



José Antonio Oleaga, en un pasillo de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la UPV. :: FERNANDO GÓMEZ

«El político ahora no vende ideología, busca fans»

José Antonio Oleaga Presidente de la Asociación Vasca de Sociología y Ciencia Política

IVÁN ORIO

✉ orio@elcorreo.com



«El candidato tiene que exponerse, llamar la atención entre muchos productos, su marca se tiene que diferenciar»

BILBAO. El sociólogo y profesor de la UPV José Antonio Oleaga (Bilbao, 1960) cree que los políticos ya no tratan en estos nuevos tiempos de convencer al electorado de sus ideas, sino que dirigen sus mensajes a determinados segmentos de la población para fidelizar su apoyo hagan lo que hagan y digan lo que digan.

«Buscan fans», afirma.

– La campaña electoral para las generales empieza el próximo viernes, pero da la sensación de que llevamos meses en ella.

– Lo que se nos vende ahora a la ciudadanía en el tema de elecciones es muy distinto a lo que ocurría hace dos décadas. Ahora la ideología parece que se va perdiendo, la sensación es que el juego político, también en consonancia con los tiempos, es menos profundo, menos reflexivo. Los partidos ya no venden ideología y amoldan sus mensajes para determinados públicos o segmentos en temas como el aborto, la caza, el mundo taurino... El candidato tiene que venderse, llamar la atención entre muchos productos, su marca se tiene que diferenciar.

– ¿Los ciudadanos están hartos de la política o es un tópico?

– De la política no hay hartazgo. Todos somos políticos, desde la comuni-

dad de propietarios. Los pensionistas se manifiestan todos los lunes en Bilbao, eso es política. Los jóvenes empiezan a manifestarse los viernes por el cambio climático, eso también es política. Si puede haber hartazgo de ciertos políticos y de las prácticas de ciertos partidos. Lo que si se percibe es un distanciamiento entre la clase política y la ciudadanía.

– En teoría la política supone confrontación de ideas, pero escuchando a los partidos hoy en día parece que se trata únicamente de descalificar al adversario.

– Es que se ha pervertido el mensaje y lo que se busca es diferenciarse. Salir, exponerme, que me atiendan, que me miren, aunque sea para mal.

– Da la sensación de que los responsables de los partidos no se dirigen nunca a la sociedad cuando hablan, sino a sus rivales, como si se reafirmaran en la negación del otro. – Al final se preocupan solo de sus vo-

tantes y de esos ciudadanos cercanos que todavía no son suyos. El político busca fans, ya no busca gente a la que le guste sus ideas. El objetivo es que haga lo que haga me van a decir que nunca es penalti, que la falta siempre se ha producido en el otro lado.

– ¿Los ciudadanos están preparados en sólo dos meses para precampaña, campaña, elecciones, negociaciones para gobernar, otra vez precampaña, campaña, comicios locales y forales...?

– Vamos a tener dos campañas muy seguidas, suponiendo que luego no tengamos una tercera. Vamos a acabar un poco cansos. Ahora se está echando el resto para las generales y eso va a marcar bastante. Lo que no has conseguido en abril es difícil que lo consigas en mayo. Espero que en las siguientes citas empiecen a pensar un poco más en la ciudadanía.

– Parece que esta vez las siglas se han difuminado y han dado paso a los bloques, derecha e izquierda. Antes se batallaba por el centro y ahora por alejarse de él. ¿Esta división política se puede extender también a la sociedad?

– Antes teníamos dos partidos hege-

«De la política no hay hartazgo; todos somos políticos, desde la comunidad de propietarios»

mónicos, PP y PSOE, que prácticamente ocupaban todo el espectro. El PSOE tenía a IU en su esquina más izquierda y el PP aglutinaba a toda la derecha. Podemos no ha nacido más a la izquierda, ni siquiera Vox más a la derecha. Simplemente son los extremos que tenían estos partidos. Como antes PSOE y PP tenían copadas prácticamente todas las esquinas, estiraban a ver hasta dónde llegaba la manta del centro. El problema es que si tiras mucho para el centro dejas descuidada un poco la esquina. La diferencia es que ahora esto se ha fragmentado. Los grandes partidos no consiguen aglutinar y dar respuesta a toda esta variedad de clientes. Por eso hablan de derecha e izquierda. Si consiguen que la gente piense en derecha e izquierda el voto útil de la derecha puede seguir siendo el PP y el de la izquierda, el PSOE.

– Las formaciones se han lanzado al mercado de 'fichajes' como reclamo para el potencial votante.

– Nos estamos yendo a una política más mediática, más de generar fans. En Consumo las marcas te dicen no busques clientes, busca fans porque es la forma de fidelizar. En el terreno político estamos entrando en lo mismo, es decir, que tú tengas una ligazón afectiva con ese partido, no tanto que estés de acuerdo. Porque si estás de acuerdo con su programa, mañana puede venir otro partido, presentar uno mejor y me cambio. Sin embargo, si es una fidelización afectiva, de fan, no cambias. Nadie cambia de equipo de fútbol, pero si de marca de lavavajillas, de coche...

– ¿Esta campaña tiene mucho de pose, después habrá acuerdos?

– La experiencia nos dice que sí. Después de las campañas la gente es capaz de entenderse y de llegar a acuerdos a pesar de las descalificaciones de los días previos. Es mi esperanza.

– ¿Y las 'fake news'?

– Esto es muy grave. Los políticos son quienes dirigen nuestras vidas a grandes rasgos. Lideran nuestros ayuntamientos, diputaciones, gobiernos... Perfectos todos entendemos que no van a ser, pero se están sobrepasando los límites de desvergüenza. Hay políticos que mienten descaradamente y apelan a datos indemostrables.

– Muy poco ejemplarizante para las nuevas generaciones.

– Estamos poniendo el acento en los tóxicos, pero también hay políticos entregados en sus municipios. Hay un montón de gente currando muchas veces de forma voluntaria y metiendo horas a punta pala con ese criterio de bienestar comunal de los míos y de los que no me han votado.

Tu negocio **estará presente** en todos los dispositivos web y móvil

Dirigimos las búsquedas locales a tu negocio y te ayudamos a que **tu marca esté en la mente** de los compradores

Provocamos que te llamen, te escriban o te pidan presupuesto

Y te permitimos ver en tiempo real resultados cliente a cliente

Consigue NUEVOS CLIENTES para tu negocio

Fácil y asequible para Pymes y autónomos

Te diseñamos una estrategia digital personalizada



Más información
944 287 200

EL CORREO