ABC

17.11.2026

Sánchez orienta la propria strategia pubblica verso una sovraesposizione

Gli ultimi sondaggi determinano la tattica di ampliare i margini ideologici verso il centro, puntando su nuovi formati e programmi precedentemente scartati. Il presidente si divide tra gli eventi di partito e i programmi di "info-intrattenimento" in cui cerca di trasmettere un'immagine di vicinanza



Di Ainhoa Martínez - Madrid

Una campagna ibrida e «viva». È così che a Ferraz definiscono l'orientamento dei giorni che restano fino al 29 novembre. La strategia è definita, ma viene modulata e accelerata in funzione di quanto indicano i sondaggi. All'interno del partito si gestiscono «trackings» quotidiani che consentono di orientare le prossime mosse e comprendere l'efficacia di quelle già compiute.

Tentativi ed errori

Gli eventi del partito sono stati progettati sulla base di una mappa delle «zone critiche»: circa 20 province in cui il PSOE si gioca il tutto per tutto, dove i seggi sono in bilico o devono essere consolidati a tutti i costi; tuttavia, gli strateghi socialisti sono consapevoli che il comizio tradizionale abbia un'efficacia molto marginale. Serve a coinvolgere chi è già convinto, ma ha un impatto minimo su altri segmenti di pubblico, al di là di coloro che seguono i formati tradizionali. Ecco perché Pedro Sánchez sta optando, in questa campagna elettorale, per una strategia diversificata che gli consenta di raggiungere nuove nicchie elettorali. Tutto contemporaneamente e ovunque. Il candidato socialista si sta sottoponendo a una sovraesposizione mediatica senza precedenti. Molto superiore a quella del 2023, la cui strategia all'epoca era incentrata sullo sfondamento della «bolla dell'antisanchismo», ricorrendo a mezzi di comunicazione e formati ostili per smontare l'immagine che si era costruita di lui durante i primi anni di governo.

Ora, Sánchez ha superato questa tattica e cerca di accelerarla. Si nota un certo schema, caratterizzato da altre campagne precedenti in cui il candidato si moltiplica per riuscire a diffondere i propri messaggi. L'obiettivo ora non sono tanto i format informativi, con interviste tradizionali condotte da giornalisti – sebbene anche quelle siano presenti –, quanto piuttosto ricorrere all'«infotainment»: podcast e riviste dal tono più disinvolto, che consentono di proiettare un'immagine del candidato più vicina e umana.

Sánchez si è già presentato come marito, figlio o padre; parlando degli insulti che riceve e dell'impatto che questi hanno, ad esempio, sulle sue figlie quando escono a festeggiare. «Viva le madri che ci hanno messo al mondo», ha affermato nell'ultimo comizio, con sua madre in prima fila. A riprova di ciò, sia giovedì che domenica ha messo a segno due doppiette: prima un comizio a Siviglia e ad Alcorcón, per poi recarsi rispettivamente a «El perro andaluz» (TVE) e «Fuera de control» (La Séptima), dove ha cercato di promuovere il proprio programma, ma concedendosi battute umoristiche e pettegolezzi che superano di gran lunga il tono a cui il presidente è abituato. E si nota. La sua partecipazione a questi nuovi format è confermata anche dall'intervento in «La Revuelta» o «The Wild Project».

L'obiettivo è superare i limiti del politicamente corretto. Inoltre, il presidente concilia la sua onnipresenza con altre interviste tradizionali: con Carlos Franganillo, ieri a «Informativos Telecinco»; con Susanna Griso, mercoledì a «Espejo público»; o domenica prossima a «Salvados» con Gonzo. Alcuni di questi impegni non erano stati confermati fino all'ultimo momento e rispondono alla svolta strategica di questi giorni. Nei sondaggi interni del PSOE, la strategia di soffocamento politico dello spazio alla propria sinistra sta già mostrando segni di esaurimento. Il culmine di questa mossa è stato confermato con l'adozione, nel programma elettorale, come proprie di misure che i partner di Sumar hanno ancora in serbo in questo mandato e che i socialisti hanno sistematicamente bloccato in Consiglio dei Ministri. I congedi parentali retribuiti, il controllo dell'orario di lavoro, l'abbassamento dell'età di voto a 16 anni, tra le altre, sono iniziative che recano il sigillo del partner di minoranza e che sono state infine assorbite nell'universo socialista per cercare di proiettare, con ancora maggiore forza, la propria campagna del «voto utile» nell'ambito progressista.

Tuttavia, i numeri continuano a essere ostinati e il primo posto – per quanto internamente si assicuri il contrario – continua a sembrare lontano. Il PSOE ha bisogno di una spinta in più e, sebbene riponga tutte le sue speranze nella mobilitazione che potrà generarsi il giorno delle elezioni, ha iniziato a guardare verso destra come ultima risorsa. Una svolta verso il centro che non è certo una novità e la cui efficacia la sede socialista si rifiuta di dare per esaurita. Domenica si è assistito a una dimostrazione palese di questa svolta, con Sánchez che sventolava la bandiera spagnola e abbracciava il suo vicepresidente Carlos Cuerpo come pilastro della moderazione.

La strategia ora prevede un ampliamento dei margini verso il centro, in modo da arginare la fuga di voti verso il PP e, se possibile, attirare qualche elettore che rifiuti la coppia formata da Alberto Núñez Feijóo e Santiago Abascal. «Il PSOE ha uno spettro ideologico molto ampio. Non credo che una persona di centro possa essere contraria ai servizi pubblici», sottolineano dalla dirigenza socialista, cercando di spiegare il nuovo orientamento dei propri messaggi.

L'«Esercito di Sánchez»

Nel frattempo, la partita si gioca anche sui social media. Una parte sostanziale della macchina elettorale messa in moto dal PSOE ha visto ieri la presenza di André Janones, l'artefice dell'«Esercito di Lula», figura chiave nella mobilitazione che ha determinato la svolta elettorale. Il presidente brasiliano ha visitato la Moncloa e ha avuto un incontro privato con Sánchez per esprimergli il proprio sostegno in vista della campagna elettorale e condividere alcuni degli elementi chiave alla base della sua rimonta. La foto con Lula riveste un significato simbolico particolare e il candidato socialista l'ha voluta a tutti i costi, anche se il suo omologo brasiliano non aveva la voce per illustrare il programma previsto. Janones ha partecipato sia alle riunioni di gruppo a Moncloa sia a quella successiva con i dirigenti socialisti, che mirano a replicare il risultato ottenuto in Brasile: ribaltare tutte le previsioni che danno Sánchez fuori dal potere il 29 novembre.