



LES BRANCHÉS



N'aurais qu'ils se connaissent depuis des années. Quand Dave parle, Michael ne le laisse jamais finir une phrase. Ils se sont pourtant rencontrés qu'en septembre, quand Dave a organisé tout à trac une réunion de soutien à Howard Dean, à Denver, alors que Michael avait pris la même initiative avant l'été. Sur MeetUp.com, le site Internet qui préside à ces réunions, Dave a vu arriver une sommation : « Merci de me faire signe ! ». Michael avait pris de l'avance. Il avait déjà contacté l'état-major du candidat démocrate dans le Vermont. Il avait reçu quelques autocollants et une vague indication sur la manière de tenir une réunion politique. « Mais, de toute façon, c'est à peu près comme cela que j'aurais fait », dit Dave.

Les deux garçons ont fait connaissance. Michael Jorda, employé administratif, avait entendu une sorte d'appel. C'était un dimanche matin, à la télévision. « Dean disait exactement ce que je ressentais », dit-il. Dave Wolf, informaticien, était « ulcéré » par la guerre en Irak et « révolté » par la manière dont le Parti démocrate avait « fait le mort devant Bush depuis l'élection en Floride ». Il avait entendu parler de la révolution Dean sur Internet et il voulait en être. C'est un univers qui emprunte à Linux, Napster, et une vision libertaire d'Internet où l'on échange plutôt qu'on ne vend.

Les réunions se sont multipliées. A la première, il y avait 8 personnes ; 30 à la seconde, et maintenant il y a dix « MeetUp pour Dean » dans la seule ville de Denver, avec 2 070 participants. Dave Wolf a reçu un badge de l'état-major qui l'a intronisé « Grassroot leader » - leader de la base. « Pour la première fois, dit-il, je vois quelque chose que je peux faire à mon niveau sans que quelqu'un me dise comment le faire. »

En cette veille de 31 décembre, Dave a prêté sa maison pour une nouvelle house party pour Dean. Il y a du guacamole sur la table, des crackers, du raisin. Ski, le chien de traîneau, a été près de rester dehors. Tout autour, les maisons sont ornées de ces décorations de fin d'année qui ravissent la province américaine : Pères Noël gonflables sur les pelouses, rennes lumineux sur les toits. Rien de tout cela au 2 356, Clermont Street : on ne voit que des bananes « Growed in Oregon for America ».

Pour certains activistes, Dean est devenu une quasi-obsession. « C'est mon hobby », avoue Jason Wesoky, un avocat de 27 ans qui a enrôlé sa mère, laquelle a elle-même organisé un MeetUp au cours duquel une vieille électrique a signé d'entrée un chèque de 2 000 dollars (1 570 euros), le maximum autorisé par la loi... « Quarante-cinq participants sont arrivés. Certains se déclarent « moins pro-Dean qu'anti-Bush », comme Barbara Warner, une petite dame en gris. « J'ai eu un sentiment de responsabilité, dit-elle. Bush est une telle force de destruction dans notre monde. » Un nouveau venu confie qu'il n'est pas trop sûr, en fait, que Dean soit son candidat. Deux heures après, il signera un chèque de soutien. A 19 h 30, une téléconférence commence avec Howard Dean et Al Gore, l'ancien vice-président de Bill Clinton. Le téléphone est posé sur le piano.

Dave est allé acheter un câble spécial mais il n'a pas réussi à raccorder l'appareil à la sono. Tout le monde tend l'oreille. On dirait des résistants écoutant Londres à la radio. La voix d'Al Gore finit par traverser l'espace. « Cette campagne, dit-il, est en train de ramener la démocratie dans les salons des Américains. » Howard Dean est brusque, comme d'habitude. Il n'a pas l'air totalement rassuré sur sa primauté dans la lutte contre les autres prétendants démocrates. « Iowa, c'est un drôle d'Etat », dit-il. Brevement, il rappelle qu'il voudrait que tous les Américains aient une assurance santé et que les Etats-Unis retrouvent leur « leadership moral » sur la scène internationale. Puis il termine par une de ses phrases-clés : « Cette campagne ce n'est pas pour moi, c'est pour nous. »

Au même moment, dans tout le pays se tiennent 1 442 autres house parties reliées à la même conversation téléphonique. A Denver, on entend les appels téléphoniques venus du Minnesota, où une soirée primilaire a recueilli 8 000 dollars (6 280 euros). A l'heure d'Internet sur le téléphone portable et vice versa, on sent les participants presque émus de se voir là, autour d'un vieux téléphone à haut-parleur. « On réapprend à se parler, s'entouaïmes Jason, le jeune avocat. Je n'ai jamais rencontré autant de gens que depuis que je travaille pour Dean. » La presse a ironisé sur le côté « église » ou club de rencontres du mouvement. Cela ne le dérange pas. « C'est thérapeutique, c'est sûr. Mais le plus important, c'est qu'il y a un réengagement dans la communauté. »

