

O B A M A



OS SEGREDOS DE
UMA VITÓRIA

BARRY LIBERT / RICK FAULK

OBAMA

OS SEGREDOS DE UMA VITÓRIA

B A R R Y L I B E R T

R I C K F A U L K

CENTRO**ATLANTICO.PT**

OBAMA

OS SEGREDOS DE UMA VITÓRIA

Autores

Barry Libert e Rick Faulk

Editor

Centro Atlântico

Colecção

Desafios

Tradução

Carla Mendonça e Pedro Cotrim

Revisão e *copydesk*

Catarina Nascimento Rodrigues

Revisão técnica

Jorge Nascimento Rodrigues

Capa

theBookDesigners

Paginação

António J. Pedro

Impressão e acabamento

Papelmunde – SMG, Lda

1.ª edição: Fevereiro de 2009

ISBN: 978-989-615-074-7

Depósito Legal: -----/09

© Centro Atlântico, Lda., 2009

Ap. 413

4764-901 V. N. Famalicão, Portugal

Tel. 808 20 22 21

geral@centroatlantico.pt

www.centroatlantico.pt

Authorized translation from the English language edition, entitled BARACK, INC.: WINNING BUSINESS LESSONS OF THE OBAMA CAMPAIGN, 1st Edition by BARRY LIBERT; RICK FAULK, published by Pearson Education, Inc, publishing as FT Press, Copyright © 2009 by Pearson Education, Inc.

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from Pearson Education, Inc.

PORTUGUESE language edition published by CENTRO ATLÂNTICO, LDA., Copyright © 2009.

Inicialmente publicado pela Pearson Education, Inc, como FT Press.

Copyright © 2008 por Pearson Education, Inc.

Reservados todos os direitos da versão portuguesa por Centro Atlântico, Lda.

Qualquer transmissão ou reprodução, incluindo fotocópia, só pode ser feita com autorização expressa dos editores da obra.

Para as três pessoas que são realmente importantes na minha vida: a minha mulher, Ellen, o meu filho Adam e o meu filho Michael.

—Barry Libert

Para a minha mulher Kathy e para os meus dois filhos, Brian e Ashley, que fazem com que tudo valha a pena.

—Rick Faulk

ÍNDICE

| | | |
|-------------------|---|-----|
| | Introdução | 12 |
| Capítulo 1 | Sucesso Em Que Pode Acreditar – E Imitar 16 <i>O apliquemos o espírito empresarial na política pode ser algo ultrapassado. A exaltação da política pode ser a vaga do futuro.</i> | |
| Capítulo 2 | Descontraia-se! | 26 |
| | <i>A qualidade indispensável a um líder cujas decisões e acções podem mudar a vida das pessoas reside na sua descontração – numa racionalidade calma, em manter-se firme sob pressão, na capacidade de se manter focalizado na mensagem e de controlar as emoções mais fortes.</i> | |
| Capítulo 3 | Socialize! | 72 |
| | <i>Os negócios – tal como a política – são extremamente personalizados.</i> | |
| Capítulo 4 | Personifique a Mudança | 126 |
| | <i>A instabilidade é a regra do universo. Os que resistem à mudança resistem à realidade e à própria vida.</i> | |
| | Epílogo | 170 |
| | Notas | 174 |
| | Bbliografia | 178 |

AGRADECIMENTOS

Como a maioria dos autores, temos muitas pessoas a quem agradecer. A nossa gratidão vai para os 225 colaboradores da Mzinga, entre os quais Dan Bruns, Drew Darnborough, Susan Koutalakis, Josh Melvin, Mike Migliorino, Patrick Moran, Gina Odryna, Eve Sangenito, Alexa Scordato, Nancy Sheen, Jim Storer, Joe Tremonte e Sabrina Walker, que nos estão a ajudar a construir a melhor empresa de software social do planeta. Os nossos agradecimentos vão também para a equipa de excelência da Pearson: Tim Moore, Amy Neidlinger, Gina Kanouse, Megan Colvin, Sandra Schroeder, Lori Lyons, Erika Millen, Nonie Ratcliff e San Dee Phillips.

A nossa gratidão profunda também vai para Donna Sammons Carpenter, Maurice Coyle e para os outros talentosos escritores, investigadores e editores da Wordworks: Ruth Hlavacek, Larry Martz, Molly Sammons Morris, Cindy Butler Sammons, Robert Shnayerson e Robert W. Stock. Para finalizar esta lista, estamos muito agradecidos à nossa agente literária, Helen Rees, que nunca vacilou no seu apoio a Barack Obama e a este projecto.

OS AUTORES

Barry Libert e **Rick Faulk** são, respectivamente, o presidente da administração e o CEO da Mzinga, uma empresa líder no fornecimento de soluções de software social que permitem às maiores empresas de todo o mundo criar comunidades *online* nas áreas do marketing, do apoio ao cliente e da formação. A empresa gere mais de 14 mil comunidades na Web com mais de 60 milhões de visitantes únicos todos os meses.

Libert foi um dos pioneiros na utilização das comunidades em rede e das tecnologias da Web 2.0 como ferramentas para as empresas prosperarem e acelerarem o seu crescimento nos negócios. Foi co-autor do recentemente publicado **We Are Smarter than Me**, um livro elogiado pela crítica, concebido em colaboração com a Wharton School Publishing, que utilizou as contribuições de mais de 4 mil pessoas ligadas a um software colaborativo *online* no sentido de ilustrar a forma como as empresas podem obter lucro a partir do conhecimento gerado pelas multidões. Anterior consultor da McKinsey, Libert foi co-autor de dois outros livros muito conceituados sobre o valor da informação e das relações entre pessoas.

