

# AEB-ETAN MITINEN LEKUA HARTU DUTE MEME POLITIKOEK

Jairo MEJIA (Efe)

Ameriketako Estatu Batuetako hauteskunde kanpainako giroan sekulako eragina izan du Covid-19 koronabirusak eta jada betidanik ikusi ditugun masa-mobilizazio handiak desagertu egin dira. Sare sozialak, memeak eta algoritmoak dira egungo gako berriak botoa erakartzeko.

**L**asterketan esku hartzen ari diren talde-  
etako buruek beren estrategiak molda-  
tu egin behar izan dituzte, meme dei-  
tzen diegun mezu sinpleei eta sare  
sozialei garrantzia gehiago emateko.  
Horiek dira kanpaina berriko arma na-

Ezkerrean, Trumpen  
aldekoek «Obamagate»  
ustezko eskandaluari buruz  
egindako memea. Bestean,  
Alejandra Ocasio-Cortez  
demokrata eta bere bideo  
jokoko pertsonaia. GAUR8



gusiak. Eta horiek erabiltzearen ingu-  
ruko gomendio-algoritmoek berebizi-  
ko zeregina izaten dute.

Orain arte, kanpainak AEBetan egin  
daitezkeen jarduerarik sozialenak  
izaten ziren. Hilabete askoko iraupe-  
na izaten zuten kanpainatan, ehunka  
lagun elkartzen ziren herrialde oso-  
an, kasu batzuetan milaka esku har-  
tzaile aldi berean, presidente izan  
nahi duen hautagaiaren edo bere or-  
dezkariren baten mezuak entzuteko.  
Ekitaldi horiek pop kontzertu ikusga-  
rrienen inbidiarik ez dute izaten.

Fenomenoa hitzordu inportantee-  
na iristeko aste batzuk falta direnean  
hazten da. Hautagaien jarraitzaileak  
etxez etxe joaten dira, alde aurretik  
propio aukeratutako auzo strategi-  
koetan, herritarrei botoa eskatzeko.  
Eta zalantzan dagoenari, hautagaia-  
ren aldeko argudioak azaltzeko.

Aurten giroa erabat aldatu da or-  
dea. Pentsaezina da orain arte egiten  
zena egiten jarraitzea. Eta egungo  
egoera ez da hobetuko azaroaren 3ra-  
ko, Donald Trump egungo presiden-  
tea eta Joe Biden Alderdi Demokrata-  
ko hautagaiaren arteko aukeraketa  
hautetsontzietan egin behar den egu-  
nerako.

Biden beteranoak badaki etxetik ir-  
ten gabe kanpaina egiteak zailtasun as-  
ko izaten dituela: oso ezerosoak izaten

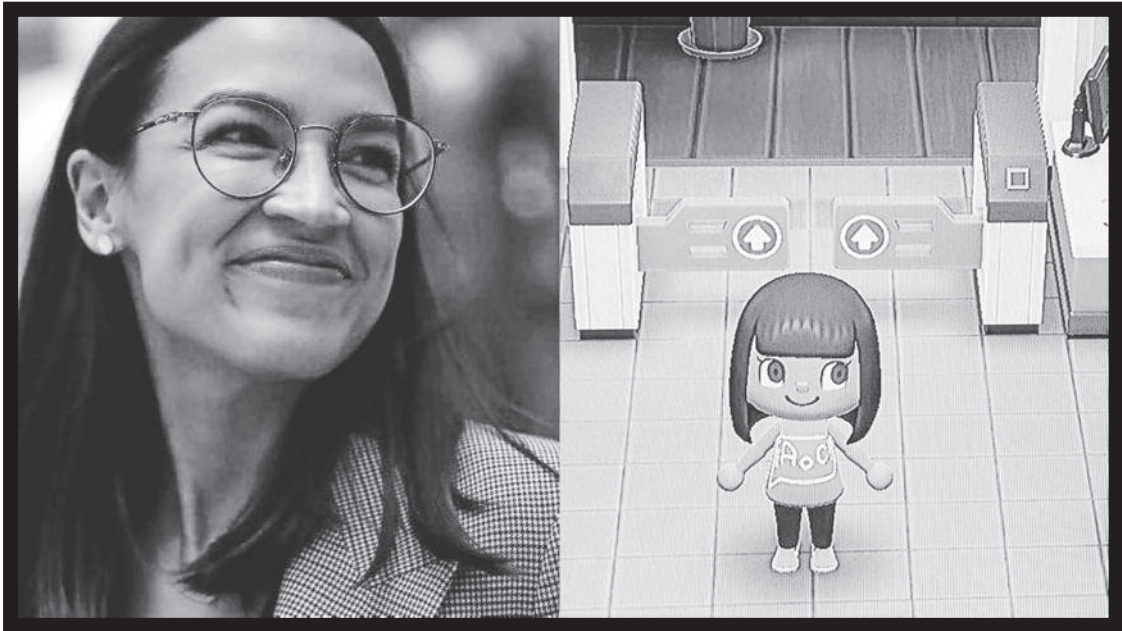
diren isiltasun uneak, eten egiten di-  
ren konexioak, inolaz ere lortzen ez  
den katarsia eta pandemiaren eraginez  
etxean lanean aritzeagatik dagoeneko  
ohiko egin zaigun «entzuten nauzue?»  
galdera ezinbestekoa.

