Imprimir

La estrategia de la candidata del Frente Nacional para llegar al Elíseo pasa por convertir la segunda vuelta electoral en una pugna entre perdedores y vencedores de la mundialización, en la que su adversario es el representante de la oligarquía

“La elección presidencial es el encuentro entre un hombre y el pueblo”, afirmó el general Charles de Gaulle, impulsor y arquitecto del edificio institucional vigente hoy en Francia, la denominada V República. La segunda vuelta es el momento plebiscitario por excelencia: aquel en el que se da a elegir a un cuerpo electoral entre dos figuras, dos caracteres, dos personalidades, dos maneras de ser y estar en el mundo. Dos representaciones del país, dos idiosincrasias, en suma. Quienes diseñaron los procedimientos, ritmos y mecanismos institucionales de la V República buscaron en el fondo de armario de la cultura política francesa una forma de legitimación directa de la cabeza del Estado y la encontraron en la herencia napoleónica. Un jefe que consigue el consentimiento del pueblo, un individuo que representa a la comunidad entera, un uno que hace las veces del todo, una, como dicen en Francia, “monarquía presidencial”.

Los franceses refrendaron este modelo en 1959 por miedo a la inestabilidad que provocaba lo que De Gaulle llamaba “el régimen de partidos”. Se trataba de evitar que Francia se convirtiera en Italia; es decir, huir a toda costa de los gobiernos débiles, breves y formados por coaliciones de múltiples partidos enfrentados entre sí; pero, sobre todo, la meta era emancipar la figura del jefe del Estado de la “tiranía del Parlamento”. La República francesa otorga así un gran poder al presidente para que sea él quien amarre a la Asamblea Nacional, y no al revés. El objetivo es elegir a un “presidente-monarca” que esté por encima de o más allá de los intereses de grupos, facciones, corporaciones privadas o partidos políticos.

LOS FRANCESES REFRENDARON ESTE MODELO EN 1959 PARA HUIR A TODA COSTA DE LOS GOBIERNOS DÉBILES, BREVES Y FORMADOS POR COALICIONES DE MÚLTIPLES PARTIDOS ENFRENTADOS ENTRE SÍ; PERO, SOBRE TODO, LA META ERA EMANCIPAR LA FIGURA DEL JEFE DEL ESTADO DE LA "TIRANÍA DEL PARLAMENTO"

Esta particularidad del sistema político francés de la V República explica los movimientos algo confusos, desde una óptica española, que esta semana ha protagonizado la candidata del Frente Nacional. En una entrevista emitida en France 2 el día después de la primera vuelta de las elecciones presidenciales, Marine Le Pen anunció que abandonaba temporalmente el liderazgo de su partido con el fin de poder presentarse ante los franceses sin ataduras, como la candidata del consenso y de "la unión de todos los franceses en torno a un proyecto de esperanza, de prosperidad y de seguridad". De este modo, dijo, "estaré por encima de las consideraciones partidistas". Hace tiempo que a Marine Le Pen le sobran las siglas de su formación política. Durante tres años ha coqueteado con la idea de cambiar el nombre del partido sin atreverse finalmente a hacerlo. Pero desde el lunes 24 de abril puede al fin actuar simbólicamente fuera de la estructura que engendró su padre. Y se la percibe cómoda en el papel.

Con este movimiento, la candidata de la rosa azul desea competir con su rival Emmanuel Macron en lo que este tiene de candidato transpartido, mitad François Hollande, mitad Alain Juppé; y por eso mismo mejor capacitado para representar a la generalidad de los franceses. Si Emmanuel Macron aspira a ocupar el centro político que antes representaba François Bayrou, Le Pen se erige en la candidata de la centralidad recusando las etiquetas tradicionales y enviando a su rival al territorio simbólico de la élite y la anti-Francia. Como antes hizo Donald Trump con Hillary Clinton, Marine Le Pen presenta a su rival Macron como un hombre que no conoce a su pueblo; aún más, como un hombre al que su pueblo no quiere.