Faulk dedicou a sua carreira ao trabalho na área do marketing, da colaboração a pedido e da tecnologia de serviços de software. Tem 21 anos de experiência executiva em empresas tecnológicas, entre as quais destacamos a WebEx, Intranets.com, PictureTel, Shiva Corporation e Lotus. Cedo na sua carreira, fundou a First Software, que viu as suas vendas aumentarem em mais de 175 milhões de dólares em menos de 4 anos e que entrou no *ranking* da revista *Inc.* sobre as empresas com crescimento mais rápido dos Estados Unidos.

QUEM CHEGOU, EM BOA VERDADE, A ACREDITAR QUE UM CANDIDATO "CINDERELA" PODIA SAIR DA OBSCURIDADE DO ILLINOIS E TORNAR-SE O 44º PRESIDENTE DOS ESTADOS UNIDOS, SURPREENDENDO DÚZIAS DE POLÍTICOS DE RENOME MUNDIAL? APESAR DE TUDO ISSO, BARACK OBAMA CONSEGUIU BATER O PARTIDO REPUBLICANO NO SEU PRÓPRIO JOGO, COM DISCIPLINA, ORGANIZAÇÃO E UMA MACIÇA ANGARIAÇÃO DE FUNDOS.

Do seu estilo de liderança descontraído à sua utilização de tecnologias colaborativas baseadas na Internet, passando por uma mensagem basilar sobre mudança, Barack Obama mostrou aos homens de negócios que têm muito a aprender com um político astuto.

No fulgor do triunfo de Obama, precisamos de não esquecer as suas barreiras iniciais, todas aparentemente inultrapassáveis. Com efeito, eis que nos surgia uma esperança presidencial verdadeiramente exótica – um tipo estranho com um nome de sonoridade muçulmana, com um pai africano e uma mãe norte-americana branca, uma infância no Havai, uma licenciatura em Direito em Harvard e um currículo político com menos de 25 palavras. Como veio a salientar no seu discurso de vitória: «Nunca fui o candidato mais provável para o cargo».

Todos os géneros de jogadas, desde as táticas testadas e comprovadas às estratégias mais radicais, levaram a candidatura de Obama a passar do estado de improvável a inevitável. Ele reuniu uma equipa de primeira classe que pôs em curso uma campanha praticamente isenta de falhas; atraiu dezenas de milhar de voluntários, muitos dos quais dedicados ao ponto de abandonarem os seus empregos ou desistirem dos estudos para se poderem concentrar totalmente na sua eleição; e recolheu uma quantia de fundos sem precedente, desde os pequenos aos grandes e tradicionais doadores.

Mas ficámos especialmente fascinados com o uso surpreendente das redes sociais virtuais. É um assunto que estudámos em profundidade, e Barack Obama está no nosso comprimento de onda. Ele transformou uma campanha presidencial de 50 estados numa enorme comunidade *online*. A sua forma de fazer *networking* inspirou milhões de pessoas através dos Estados Unidos a juntarem-se numa autêntica ‘cruzada’ nacional, associando as suas capacidades, tempo e dinheiro para alcançarem uma vitória decisiva. Como resultado de tudo isto, a política norte-americana (talvez mesmo a mundial) nunca mais irá ser a mesma.

Acreditamos que o pioneirismo político de Obama definiu um padrão de excelência para qualquer negócio que espere prosperar no mundo da Web 2.0 do século XXI. Daí este livro: a saga sobre a campanha de Obama comentada para fins empresariais.

Combinámos as nossas observações com as de membros dos *media* especializados, cujas competências estiveram bastante visíveis durante esta longa e dramática campanha. Entrevistámos apoiantes de Obama, recolhemos uma grande variedade de excelentes relatórios de inúmeras fontes e estivemos muito atentos à inédita cobertura presidencial por parte da blogosfera – uma combinação de pontos de vista muito diversos, desde o Politico (um dos mais populares *websites* norte-americanos

sobre política) ao Twitter (sistema de micro-blogs), que fizeram muito para tornar 2008 num ponto de viragem da própria política. O nosso objectivo foi realçar a relevância desta campanha histórica para os líderes empresariais de todo o mundo.

Vamos ao trabalho!

«Do networking social com base na Internet à espantosa metodologia da mensagem a transmitir, a campanha contém lições para qualquer líder. Este livro captura fielmente estes ensinamentos universalmente aplicáveis e imediatamente implementáveis.»

—Tom Peters, autor de *Reinventar o Mundo* e *Na Senda da Excelência*

«Obama é o primeiro presidente da era da Internet. A sua utilização do jornalismo do cidadão e a sua compreensão da geração Net fizeram-no chegar ao poder. Qualquer gestor deveria seguir as suas pisadas e ler este excelente livro.»

—Don Tapscott, autor de *Wikinomics* e *Grown Up Digital*

«Durante anos, o povo norte-americano exigiu que a governação do país fosse conduzida como se de uma empresa se tratasse. A verdade surpreendente é, agora, outra: a maioria das empresas pode aprender bastante com Barack Obama e com este livro perspicaz, inusitadamente inteligente e extremamente útil.»

—Daniel Coyte, autor de *Lance Armstrong's War*

«Obama é, de facto, um político com capacidades fora do comum. Qualquer líder de qualquer tipo de empresa ou organização — pública, cotada ou privada — pode aprender bastante com esta sua campanha extraordinária. E está tudo neste livro, pronto a ser posto em prática.»

—Comandante Michael Abrashoff, autor do best-seller *It's Your Ship*

Colecção Desafios
www.centroatlantico.pt

ISBN 978-988-415-074-7



9 789888 415074