Orain bi aste Biden demokratak «mi-  
tin birtuala» eskainiko ziela agindu  
ziren Floridako Tampa hiriko jarraitzaileei.  
Disc-jockey batek alaitzen zuen gi-  
roa bere gelatik eta publikorik gabeko  
musikak bide ematen zien gonbida-  
tuei, koordinazio handirik gabe: buka-  
tzen ez ziren segundoak egiten zituz-  
ten kamerari begira ezer esan gabe,  
edo hitzaldien erdian pantaila beltz-  
beltz geratzen zen.

## ALEJANDRA OCASIO-CORTEZEN HERRI BIRTUALA

Aldi berean, politikari batzuk normal-  
tasun berrian ondo moldatzen direla  
dirudi. Alejandra Ocasio-Cortez New  
Yorkeko kongresukide demokrata bere  
saltsan dabil. Bere boto emaileekin ko-  
munikatzen da Nintendo etxearen  
Animal Crossing bideo jokoarekin, he-  
rri birtual batean. Koronabirusaren  
aurkako itxialdia hasi zenetik, parla-  
mentari gaztearen onarpen mailak go-  
ra egin du.

Hautagai demokrataren aurrean  
Trump daukagu. Bere kanpainako ar-  
duradunak oso trebeak dira memeak  
beren onurarako erabiltzeko garaian.





Sare sozialetan tankerako umorezko mezu sinpleak sortzeko lantalde berezi bat dauka errepublikanoak. Hilaren 11n, Instagramen presidenteak duen kontuak meme bat eman zuen argitara: Trumpen aurpegiaren gainean honako esaldia irakur zitekeen: «Ni iker-tzen zuek ondo pasatu izana espero dut». Eta azpian, mehatxua: «Orain niri tokatzen zait».

Trumpek «Obamagate» bataiatu duen ustezko eskandalua albistegieta-ra iristea nahi du, nahiz eta aurreko presidentea zipriztintzen duen elementurik jarri ez duen mahaiaren gainean. Inolako frogarik izan ez arren, mezuak 1,7 milioi *like* lortu zituen oso egun gutxitan. Joe Biden demokratik, aldiz, nahiz eta Keegan-Michael Key umoristarekin oso esketx landua ipini zuen sare sozial berean, 50.000 «gustatu zait» baino ez ditu bildu.

Hutsalkeria dirudi, baina garrantzitsua da, batez ere sarean egingo den

Ezkerreko argazkian, Etxe Zuriaren aurrean egindako protestaldi batean, manifestari batek «Trump gezurretan, herritarrak hiltzen» dioen maskara darama. Beste bi irudietan, egungo presidentearen aldeko Pennsylvania estatuko herritarrak koronabirusaren aurkako babesa jarrita (goian) eta jarri gabe (behean). Azken bi argazki horiek hilaren 14an egindakoak dira.

Eric BARADAT-Mandel NGAN | AFP

**Alejandra Ocasio-Cortez New Yorkeko kongresukide demokrata bere saltsan dabil. Hautesleekin komunikatzen da bideo joko batekin, herri birtualean. Itxialdia hasi zenetik, bere onarpen mailak gora egin du**

**Inolako frogarik izan ez arren, Trumpen Obamaren aurkako mezuak 1,7 milioi «like» lortu zituen oso egun gutxitan Instagramen. Bidenek, nahiz eta umorista batekin oso esketx landua ipini zuen, 50.000 baino ez ditu bildu**

kanpainen: Facebook, Youtube, Instagram edo Tiktok bezalako sare soziale-tako hizkera trebezia handiarekin era-biltzen dutenek, boto emaileak etxetik aterarazteko aukera gehiago izango du-te azaroaren 3an.

«Aurrekaririk gabeko kanpaina izan-go dela badirudi ere, inor ez zegoela al-dez aurretik modu egokian prestatuta, egia esan kanpaina egiten duten ekipo-ek sei hilabete daramatzate makineria hori behar bezala koipeztatzen. Planifi-

kazioan aurreikusitakoa baino gauza gehiago egitea besterik ez dute», espli-katu berri du bere zutabeen Jennifer Stromer Siracusako Unibertsitateko komunikazio irakasleak.

Algoritmoak dira gakoa. Horiek sare sozial garrantzitsuenetako informa-zioa sailkatu, ordenatu eta gomenda-tzen dute. Seguru asko, egungo kanpai-na honetan beste inoiz baino gehiago, algoritmoek hautagaien mezuak indar-tu edo ahuldu egingo dituzte. Mundu digitalera ondoen egokitzen den hau-tagaiak boto emaile gehiago mobiliza-tzea lor dezake, boto gehiago alegia.

«Niretzat, Donald Trump gorroto as-ko duen norbaiten meme baten pare-koa da, eta gu, aldiz, senideen besarka-da jasotzen duen eta etxekoei sorpresa eman nahi dien soldaduen bideoa-ren parekoak gara», adierazi berri dio CNN telebista kateari Rob Flaherty Joe Bidenen kanpainako eduki digitalen zuzendariak.