Pendant que Dave fait ses comptes, les invités discutent autour de la table de ferme. Quel que soit le résultat, et même si Bush est réélu, « la politique aura été changée », assure Michael. « Dean, c'est une action. Il laisse les gens investir en lui », proclame Jason. Le candidat attire des démocrates par sa manière d'avoir toujours l'air prêt à en découdre. « Il n'essaie pas d'enjoi-



Hanover, New Hampshire, 7 janvier. Réunion d'un groupe de supporters du candidat démocrate Howard Dean organisée par le site Internet MeetUp.com.

DE MEETUP

Derrière l'ascension du candidat démocrate Howard Dean, il y a les jeunes de la high-tech qui mobilisent la base sans passer par les structures du parti

ver les choses ou d'avoir l'air politiquement correct », dit Penelope Koven, une secrétaire. En même temps, on s'amuse du paradoxe. Dean ne s'est converti que récemment à l'informatique. Début 2003 encore, il ne se souciait pas de mails. Aujourd'hui, il est porté par les jeunes de la high-tech.

Pis, Dean n'est pas contre le port d'armes alors que, dans la cuisine de Dave, on y est franchement opposé. « Mais il est honnête, dit Jason. Il t'a dit tout de suite : si c'est la seule question que vous intéresse, alors je ne suis pas votre candidat. »

Dave a recueilli 1 075 dollars (843 euros) pendant la soirée. Sur le site Web de la campagne, il a sa page personnelle avec l'objectif à remplir : 622 dollars (488 euros), soit 2 dollars pour chacun des 311 jours restant avant l'élection présidentielle. L'objectif est largement atteint. Le lendemain, l'état-major d'Howard Dean publie son bilan pour l'ensemble du pays. Tous les records ont été battus. Au dernier trimestre 2003, il a recueilli plus de 15 millions de dollars (environ 12 millions d'euros). C'est le plus gros chiffre de mémoire de candidat démocrate. Même Clinton n'a pas fait mieux. Et

il s'agit de 15 millions en petites coupures, ce que la campagne appelle la « révolution des 100 dollars » avec ce slogan : « Si 2 millions d'Américains donnent 100 dollars, Bush est battu ». Dans le même communiqué, l'état-major de Dean jette un coup d'œil en arrière.

Le 1^{er} janvier 2003, l'ancien gouverneur du Vermont ne disposait que de 156 000 dollars (122 400 euros), 7 permanents et 432 supporters dans le pays. Un an plus tard, il dispose de 40 millions de dollars (31 millions d'euros, 280 000 donateurs) et d'un staff national de 400 personnes. En février 2003, il y avait 11 MeetUp pour Dean. En novembre, 900. Le 7 janvier 2004 : il y en a eu 1 071, totalisant 173 000 Américains. A dix mois de l'élection, 23 réunions ont eu lieu à New York, réunissant 900 personnes.

Washington n'a rien vu venir, mais, en quelques mois, la campagne d'Howard Dean a pris des allures de phénomène social, avec sa manière de contourner le parti, les structures et de faire de l'autoélection. Frank Rich, dans le *New York Times*, a estimé que l'utilisation d'Internet par la campagne de Dean était aussi révolutionnaire que l'introduction de la radio dans la politique par Roosevelt ou l'utilisation de la télévision par John Kennedy. « Grâce à Internet, nous avons un staff de 500 000 personnes », dit Zephyr Teachtout, une avocate qui fait partie de l'état-major. Et 500 000 personnes « peuvent changer la manière dont la démocratie fonctionne pour 292 millions de personnes », assure-t-elle. Zephyr, 31 ans, fait partie de ces « appelés » qui ont quitté leur quotidien habituel pour rejoindre le Vermont. Elle habitait en Caroline du Nord, où elle défendait des condamnés à mort. Il ne lui a pas paru paradoxal de rejoindre un candidat qui n'est pas opposé à la peine capitale. Elle revient d'une traversée du pays, à la rencontre des militants. Elle a senti un désir de communauté par-delà les tribus. « La politique est un besoin humain profond, nous a-t-elle dit. Même dans d'anciennes décisions de la Cour suprême, on trouve la mention d'espace public. C'est cela que nous devons récupérer. Tout ce qui nous reste comme espace public, dans ce pays, c'est le mall, le centre commercial. »

