

# La campagne d'Obama et l'Open Source

Le sujet du jour c'est Obama et, j'ouvre les guillemets, « l'Open Source ».



Nombreux sont les observateurs qui ont en effet remarqué l'usage pointue des nouvelles technologies réalisé à cette occasion par le candidat victorieux. Certains allant même jusqu'à se demander dans quelle mesure cela n'a pas été un atout déterminant dans la campagne (contre McCain mais également *contre* Clinton). Déterminant aussi bien pour créer la dynamique, communiquer, faire adhérer au projet, coordonner les manifestations sur le terrain et, last but not least, lever des fonds.

Il y a souvent confusion entre Open Source et Web 2.0 mais il nous a semblé tout de même intéressant de solliciter Framalang pour d'abord un petit sous-titrage vidéo faisant une originale référence à l'un des ouvrages les plus célèbres du logiciel libre, la Cathédrale et le Bazar de Eric S. Raymond, puis ensuite un article plus détaillé au cœur des équipes techniques de la campagne<sup>[1]</sup>.

## La Cathédrale, le Bazar, et Obama

Le journaliste Alex Castellanos sur CNN le 5 novembre dernier :



—> La vidéo au format webm

(Sous-tirage : Xavier et Yostral)

## La dynamique Open Source derrière la campagne

# d'Obama

## The Open Source Force Behind the Obama Campaign

*Doc Searls - 24 novembre 2008 - Linux Journal  
(Traduction Framalang : Olivier et Yostral)*

JFK a dit un jour « La victoire à cent pères, mais la défaite est orpheline ». Je viens donc aujourd'hui réclamer moi aussi la paternité du succès de la campagne d'Obama au nom de tous les fans de Linux. Les geeks n'étaient pas seuls évidemment, mais ils ont joué un rôle majeur.

J'étudie ce rôle depuis que j'ai couvert la campagne présidentielle d'Howard Dean en 2003-2004 pour le Linux Journal. Pour vous rafraichir la mémoire je vous conseille les lectures suivantes : Saving the Net, The Syndication Solution, Letters from the Campaign Pressure Cooker, Hacking Democracy, Lessons on Open Source Politics from the Campaign Forge, dans cet ordre.

Quand on s'est aperçu que les geeks étaient sérieusement impliqués dans la campagne d'Obama, une mission m'a été confiée : assurer la couverture de l'évènement pour le numéro de novembre 2008 du Linux Journal. Ce numéro devait sortir fin octobre, donc juste avant les élections.

Je m'y suis donc attelé. Après un intense travail de recherche et d'écriture et après avoir réduit ma prose à 3000 mots, nous nous sommes rendus compte que nous avions déjà largement assez d'articles traitant de Linux pour ce numéro et mon article a donc été mis de côté pour après les élections... et nous voici donc maintenant après les élections.

Plutôt que de mettre à jour l'article avec des données ou des citations plus récentes j'ai décidé de le publier tel que je l'avais écrit en août. A ma grande surprise son contenu n'est pas périmé. Je crois même qu'il touche à quelque chose d'important, une chose parmi tant d'autres, alors que l'Histoire était en marche. On s'en doutait à l'époque. On le sait maintenant.

Voici l'article :

*Le 11 août 2008*

Depuis l'avènement des médias de masse, le point crucial des campagnes

politiques, surtout pour les campagnes présidentielles, a été de donner une image aux candidats. Vous dépeignez de vous-même un portrait flatteur tandis que vous dépréciez l'image de votre opposant. Durant le « cycle » de campagne présidentielle de 2008 (comme les professionnels le nomme), le candidat qui a réussi à se forger la meilleure image jusqu'à maintenant (au moment de l'écriture à la mi-août) est certainement Barack Obama. Advertising Age dit dans « What Obama can teach you about millennial marketing » (NdT : *Une leçon de marketing ciblant la génération connectée par Obama*) : « ...la dévotion vouée à certaines marques par la génération connectée, que l'on parle de technologie, de boisson ou encore de mode, a fait de cette décennie un âge d'or du marketing pour ceux qui savent ce qu'ils font ». Et : « ...concernant le marketing, la campagne de Barack Obama sait ce qu'elle fait. Le gestion de la marque *Obama*, du jamais vu lors d'une campagne présidentielle, montre une compréhension parfaite des rouages pour attirer les jeunes votants... Ce sont à la fois le produit à vendre et la manière de le vendre qui sont à l'origine de ce succès. »

