

Todo por la foto - Levante de Castelló - 16/05/2015



Castelló en moviment
simuló un entierro
de la «vieja política»
con ataúd incluido.
LEVANTE-EMV



Bandera republicana y café con Bataller
► Los candidatos de Esquerra Unida en Castelló desplegaron una bandera republicana y una «senyera» en la fachada del ayuntamiento. Abajo, Alfonso Bataller tomando café con vecinos.

Espectáculo. Cada vez más, los candidatos recurren a golpes de efecto para llamar la atención del ciudadano, mientras que las propuestas pasan a un segundo plano.

Todo por la foto

► Un experto en comunicación advierte de que fiarlo todo al espectáculo puede volverse en contra del político, al proyectar una imagen frívola y de poca seriedad



JORDI RUIZ CASTELLÓ

■ Un candidato que graba un vídeo enfundándose unos guantes de boxeador; una aspirante a alcaldesa que juega a la oca sobre un tablero de 25 metros cuadrados; otro que se pinta la cara como un indio; miembros de una formación vestidos de negro portando en procesión un ataúd por el centro de Castelló; integrantes de un partido ataviados con chillonas camisetas naranjas como hinchas de la selección holandesa; dos candidatos que se suben a la terraza del ayuntamiento para desplegar una inmensa bandera republicana; un alcalde/candidato que queda a tomar café con los vecinos.

Son algunas de las instantáneas que deja la campaña electoral. Golpes de efecto con los que los partidos buscan romper la rutina y acaparar la atención mediática. Es la política concebida como espectáculo, que apela a las emociones y que pretende presentar a sus protagonistas como gente cercana, ocurrente u osada. La máxima es no pasar desapercibido, llamar la atención, bordeando la frontera de la extravagancia.

«Cada vez más, la política se ha convertido en una persuasión basada en la seducción y la emotividad. La explicación del programa ha pasado a un segundo plano», subraya Andreu Casero, vicedecano del Grado de Periodismo de la UJI. «El objetivo es generar algún tipo de sentimiento, apelando más al corazón que a la razón», añade.

Casero incide en que los peque-

ños partidos han de recurrir a al ingenio para lograr visibilidad en la campaña frente a los grandes, que copan la agenda apoyados en sus potentes aparatos de comunicación. «Es esencial estar en el debate y la discusión para no ser invisible. Si no participas en la obra de teatro no existes como personaje», asevera.

El profesor de la UJI alerta de los riesgos de una concepción de la política en la que prime la ocurrencia y el gag. «Es negativo basarlo todo en una lógica del entretenimiento y del espectáculo porque la política acaba convirtiéndose en algo trivial, en la que sólo importa la anécdota. Es una simplificación». También destaca que, a base de reite- ración, esta estrategia se puede volver en contra del político. «El ciudadano puede percibir que un político que siempre está de broma no es de fiar», apunta Casero, quien también advierte del riesgo de hacer el ridículo.

El candidato de UPyD, Pedro Tejedo, de boxeador.



Pinturas de guerra, juego de la oca y «marea naranja»

► A la izquierda, el candidato de Compromís, Enric Nomdedéu, con pintura en la cara. Arriba, los socialistas Amparo Marco y César Luena sobre el tablero del juego «de rosa a rosa». Abajo, miembros de Ciudadanos con camisetas naranjas de pasacalle por Castelló.