La chance de Dean a été de rencontrer MeetUp.com. C'est un site commercial qui a été lancé en juin 2002, à New York, avec l'objectif de mettre les gens en relation les uns avec les autres autour d'un sujet d'intérêt commun. Son fondateur, Scott Heiferman, a passé les années 1990 dans la fré-

quency de start-up. Un jour, dans une file d'attente pour *The Seigneur des anneaux*, il a ressenti l'impression bizarre d'être entouré d'étrangers et d'avoir en même temps un sens d'appartenance. MeetUp était née. « Les gens aiment l'idée qu'ils peuvent être amis avec un propriétaire de chihuahua en Angleterre, expliquait-il en novembre à l'Associated Press. Pourquoi ne pas prendre un café avec un propriétaire de chihuahua dans votre quartier ? » Sur MeetUp.com, on choisit le lieu et le sujet de son choix sur le site Internet et, si plus de cinq personnes sont intéressées, la rencontre se tient. Il n'y a pas d'organisateur. L'ordinateur s'occupe de tout. Les cafés versent des redevances pour accueillir les groupes.

La star de la campagne est un adolescent de l'Alaska qui, à 14 ans, a réussi à aiguiller 400 personnes vers le site de Dean

MeetUp.com a un catalogue de plus de 2 800 clubs, qui vont de Harry Potter à la franc-maçonnerie ou la schizophrénie. Ce que Scott Heiferman n'avait pas prévu, c'est que l'engouement serait plus fort pour la politique que pour les chihuahuas. En janvier 2003, quand il a fait le test de proposer quelques meetup politiques, il est tombé des nues. En un mois, le groupe Dean avait même dépassé l'un des plus populaires, le club Sorcières. Rapidement, Joe Trippi, actuel directeur de campagne d'Howard Dean, un ancien de la politique traditionnelle mais aussi de la Silicon Valley, a essayé d'exploiter cette technique. Aujourd'hui, tous les hommes politiques ont leur MeetUp, mais Dean compte plus de participants que tous les autres réunis.

L'autre facteur déterminant est l'évolution technologique. Il y a quatre ans, Howard Dean n'aurait pas pu mener la même campagne, affirme Steven Johnson, spécialiste d'Internet et auteur d'un livre prémonitoire, *Emergence*, publié en 2001, où il étudiait les stratégies décentralisées et « pratiquement sans leaders » des militants antimondialisés. « Depuis lors, un certain nombre d'outils ont émergé qui permettent précisément ce type de communautés auto-organisées », explique-t-il. Grâce à ces nouveaux logiciels, mais les néophytes peuvent s'improviser directeurs de campagne électorale. Il suffit d'un clic pour se trouver à la tête d'un site Web muni d'un

calendrier d'événements et d'un journal de bord où voisins et amis peuvent inscrire leurs commentaires. Dans le *Deanspace*, des dizaines de communautés sont ainsi enregistrées. Il y a les « docteurs pour Dean », les « cyclistes pour Dean », les « interprètes pour Dean », les « mamans de bon sens pour Dean », etc.

La base fait tout. Elle a monté un *Dean Corps* qui organise des distributions de nourriture pour les sans-abri, des *Dean Défense Forces* qui répondent aux attaques (verbales) des adversaires. Il n'est pas nécessaire d'être en âge de voter. La star de la campagne est un adolescent de l'Alaska, Jonathan Kreiss-Tomkins, qui, à 14 ans, a réussi à aiguiller 400 personnes vers le site

de Dean. Les militants n'interviennent pas sur la ligne politique, mais ils proposent des actions (envoyer des lettres manuscrites à tous les démocrates de l'Iowa). Ils inventent les slogans (« La démocratie n'est pas un sport de spectacle »). Des graphistes ont fait des affiches pour Dean : elles sont à la disposition de tous gratuitement. Des militants sont en train de fabriquer des sports téls. Les images de base et les sons (la voix de Bush faisant la liste des armes de destruction massive, etc.) sont accessibles à tous grâce à Internet. Dans un vaste mouvement de réappropriation, la base est en train de prendre le travail des consultants et des services de marketing.

Washington parle sur l'essoufflement d'un mouvement aussi subversif. Le chercheur Steven Johnson, lui, s'avoue partagé. « Sur le papier, le général Clark semble avoir de meilleures chances de gagner contre Bush, dit-il. Mais, dans mon for intérieur, j'ai vraiment envie que Dean soit le candidat démocrate. Juste pour voir ce qui se passera lorsqu'une candidature vraiment décentralisée et pratiquement sans leaders » des militants antimondialisés. « Depuis lors, un certain nombre d'outils ont émergé qui permettent précisément ce type de communautés auto-organisées », explique-t-il. Grâce à ces nouveaux logiciels, mais les néophytes peuvent s'improviser directeurs de campagne électorale. Il suffit d'un clic pour se trouver à la tête d'un site Web muni d'un

Corinne Lesnes

PROCHAIN ARTICLE
L'artemurie des steeles