

ENTREVISTA A RAHAF HARFOUSH, estratega de la campanya 'online' de Barack Obama

"Vam enviar mil milions de mails en la campanya d'Obama"

BENITO BADRINAS

AVUI, 19 de maig del 2009

Pregunta.- Des de Toronto va sentir la crida de Barack Obama...

Resposta.- Jo estava en contacte amb la gent de la seva campanya i un dia em van convidar a unir-m'hi perquè els ajudés a utilitzar la tecnologia i les xarxes socials per arribar a la gent. Vaig estar treballant com a voluntària per a Obama durant els tres últims mesos de la campanya presidencial com a estratega de comunicació de noves tecnologies.

P.- ¿Amb l'objectiu de treure el màxim suc de la plana web MyBO (MyBarackObama)?

R.- Les noves tecnologies van tenir un paper fonamental perquè la gent es familiaritzés amb el candidat demòcrata i les seves idees, a més de ser un canal destacat per aconseguir donacions per a la seva campanya. MyBO va aconseguir dos milions d'internautes disposats a col·laborar amb més o menys intensitat en la seva campanya.

P.- Dos milions de persones disposades a inundar la xarxa amb missatges de suport a Obama...

R.- Un grup de cinquanta mil amics de Facebook és molt valuós perquè és molt actiu i genera molt moviment. Al principi de la campanya d'Obama no necessitàvem la premsa local i, simplement, enviàvem vídeos i missatges personalitzats per a cada comunitat als nostres contactes,

que, de manera immediata, els multiplicaven per les xarxes socials. Els dos milions de persones que es van apuntar a MyBO eren la porta d'accés a tots els seus contactes i amics de les xarxes socials.

P.- Com i quanta gent gestionava tot això?

R.- Érem un grup d'entre 30 i 60 persones, bona part d'elles voluntàries. No és convenient posar en marxa tot el potencial de l'eina tecnològica de cop. S'ha d'anar a poc a poc perquè els internautes ho puguin assimilar. Nosaltres anàvem llançant les aplicacions de mica en mica i també gestionàvem el grau de motivació i implicació d'aquests col·laboradors virtuals en diferents períodes de la campanya.

P.- Però què demanaven vostès a aquests col·laboradors?

R.- En primer lloc, donacions per pagar la caríssima campanya electoral, però també que busquessin ells mateixos donants que donessin suport al projecte d'Obama. Altres coses que demanàvem van ser l'enviament de correus electrònics o la realització de trucades telefòniques per demanar el vot per Obama o la intervenció en blogs o xarxes socials defensant les propostes del polític demòcrata. No és el mateix fer tot això des d'una oficina política que a través de familiars, amics o, simplement, ciutadans darrere dels quals hi ha una història humana.

P.- I com motivaven aquests col·laboradors per fer tot això?

R.- En general ja era gent bastant activa, encara que miràvem de no violentar la relació i teníem una segmentació per nivell de compromís. Però també vam crear eines i aplicacions per fer les coses més fàcils. Per exemple, quan els vam demanar que es posessin en contacte amb amics o familiars per demanar el vot per Obama vam crear una aplicació on es prioritzaven les adreces o contactes d'Estats indecisos com Ohio o

Florida, mentre que els de Califòrnia apareixien al final de la llista. També vam crear una sèrie de puntuacions segons el compromís de l'internauta amb la campanya, i els guanyadors van ser rebuts per Obama i el seu equip més proper.

P.- I quin va ser el resultat de tot això?

R.- Vam enviar al llarg de la campanya uns mil milions de correus electrònics -vam aconseguir 13 milions d'adreces d'e-mails-, i molts, personalitzats i des de l'adreça de Barack Obama, cosa que agraià i sorprenia molts ciutadans. A YouTube Obama va tenir 1.824 vídeos, per només 330 el seu rival, John McCain. A més, 137.206 persones van seguir Obama per Twitter, per només 4.846 del candidat republicà. En referència a les donacions, Obama va aconseguir 750 milions, mentre que McCain en va recaptar només 360.

P.- I quan Obama ja és president, què passa amb tot això?

R.- S'ha creat una gran comunitat i, esclar, ara no li pots tancar les portes. Cada setmana pengem a la seva web informacions o vídeos, però no és el mateix perquè la gent troba a falta el missatge més directe i proper d'Obama, i, esclar, ara és el president i moltes vegades no pots fer-ho. Ens estem trobant limitacions tecnològiques i legals per aconseguir-ho.

P.- Obama és un president amant de la tecnologia...

R.- És conegut per tothom que el president ha pogut conservar la seva Blackberry personal, que utilitza per enviar correus electrònics, navegar per Internet o com a telèfon personal. A més es comunica a través del correu electrònic amb les seves filles.

P.- Quina lliçó s'emporta d'aquesta història, un cop ja lluny d'Obama i el seu equip?

R.- La tecnologia és molt excitant i canvia el nostre comportament. Però el que és realment important és com aquesta tecnologia ens pot ajudar a construir i mantenir les relacions entre les persones i les comunitats. Ara, com a codirectora de la plataforma online del Fòrum de Davos, treballo perquè hi hagi una comunicació més gran entre els ciutadans i els governs o les institucions.