EL MUNDO

15.11.2026

Cosa ci comunicano con il loro manifesto elettorale



LEYRE IGLESIAS



De izquierda a derecha, carteles electorales con los rostros de los candidatos a las elecciones del 29 de noviembre y los lemas de campaña electoral del Partido Popular de Alberto Núñez Feijóo; el PSOE de Pedro Sánchez; Vox, liderado por Santiago Abascal; el Frente Amplio encabezado por Ada Colau; PNV (única imagen coral) y EH Bildu (Oihana Etxebarrieta). EL MUNDO

La trasformazione di Feijóo: ha perso gli occhiali e l'innocenza

Siamo già in campagna elettorale, ammesso che non vi siamo ormai stabilmente immersi. Almeno dalla notte del 23 luglio e da quel «siamo più numerosi». I partiti tirano fuori l'artiglieria pesante, inondano la sfera pubblica di messaggi accuratamente pianificati e promesse altisonanti, si prodigano sui media, nei comizi e in format alla Jordi Wild, e si sforzano di apparire simpatici, di convincere e di emozionare. Dopo tre duri anni, Alberto Núñez Feijóo appare più solido e sicuro di sé. Nel manifesto elettorale del 2023 appariva con camicia bianca e occhiali, alcune bandiere spagnole sfumate e lo slogan «È il momento». Sembra che sia passata un'eternità. Nel manifesto del 29 novembre appare molto più maturo, da candidato alla presidenza. Guarda verso la telecamera senza occhiali, con la giacca ma senza cravatta – da destra, ma senza esagerare –, su uno sfondo blu e con lo slogan «Il cambiamento necessario». In basso, le sigle del PP e una piccola bandiera, nient'altro. Il candidato del PP offre stabilità, serietà. Quasi tecnocrazia. E ciò contrasta con un'altra operazione parallela del PP: oggi Isabel Díaz Ayuso non è l'unica a gettarsi nella mischia per confrontarsi con la sinistra. Il reparto social di Genova è cambiato completamente e sfrutta al massimo l'ironia, l'intelligenza artificiale e le frecciatine smisurate, a volte senza freni. La sinistra è diventata noiosa; la destra, provocatoria. La strategia, sì, ha qualcosa di bipolare. Quel che è certo è che Feijóo non è più il tranquillo barone autonomista estraneo alla comunicazione del XXI secolo che ci sorrideva con una certa innocenza, come se fosse appena arrivato dalla Galizia, in quel manifesto elettorale.

Sánchez, come Rosalía o una rockstar

Passiamo al PSOE. Pedro Sánchez sembra in difficoltà. L'UCO, l'Audiencia Nacional, il suo ex autista arrestato e la Procura europea non sono certo argomenti di buon gusto, anche se non si sottolineerà mai abbastanza la capacità del presidente di restare in piedi. Perché questo bisogno così forte di resistere! Ciononostante, sembra che il «bunker» del segretario generale sia più pigro. Il suo manifesto elettorale è piuttosto simile a quello utilizzato tre anni fa. Entrambi mostrano Sánchez, apparentemente senza posare, immerso nella folla, sorridente e accompagnato dal rosso del PSOE. Nel 2023 lo slogan era «Adelante. La Spagna avanza». Ora è «La forza del popolo» – di un futuro migliore meglio non parlare –, e lui indossa una giacca marrone simile al velluto a coste, alla maniera di Felipe González; una vera e propria appropriazione culturale. Anche se non sembra, l'immagine è di una meritoria onestà: fa appello al popolo e alla forza collettiva mentre una moltitudine di mani cerca di toccarlo come se fosse Rosalía o una rock star. Ecco il culto del leader e l'idea che il PSOE – il popolo – sia io. Il suo obiettivo, in ogni caso, è mobilitare la massa. È possibile che ricorrere a Begoña Gómez, eroina del femminismo, del socialismo e del progresso professionale, non sia una decisione disperata ma intelligente; cosa ne sappiamo noi altri. Il blocco di Sánchez vive in una bolla talmente isolata che noi altri possiamo a malapena aspirare a osservarlo come si osserva un animale esotico. Per comprenderlo occorrerebbe una tesi di dottorato, cinque anni di studi universitari o, perché no, una cattedra all'università.

Abascal non è più un agricoltore e il PNV costituisce l'eccezione

Se Feijóo è colui che è cambiato di più fisicamente, il messaggio che ha subito la trasformazione maggiore è quello di Santiago Abascal. Nel suo manifesto sorride leggermente, in giacca e cravatta, con lo slogan «È buon senso» e tre promesse: «Priorità nazionale, deregolamentazione, rimpatrio». Ordine, serietà, gestione. Nel 2023 il presidente di Vox sembrava un'altra persona. Con una giacca informale, da agricoltore, guardava di lato; fuori dal sistema, forse. Ma Vox si è «lepenizzata» nell'aspetto e nel programma. Le questioni religiose contano ormai poco; l'essenziale è la linea dura sull'immigrazione (oltre all'intervento dello Stato in materia di alloggi o energia). Certo, per essere un leader dirompente, la sua immagine è molto mainstream. Anche il volto di Colau riempie il manifesto del Frente Amplio, così come quelli di Rufián, Irene Montero e Nogueras. Nel caso di Bildu, Oihana Etxebarrieta sorride angelicamente, in perfetto stile centrista, con lo slogan «Posible egin» (rendilo possibile) e le parole «garanzia» e «diritti» in spagnolo! Tutti i manifesti, insomma, ripetono la stessa formula: il candidato e lo slogan. Con un'eccezione: il PNV non mostra un volto, bensì un gruppo. Cinque in totale. Vi figurano persino il suo presidente, Aitor Esteban, e il lehendakari Imanol Pradales, che non figurano nelle liste. «Difendiamo l'Euskadi», promettono, accanto alla parola «zaindu» (prendersi cura). L'obiettivo è mettere in mostra esperienza e un progetto collettivo e, di conseguenza, un'unità di cui il partito è carente. Inoltre, se Bildu dovesse sbaragliarli, l'immagine corale potrebbe servire al contestato Esteban per attribuire le colpe. L'estetica elettorale del PNV è antiquata, come se risalisse a prima dell'intelligenza artificiale. E questo, bisogna riconoscerlo, è anche un atto di onestà.