SI MACRON ASPIRA A OCUPAR EL CENTRO POLÍTICO QUE ANTES REPRESENTABA BAYROU, LE PEN SE ERIGE EN LA CANDIDATA DE LA CENTRALIDAD RECUSANDO LAS ETIQUETAS TRADICIONALES Y ENVIANDO A SU RIVAL AL TERRITORIO SIMBÓLICO DE LA ÉLITE Y LA ANTI-FRANCIA

Esta es la imagen que la candidata nacionalista quiso crear en la mañana del 26 de abril al visitar por sorpresa una fábrica en la ciudad de Amiens que la multinacional Whirlpool amenaza con trasladar a Polonia el próximo año, mientras que su rival se encontraba en la Cámara de Comercio de la misma ciudad. Los trabajadores de la planta ofrecieron un caluroso recibimiento a la candidata ultraderechista, que se hizo fotos con los operarios, escuchó sus reivindicaciones y se proclamó ante las cámaras como “la candidata de los obreros, los trabajadores, los asalariados y la mayoría social de franceses”.

Dos horas más tarde, Macron visitaba el mismo lugar entre silbidos y protestas. El candidato de En Marche quiso tomar la palabra y agarró un megáfono, pero los silbidos, gritos y abucheos de los allí reunidos, entre los que se encontraba François Ruffin, autor del famoso documental Merci patron! y próximo a la candidatura de Jean-Luc Mélenchon, se lo impedía. Los trabajadores y representantes sindicales le increpaban exhortándole a prohibir las deslocalizaciones y proteger el empleo local. Tras mucho batallar, Macron pudo manifestar su opinión: “No, yo no prohibiré a las empresas cerrar sus sedes si así lo deciden libremente; pero trataré de presionar para que no sea así”.

El contraste de imágenes fue tremendo: aplausos frente a silbidos, abrazos frente a empujones, selfies y fotos de grupo frente a gritos, abucheos e insultos. Dos representaciones teatrales opuestas. Y todo en el mismo escenario y en un intervalo temporal de sólo dos horas. Marine Le Pen dió el golpe de efecto que su campaña necesitaba

para despegar.

David contra Goliat

El instituto demoscópico Ipsos estima que la diferencia entre Emmanuel Macron y Marine Le Pen en la segunda vuelta será de 24 puntos. Según este sondeo, el candidato de En Marcha lograría captar el 62% de los votos mientras que la candidata del Frente Nacional obtendría el 38%. Una diferencia notable que confirma a Macron como claro favorito para convertirse en el próximo presidente de la República. Las opciones de la candidata ultranacionalista parecen ser escasas y en su equipo de campaña son conscientes de ello.

SEGÚN EL INSTITUTO DEMOSCÓPICO IPSOS, MACRON LOGRARÍA CAPTAR EL 62% DE LOS VOTOS MIENTRAS QUE LA CANDIDATA DEL FRENTE NACIONAL OBTENDRÍA EL 38%

Por eso la estrategia de Marine Le Pen para los próximos días es un “todo o nada”, una maniobra a la desesperada. Consiste básicamente en recuperar las coordenadas políticas y el espíritu de protesta que en mayo de 2005 llevaron a la mayoría de los franceses a rechazar en referéndum la propuesta de Tratado de Constitución europea. En aquella ocasión, los partidarios del No –entre los que se encontraba el Frente Nacional, pero también la izquierda alternativa– lograron imponerse a los partidarios del Sí –que reunía a socialistas y conservadores–. Ahora Marine Le Pen se esfuerza por instalar ese marco cognitivo. Su única opción de ganar es “convencer a los franceses de que la segunda vuelta no es un voto por o contra el Frente Nacional, sino un referéndum a favor o en contra de la globalización”, resume en un artículo de su blog Alain de Benoîst, uno de los intelectuales más influyentes

de la extrema derecha. Para el FN es clave que la segunda vuelta se plantee en términos de una pugna entre “vencedores y perdedores de la mundialización”.

No debe extrañarnos entonces que Marine Le Pen oponga en sus intervenciones públicas la protección al desamparo y el patriotismo económico a la desregulación. Todo el lenguaje que usa estos días el Frente Nacional busca instalar la idea de que el proyecto de Emmanuel Macron representa la radicalidad de los de arriba y una suerte de particularismo que traerá división y fractura. Las expresiones más empleadas por los portavoces del FN insisten en una hiperbólica falta de mesura de su contrincante: ultraliberalismo, brutalidad social, globalización salvaje, inmigración masiva, inseguridad total. A ellas hay que añadir una nueva palabra hasta ahora no utilizada por el equipo de comunicación de Le Pen y que desde la misma noche electoral de la primera vuelta, la candidata ultraderechista emplea con frecuencia: oligarquía, santo y seña de la campaña de Jean-Luc Mélenchon. El sondeo de Ipsos indica que alrededor de un 15% de los electores de La France Insoumise se decantará por Marine Le Pen en la segunda vuelta, un 50% votará por Macron y un 35% se abstendrá. Le Pen sabe que no es suficiente. Tiene que ser capaz de apelar a toda esa Francia a la que no le va bien, impregnarla del sentimiento de revancha contra los privilegiados, de la imagen de David contra Goliat. “Somos lo pequeño contra lo grande, David contra Goliat. Con nuestro patriotismo venceremos al abandono, a la sumisión y a la capitulación”, dijo Marine Le Pen en un mitin en Niza este jueves 27 de abril.

