políticos viam a web apenas como um acessório, para usá-la só se tivessem tempo e dinheiro sobrando. A campanha de Obama provou que isso não é um luxo, mas sim algo que deve ser um objetivo. Basta ver a nossa arrecadação pela rede, os milhares e milhares de voluntários que conseguimos por meio da internet. Você poderia gerenciar uma campanha vitoriosa sem entrar de maneira consistente na rede, mas não seria uma decisão muito esperta.

### *O presidente Lula acabou de aprovar um projeto de lei para dar mais transparência ao governo. Isso seria um reflexo do sucesso da exposição pela internet do governo Obama?*

Graham: Eu provavelmente não deveria comentar o que Lula tem feito e me meter em alguma confusão [risos], mas acho que qualquer esforço tendo em vista essa abertura é positivo. No novo site da Casa Branca, por exemplo, estão disponíveis milhares de informações. Antigamente, você teria de ir à Biblioteca do Congresso e esperar meses para ter acesso a esses documentos. Agora eles estão na internet para que qualquer pessoa possa ler. Isso é formidável porque os eleitores passam a exigir cada vez mais transparência de seus líderes, que terão de ser mais responsáveis.