

Gestor de campanha de Obama ensina na UCP

O gestor de campanha de Barack Obama, David Plouffe, deu esta segunda-feira, na Universidade Católica, uma conferência sobre os “*Grassroots Movements*”, uma forma inovadora de campanha política que utiliza o envolvimento das pessoas como a sua maior arma, e a sua importância no século XXI.

Foi perante um auditório repleto de líderes autárquicos e dirigentes políticos, como José Luís Arnaut (PSD) e Mota Soares (CDS-PP) que David Plouffe explicou a importância deste movimento, que tem como base o envolvimento dos jovens na política utilizando as redes sociais na Internet.

“Um movimento *grassroots* não pode funcionar actualmente sem estar casado com a tecnologia” começou por dizer Plouffe explicando que este tipo de campanha é movido “pelo voluntariado”. Conta com as pessoas para cativarem outras pessoas para a causa política que defendem. Um exemplo desta interacção através da tecnologia foi o site de “*social networking*” – uma plataforma de redes sociais na Internet – *Facebook.com* ou o *MyBarackObama.com* que registaram uma criação de mais de 5 milhões de perfis pessoais relacionados com a campanha, em conjunto.

Para Plouffe, a importância do movimento *grassroots* aumenta se tivermos em conta a “crise de liderança e o desinteresse pela política” que existem actualmente. A melhor forma de contrariar esta situação é transmitir a informação através de pessoas de confiança “como um vizinho ou um amigo” em quem estas pessoas acreditam.

Os resultados confirmam as ideias do *manager de campanha* do actual Presidente dos Estados Unidos: 13 milhões de e-mails conseguidos, 6 milhões de voluntários (200 mil estudantes), distribuídos por 35 mil grupos espalhados por todo o país. Destes voluntários 4 milhões doaram para a campanha de Obama. Cada voluntário dedicava à campanha eleitoral em média 20 horas por semana. Só pela Internet foram conseguidos no total 6,5 milhões de dólares.

Vasco Cotovio

130306086