Et c'est là que me revient à l'esprit la distinction que fait Isaac Asimov (dans le deuxième volet de la trilogie *Fondation*) entre « la réponse qui satisfait » et « la réponse qui était vraie ». Le succès de la campagne d'Obama jusqu'à maintenant ne repose pas entièrement sur la création d'une marque, sur la démographie ou même sur la politique telle que nous l'avons connue pendant trop longtemps, loin s'en faut. Il repose principalement sur l'usage de la technologie pour permettre à la démocratie de fonctionner.

L'histoire commence en 2001, quand un conseiller politique du nom de Joe Trippi s'est engagé en tant que conseiller de la firme Progeny, une entreprise dirigée par Ian Murdock donc le prénom est la deuxième moitié de *Debian*. Deux ans plus tard Joe dirigeait la campagne de Howard Dean. Le succès de cette campagne est largement dû à l'utilisation intelligente (et bon marché) d'Internet... et aussi à beaucoup de trucs open source de geeks. « Je me suis toujours demandé comment on pourrait transposer cette collaboration qui fait avancer Linux et l'open source pour l'appliquer ici », confiait Joe à Larry Lessig en 2003 au cours d'une interview. « Qu'est ce que cela donnerait si l'on pouvait y parvenir et qu'on implique tout le monde dans une campagne présidentielle ? » Quand Larry demanda à Joe si cela faisait de la campagne de Dean un campagne open source Joe répondit « Oui... je suppose qu'elle est aussi ouverte que peut l'être une campagne dans le monde politique actuel. »

Dans son blog, Ian Murdock écrit de Joe : « Après juste une heure de discussion avec lui, Joe comprenait le mouvement open source aussi bien que moi et il a aussi réussi à me faire voir des choses que je n'avais pas vues en 8 ans. »

La première fois que j'ai rencontré Joe c'était par vidéo interposée lors d'une session de chat. Le visage de Joe est apparu sur l'écran de mon portable en Californie tandis que le mien était sur le portable de Britt Blaser, l'ordinateur qu'il trimballe dans les couloirs et les salles de conférences du quartier général de campagne de Dean à Burlington dans le Vermont, un peu comme s'il était un serveur, mais avec un plateau qui parle. Cette visite a été si efficace que je me sentais déjà à l'aise dans le bâtiment quand j'y suis arrivé au plus profond de l'hiver, quand l'énergie de la campagne était à son paroxysme : mi-janvier 2004, la veille du caucus de l'Iowa.

Je garde en mémoire quelques souvenirs en particulier de cette visite. Par exemple celui de Nicco Mele qui s'occupait des racks de serveurs et d'autres appareils électroniques tournant sous LAMP et qui pestait contre le bordel que c'était de faire cohabiter les différents groupes au niveau des états et au niveau local sachant que chaque groupe possédait son propre système informatique créé de toute pièce, ce qui s'avéra être plus un problème qu'une *solution*. Je me souviens également de Zack Rosen, assis sur une boîte dans le coin d'un bureau avec trois ou quatre autres geeks entrain de hacker quelque chose dans Drupal. Zack s'est lancé dans la campagne avec le site HackersForDean (les hackers en faveur de Dean), qu'il a créé avec Josh Koenig. Un autre souvenir est celui de Daver Winer, il travaillait sur ce qu'il appelle « un projet de flux RSS très intéressant qui doit être lancé juste à temps pour les résultats du caucus de l'Iowa lundi soir ». Dans un message daté du même jour (le 17 janvier), Dave ajoute « Je reste neutre quant aux candidats à l'élection présidentiel. J'ai mes opinions, mais elles n'ont rien à faire dans mon travail technique. Je crois que les outils politiques doivent rester agnostiques. »

Maintenant que j'y repense je pense que j'ai assisté à l'équivalent en politique d'un club d'adeptes de trains miniatures ou d'un club de programmation maison. C'est là qu'est né un nouveau mouvement où l'on met vraiment la main à la pâte. Pour Britt Blaser c'est même « la première campagne dirigée comme un service Web plutôt que comme une campagne marketing disproportionnée ».

