

{ datorrena } Iñaki SOTO

Kanpainak eta dinamikak, aitakeriaz harago

Duela urte mordoa, ezker abertzalearen txosten autokritiko batek zioen kanpainak gehiegi egiten zela eta, horien orde, dinamikak piztu behar zirela. Hasieran, ados nengoen. Gero, dinamikak amaierarik eta ordenarik gabeko kanpainen segida zirela iruditu zitzaidan.

Jakina, baliteke gu beste ezer egiteko kapazak ez izatea. Izan ere, dinamika kanpaina eta prozesu politiko baten erdian kokatzen den ekimena izango litzateke. Berez, badute zentzua, gauzatu ez den arren. Orduetik, dinamikak susmagarriak egiten zaizkit eta kanpainen gehiago estimatzen ditut.

Sarri, erakundeetan –izan enpresa, instituzio edo alderdi– beste zerbaiten bila aritzen gara, eta erantzun zuzena kanpaina bat da, besterik ez. Neurtua eta neurgarria den ekimen komunikatibo bat, politikoa eta instituzionala, bere adierarik zabalenean.

Gainera, hauteskundeetan testuingurura itzulita, kanpainen indarra irabazi dutela esango nuke. Izan da aro bat non ez zuten apenas ezer mugitzen. Hobeak edo okerragoak ziren, noski, baina ez ziruditen bereziki eraginkorrak. Alderdien osasun egoeraren adierazle onak ziren, baina ez zituzten boto-emaeleak mobilizatzen. Orain, teknologiaren eraginez, munduak hartu duen abiaduraren ondorioz eta politizazio modu desberdinak direla medio, kanpaina batek emaitzetan eragin handiagoa izan dezakeela dirudi. Akatsak ez egitearekin ez da nahikoa.

Aste honetan, Ioni Abelson aholkulari argentinarrek kanpainak zer diren eta zer ez diren laburbildu du Twitterren: «*Una campaña nunca es hacer pedagogía. ¿Quién somos nosotros para enseñarle algo a alguien? Una campaña busca camuflarse en una conversación pre-existente, instalar nuestros ejes y narrativa*

de la forma más armónica posible». Kontakizun zabalago baten baitan sartzen den mekanismo biderkatzailerik gisa ulertzea interesgarria iruditu zait. Aurretik, agenda markatu ahal izateko, lehendabizi ildo zuzen markatu behar da. Eta kontakizuna beldur gabe txukundu, etengabe zuzenduz eta doitu. Teknika eta talentua behar dira. Lan zaila da.

Diskurtso publikoan hain zabalduta dagoen aitakeriaz aldentzen delako ere gustatu zait. Paternalismoa manipulazio-maila eskasena da: bere indar bakarra botere desoreka da. Ez gaude inori lezioak emateko, astunak izateko. Zentzu honetan, gazteen faktorea kanpainen nola sartu den interesgarria iruditu zait.

Estatu mailan, “La Pija y la Quinqui”-k “Perro Sanxe”-ri egin zioten elkarriketaren eragina neurtzeko

Kanpainak «pedagogia egiteko» ez direla esanda, Abelsonen alboratzen du ohiko aitakeria. Paternalismoa manipulazioaren mailarik eskasena da, bere indar bakarra botere desoreka baita

gaitasunik ez daukat. Paradoxikoki, Sanchezek hor eman du bere mailarik onena. Ekimen arrakastatsua izan zen, zalantzarik gabe, baina ez dakit hori boto bihurtuko ote den –«txanponduko» duten–. Teknikoki, oraingoz, urrats hori zail ikusten dut.

Euskal Herrian, EH Bilduren aldeko kanpaina egiteaz gain, Ernaik bozkatzeko adina 16ra jaitea eskatu du. Era horretan, aurretik existitzen den elkarriketa batean beren ildo eta kontakizuna modu trebean kokatu dute, Abelsonen arabera. Nazioarteko korrante bat bereganatu dute eta beren ondare politikoan kokatu egin dute gora. Agian, gaur egungo gazte eroak biak, kanpainak eta dinamikak, egiteko gai dira. •