LAS EXPRESIONES MÁS EMPLEADAS POR LOS PORTAVOCES DEL FN INSISTEN EN UNA HIPERBÓLICA FALTA DE MESURA DE SU CONTRINCANTE: ULTRALIBERALISMO, BRUTALIDAD SOCIAL, GLOBALIZACIÓN SALVAJE, INMIGRACIÓN MASIVA, INSEGURIDAD TOTAL

Los análisis poselectorales de la geografía del voto muestran un país dividido en dos grandes áreas: un oeste y suroeste favorable mayoritariamente a Emmanuel Macron y un este y

noreste partidario de Marine Le Pen, con las excepciones de las regiones metropolitanas de París y Lyon. La línea imaginaria que divide el país Le Pen del país Macron es la que atraviesa Francia desde el puerto de Le Havre hasta la ciudad de Montpellier, con importantes incursiones electorales de la ultraderecha en el entorno de Perpignan, Narbonne y Béziers, así como a lo largo de todo el río Garona. La Francia de Le Pen es la que hace 30 años era rica y próspera, y hoy concentra los principales índices de desempleo, envejecimiento y pérdida de población, la Francia que tiene la sensación de haber caído desde lo alto. La Francia de Macron coincide con la que votó a François Hollande en 2012.

La principal novedad reside en la implantación del FN en zonas rurales con un discurso muy centrado en la denuncia de la pérdida de población y en la defensa de los servicios públicos locales (centros sanitarios, oficinas de Correos, centros educativos, polideportivos, etc). La idea que vehicula Marine Le Pen es que “el Estado ha desaparecido de estos territorios”, y su propuesta, “un Estado que lo pueda todo”, es decir, un Estado-paraguas. La fuerza de este mensaje está relacionada con agrupar varias periferias (cultural, económica, territorial) en torno a una propuesta de orden y protección.

En paralelo a esta lepenización de las periferias, el Frente Nacional trata de ganar espacio en el centro convirtiéndose en una oficina de empleo para jóvenes con ambiciones. Ofrece una carrera política fácil para los estudiantes de las escuelas más prestigiosas del país: la Escuela Normal de la Administración (ENA), el Instituto de Estudios Políticos de París (IEP), la Escuela Normal Superior (ENS), o la Escuela Politécnica de París (EPP). La ultraderecha necesita ganar la legitimidad que le prestan los cuadros salidos de estos centros de élite. Por eso los promocionan sin recato y les guardan un sitio en las primeras filas de los actos y conferencias que celebra el partido. Ahí suelen sentarse Gaetan Dussansaye y Julien Rochedy, futuras promesas del partido que ya se entrenan en tertulias y programas de televisión.

El Frente Nacional lo tiene muy difícil para colocar a su candidata como próxima presidenta

de la República. No obstante, ha progresado notablemente en número de votos respecto del año 2002: 5,5 millones de votos en aquella ocasión frente a 7,7 millones de votos el pasado domingo. Para tener alguna posibilidad debería acercarse a los 13 millones. Se estima una tarea complicada. Daniel de la Fuente y Marina Fernández resumieron en la cadena Ser la jornada electoral del 23 de abril con la canción La danse de la décadance. Dieron en el clavo. Lo que ocurra el 7 de mayo dependerá de si la melodía de la decadencia que Marine Le Pen entona en la Francia rural y post-industrial para conquistar a “los olvidados” se convierte en el hit de esta primavera.

Guillermo Fernández

Fuente imagen: Marine Le Pen posa con los trabajadores de la fábrica de Whirlpool en Amiens el pasado 26 de abril INSTAGRAM DE MARINE LE PEN