Dean s'est retiré de la course après avoir perdu l'Iowa, mais ce ne sont pas les

techniciens ou leur code qui se présentaient. C'est à ce moment là que la « Diaspora Dean » s'est attelée à améliorer la démocratie grâce à des technologies libres et ouvertes.

L'un des membres de cette diaspora était Jascha Franklin-Hodge. « De retour à Boston j'ai commencé à reprendre contact avec des amis que j'avais ignoré pendant 6 mois » me racontait Jascha. « Et les gens n'arrêtaient pas de me dire : Ah, tu as travaillé pour Howard Dean, c'est super ! Je me suis rendu à des réunions et je suis devenu volontaire de l'antenne régional du partie démocratique. J'ai fait du porte à porte.. Ce sont des gens qui ne se sont pas contentés de supporter un candidat. Ils voulaient aussi trouver leur propre opinion politique, leur propre talent civique. »

Jasha a donc monté un petit groupe avec trois autres vétérans de la campagne pour Dean ; Clay A. Johnson, Joe Rospars, and Ben Self ; et il a lancé Blue State Digital. Dans un article paru dans le numéro de juin 2008, Business Week voyait Blue Stat Digital comme « l'arme secrète d'Obama ». En juillet, les efforts de Blue State étaient déjà à l'origine de plus de 200 millions de dollars de dons faits en ligne, de 75 000 évènements de campagne et comptaient plus d'un million d'utilisateurs. D'ici à ce que vous lisiez cet articles ces chiffres auront encore largement augmenté.

J'ai pris connaissance du travail réalisé par Blue State Digital pour la campagne Obama le 3 juin dernier par le biais d'un e-mail me redirigeant vers une publicité MyBO intitulée *techinterest?foo*. Cette publicité visait le recrutement de « développeurs Web exceptionnellement talentueux » possédant « une bonne connaissance des processus de développement LAMP et de leur bonne utilisation, expérience dans le déploiement à grande échelle d'applications Lamp, expérience requise dans la mise au point d'applications en PHP et MySQL et une bonne connaissance des performances de MySQL et de l'optimisation des requêtes » et enfin « utilisateur avancé voir expert en CSS, Javascript et Ajax ». L'e-mail précisait également que le site de campagne de McCain tournait sous Windows.

Mais Blue State n'avait pas vraiment besoin de cette publicité. Jasha me l'explique en ces termes : « Le travail que nous réalisons nous confère un énorme avantage lorsque nous sommes à la recherche de talents. Ce que nous faisons est bien plus important aux yeux de nombreux développeurs que de créer un logiciel pour une banque. Nous souhaitons que des geeks soient heureux en se réveillant

le matin et qu'ils se disent *Je construis aujourd'hui quelque chose que des millions de personnes utiliseront demain pour aider à changer le monde.* »

La campagne Obama ne s'appuie pas trop sur les « réseaux sociaux » comme Facebook ou MySpace. Mais elle excelle dans l'utilisation du réseau pour rendre la campagne sociale dans le monde réel.

Quand je me rends sur MyBO et que je recherches les évènements qui ont lieu dans un rayon de 40 km autour de chez moi je reçois 64 réponses. On y retrouve : des groupes organisant des rencontres, des concerts, des *soirées discours*, des réunions aux marchés du terroir et aux fêtes foraines, des levées de fonds auxquelles participent des grands noms, des pique-niques ou des barbecues paroissiaux, des marches pour s'enregistrer sur les listes de vote, du co-voiturage, des rallyes de groupes de jeunes, des cafés organisés par des anciens de l'école... la liste est interminable. Et tout ceci juste pour le mois à venir. Chaque évènement est repéré par un petit symbole sur une carte en ligne. Trois boutons surplombent la liste et la carte : un bouton KML vert pour Google Earth, un bouton XML orange pour les flux RSS et un bouton iCAL vert pour ajouter ces dates à votre calendrier.

À droite de la carte se trouve la colonne *my.BarackObama*. Du haut vers le bas on retrouve *Mon tableau de bord*, *Mon quartier*, *Amis*, *Évènements*, *Messages*, *Groupes*, *Levée de fonds* et *Mon Blog*. Les six derniers sont des menus accompagnés d'un petit « + ». Déroulez ces menus et vous découvrirez 18 façons d'entrer en contact avec d'autres personnes ou de vous engager dans la campagne... voire les deux. Et malgré tout il reste encore beaucoup d'espace inutilisé. La page est conçue pour être rapide, agréable, simple et propre.

Si je me rends sur le site Web de campagne de McCain et que je recherches les évènements se déroulant dans le même rayon de 40 km autour de chez moi je reçois 16 réponses : 13 enjoignent les gens à s'engager dans des centres d'appels ou par d'autres manières et 3 concernent des fêtes organisées par des individus pour le même « jour national », chacune construite sur le même modèle.

Évidemment ces résultats sont très partiels car le Massachusetts est non seulement un état très bleu mais c'est aussi là qu'est basé Blue State Digital.

J'ai donc refait le test pour le 85018, le code postal d'un quartier en plein centre de Phoenix : le cœur même du pays McCain. J'obtiens 23 réponses pour des

événements pour Obama et 16 pour McCain. On y retrouve la même variété pour Obama que dans les environs de Boston. Pour McCain on dirait qu'ils ont utilisé un tampon. 13 fêtes sont organisées (principalement par les gens eux-mêmes) pour le même « jour national » qu'à Boston. On dirait qu'ils sont tous sortis du même moule. Trois sont prévus à d'autres dates, parmi ceux-ci deux concernent les vétérans.

Quel est le secret de Blue State alors ? Et quelle est la part de Linux et de l'Open Source dans tout ça ? Voici la réponse de Jascha :

*« Nos outils donnent la parole à la créativité des utilisateurs. Si on prend les systèmes d'organisation d'événements par exemple. Par le passé ils étaient conçus pour qu'une association puisse mettre en ligne son calendrier officiel. C'est très bien, mais c'est loin d'être aussi intéressant que de permettre à vos supporteurs de créer leurs propres calendriers. Nous avons donc mis au point des outils dont la priorité première est d'aider les visiteurs du site à organiser une soirée, un grand ramassage d'ordures le long des routes en portant un t-shirt pour leur camp : de l'événement le plus mondain au plus innovant. Nous voulions faciliter la création de manifestations, leur planification, augmenter leur visibilité, permettre la gestion des réponses et aider les gens à organiser leurs propres levées de fond.*

*Les deux services dont nous faisons le plus usage pour les événements sont les cartographies de Google et de Yahoo ainsi que leurs API de géolocalisation. Nous utilisons votre adresse pour vous géolocaliser grâce à la longitude et la latitude et nous mettons ces informations à profit pour vous communiquer les événements proches de chez vous.*

*Nous possédons beaucoup de bases de données d'informations géographiques. Comme par exemple le centre d'un ZIP+4 désigné par sa longitude et sa latitude. Nous rentrons également les congressional districts (NdT : zone électorale qui désigne un membre du congrès) pour y regrouper les codes postaux, les informations concernant les sondages, les tracts de sondages, les numéros des pâtés de maison... Si vous remplissez un formulaire d'inscription nous ne vous demandons pas de renseigner toutes ces informations. Si vous faites un don plus tard nous aurons votre adresse à ce moment là si vous ne souhaitez pas la donner tout de suite.*

*Nous travaillons avec LAMP : Linux, Apache, MySQL, PHP. Nous utilisons beaucoup de bibliothèques et d'outils Open Source comme par exemple YUI et Ext qui sont des bibliothèques d'interfaces utilisateur en javascript. Nous comptons parmi nous le créateur du projet Horde qui est un gros cadre de développement PHP Open Source.*

*On ne cherche pas à ré-inventer la roue. Par exemple, nous n'écrivons pas notre propre bibliothèque de connexion à la base de données. Nous nous servons de ADOdb, l'une des bibliothèques les plus populaires pour PHP, et de Python aussi. Nous utilisons PEAR, qui est la bibliothèque d'outils PHP. Les modules PEAR nous rendent un fier service pour tout, depuis l'envoi d'e-mail à la mise en cache... On se sert aussi d'outils comme memcached et des utilitaires de surveillance Open Source.*

*Chez nous les flux RSS sont omniprésents : événements, blogs... ils nous sont également utiles pour relier en interne des parties de notre propre système, comme par exemple partager des informations entre deux systèmes clients ou entre deux parties de notre système. A chaque fois que c'est possible nous tentons de construire ces points d'échange en respectant les standards. S'ils doivent être ouverts, ou si un client demande un accès direct, nous répondons : pas de problème, utilisez la bibliothèque RSS de votre choix.*

*Si nous travaillons avec un outil et que nous y ajoutons une fonctionnalité importante ou que nous corrigeons un bogue, nous le partageons évidemment avec les développeurs du projet.*

*L'interface d'utilisation est, quant à elle, entièrement construite sur-mesure pour des organismes politiques ou à but non lucratif... ou n'importe-qui désirant s'engager dans un projet avec un but en tête. »*

Alors que la campagne Obama monopolise l'attention, d'autres hackers de l'équipe initiale, celle de Dean, s'affèrent à travailler sur quelque chose que Obama et McCain ont tous les deux défendus en tant que sénateurs : une gouvernance transparente et responsable. Témoignage de Greg Elin, spécialiste des données à la Sunlight Foundation et pour tous les organismes qu'elle supporte (OpenCongress.org, Congresspedia.org, FedSpending.org, OpenSecrets.org, EarmarkWatch.org, LOUISdb.org...) :



*« Presque tous nos projets sont Open Source, mais il arrive qu'on modifie un peu le code et ça prend du temps pour le publier. On n'est pas loin d'avoir convertit tous nos groupes à l'Open Source : MySQL, PostgreSQL, Apache, ... La structure est rapidement adoptée : Rails, Django, Symfony...*

*Dernièrement je m'intéresse plus particulièrement aux scripts dynamiques, ce que j'appellerai des ensembles de données "débiter et terminer" en opposition à ce que Jeff Jonas appelle des ensembles de données entreposer et empiler. Les scripts dynamiques c'est ce qui fait Unix ! C'est à dire que chaque application a des données d'entrée et des données de sortie. Nous laissons derrière nous le monde des bases de données-crée-rapport pour entrer dans le monde des RSS en entrée et RSS en sortie.*

*Voici deux exemples de flux. Une base de données Sunlight, LouisDB.com, épluche le Congressional Daily Record quotidiennement, transformant son contenu en un fichier XML. Garrett Schure (développeur chez Sunlight Labs) et Josh Ruihley ont mis au point un algorithme de comptage de mot pour présenter le Mot du Jour du Congress et le microsite <http://capitolwords.org>, site qui date de 2001 et qui dispose d'un flux RSS, d'API et d'un widget que les gens peuvent incorporer à leur site. Louisdb.com facilite la recherche du contenu du Congressional Record. Un script est même disponible maintenant pour en faire du contenu pour Tweeter que d'autres peuvent utiliser aussi. Le deuxième exemple vient de MySociety: **TheyWorkForYou**. En analysant les archives quotidiennes du parlement et les votes il dresse un portrait de qui fait quoi au parlement. Et enfin, de nombreux sites s'appuient sur le travail de Josh Tauber <http://govtrack.us> b/c. Josh rassemble toutes les données qui ont trait aux lois votées au Congrès et les transforme en XML. Les données de Josh sont ouvertes, tout comme son code. C'est une contribution énorme. »*

Et que devient Howard Dean ? Tout va bien pour lui, en 2005 il est devenu président du comité national démocratique. Son ancien site de campagne, DeanForAmerica, s'est doucement transformé en DemocracyForAmerica, qui soutient de nombreux candidats et non plus un seul. Jascha nous raconte : « Il a rassemblé toutes ces personnes, dont certaines avaient pris les rênes de leur antenne locale du parti démocrate, et les a aidé à canaliser cette énergie et cet esprit citoyen dans le but de faire élire les candidats défendant la démocratie et le progrès dans tout le pays. Ils ont fait des levées de fond. Ils ont mis en marche le

bouche à oreille, coordonné les volontaire. Ici même à Boston un conseiller municipal, Sam Yoon, a emporté son siège haut la main grâce au formidable support de DFA. Tous ceux qui ont fait campagne pour Dean sont devenus des supporters de Yoon. »

Britt Blaser :

*« Avant Dean, les hommes politiques ne savaient pas qu'Internet avait été créé par des "makers" et non pas par des "machers", terme politique qui désigne ces personnes qui naviguent en politique grâce à leur influence, l'argent et l'intimidation. L'équipe de campagne de Dean, ses "makers", est la graine d'une nouvelle classe d'experts en politique, une nouvelle classe qui se concentre sur les moyens et non sur la fin. Tout comme les hackers de Linux, les makers de Dean ont agi comme un guildes plutôt que comme des partisans et de la même manière ils se sentaient plus proches des personnes qui ne participaient pas à la campagne que de leurs supérieurs. Puisqu'ils sont tous volontaires, l'idée de supérieur ne signifiait pas grand chose à leurs yeux. Ils étaient à la recherche de collaborateurs en dehors de la campagne avec un objectif politique en tête. Mais les outils qu'ils ont élaborés s'accordent particulièrement bien avec les objectifs gouvernementaux puisque tout problème devient une loi après une campagne réussie pour les cœurs et les esprits et l'argent. »*

Ce qui est très bien, mais est-ce suffisant. De tous les contacts que j'ai eu avec des anciens de la campagne de Dean, il y en a un qui se démarque des autres, celui avec Liza Sabater. Elle se plaignait du dernier né : CivicSpaceLabs (une création de Zack Rosen et d'autres personnes) et elle n'était pas la seule. Sa synergie avec Drupal a fait des merveilles et ce n'est pas tout.

« La vérité est qu'il n'existait aucun autre projet Open Source dont les promesses arrivaient à la cheville de celles de CivicSpaceLabs » nous dit Liza. « Et c'est là, à mes yeux, la différence fondamentale entre les élections de 2004 et de 2008. Malgré tout ce qu'on peut dire à propos de la campagne Obama, qu'elle s'appuie sur le net et qu'elle est avant-gardiste, le code du site est quand même propriétaire. Et je ne prédis pas d'ouverture du code pour que n'importe qui puisse répliquer ce qu'ils ont créé. Il en va de même d'ailleurs pour MoveOn.org, Democracy For America et même des outils d'organisations créés par le DNCC. »

Aucune des deux campagnes ne laissent une bonne impression à Phil Windley,

ancien président de Utah : « Ce que je vois, c'est que le Net est perçu comme un grande média de diffusion de masse avec une tirelire intégrée. »

Greg Elin met ce déséquilibre en perspective :

*« Les programmeurs et technologues qui ont grandi avec le Web et l'Open Source ont commencé à entrer dans l'arène politique, ou e-politique, ces dernières années et ils amènent avec eux les outils et les pratiques de l'Open Source et du Web 2.0. Ils collaborent, et des fois font concurrence, des technologues déjà en place qui était souvent des activistes qui ont appris à se servir d'abord des feuilles de calculs, des bases de données et de la publication et ensuite du Web pour faire passer leurs messages. Nous assistons donc à une geek-i-fication générale, des campagnes aux groupes gouvernementaux et même du gouvernement lui-même. Plus d'Open Source. Plus de structure. Plus de communication entre les développeurs. C'est encore loin d'être beau et lisse, mais une chose est sûr, on y arrive progressivement. Le point de non retour a été atteint maintenant en politique, la seule question qui reste en suspend concerne l'impact que cela aura. »*

Dans une démocratie les candidats ne devraient pas être vendus comme des produits ou des marques. L'image compte, mais elle reste superficielle. La substance de la démocratie est ce que les hackers ont appris sur la durée : la liberté de faire, la liberté d'être, l'ouverture, la générosité et la responsabilité constructive. Le meilleur code n'est pas celui qui gagne, c'est celui qui marche. Il nous faut poursuivre cet effort maintenant et il nous faut l'enseigner aussi.

## Notes

[1] Crédit photo : Marcn (Creative Commons By)