

## España

# Pablo Iglesias o el efecto Syriza

El fenómeno de Podemos es similar a otros populismos como el de Grecia, que crecieron al calor de la crisis

## Los expertos opinan

### Beppe Grillo, el nuevo mesías

Luciano Monti\*



Hace poco, dos jóvenes sociólogos italianos (Orazi y Socci) publicaron un ensayo, titulado «El Grillismo». La cuestión principal que formulaban era si el Movimiento 5 Estrellas de Beppe Grillo era una nueva estrella en el cielo o simplemente polvo de estrellas. Este ensayo comienza con la inserción del «Grillismo» y de su política en la era de la revolución de los medios. El límite entre ficción y realidad, o entre política y marketing se está haciendo cada vez más pequeño. Ya no es tiempo de ideologías. Es la hora de los sueños y de los vendedores de sueños. El verdadero problema va a ser entender si el sueño de Grillo está sustentado en un proyecto real. Con respecto al sueño del Movimiento 5 Estrellas, no es tanto su proyecto, como las preguntas que se hacen sus votantes. Sus eslóganes y anatemas, los juicios informales a los herejes, el maniático uso de la democracia digital (referéndums por internet, elección de representantes por internet, el uso del «streaming» y de Twitter) pueden, a primera vista, llevar a pensar en que todo es una pesadilla y no un sueño. La primera conclusión es que Grillo, y en ciertos aspectos también Matteo Renzi, no son los autores ni los responsables del actual show de políticas domésticas sino un producto en sí mismos de esta hipnótica corriente. El futuro decisivo para las jóvenes generaciones y la pérdida de la clase media y la estabilidad económica es una llamada a sus sueños de marketing. La conclusión a la que han llegado estos sociólogos es que no hay que ver a Grillo como un político convencional, puesto que está actuando como un nuevo profeta. La consecuencia de ello reside en que el movimiento es un programa para alcanzar el paraíso en el mundo actual: primero hay que creer en el profeta, segundo, recordar que el profeta está dispuesto a morir por ti.

\*Profesor de Economía en la Universidad Luiss Guido Carli de Roma

E. S. S.

MADRID- Si en algo coinciden los expertos es que los populismos aumentan en periodos de crisis económica y de cansancio con que los partidos mayoritarios se parezcan tanto entre ellos. En la Unión Europea, partidos políticos que tontean con la extrema derecha o que directamente son racistas han entrado en el Parlamento Europeo. También han proliferado en el Viejo Continente los partidos de «castigo», los que buscan votantes hastiados con la situación

de su país, pero que luego tampoco son capaces de ofrecer soluciones reales, como le ha ocurrido al «Movimiento 5 Estrellas» de Beppe Grillo en Italia. En Grecia, uno de los países más afectados por la recesión económica, con unos políticos tradicionales que tardaron en poner freno a la latente corrupción surgió el partido izquierdista Syriza. Su joven líder, Alexis Tsipras, dio la sorpresa en 2012, convirtiéndose en la segunda fuerza más votada en un país donde tradicionalmente se votaba por los conservadores de Nueva

Democracia o por los socialistas de Pasok. El discurso antitroika caló fuerte entre el electorado. Su nostalgia del dracma, también. Precisamente, el partido español Podemos tiene los ojos puestos en Atenas y mantiene muy buena relación con Syriza y su líder. En el Parlamento Europeo, sus eurodiputados se sientan bajo el mismo grupo y suelen estar a favor y en contra de las mismas medidas a debate. Syriza fue el partido más votado durante las elecciones europeas, un objetivo en la mente de Iglesias, que consiguió cinco



Iglesias y otros miembros de Podemos con el líder de Syriza, Alexis Tsipras, en el centro

## Le Pen esconde su verdadero rostro

Arnaud Mercier\*



La llegada de Marine Le Pen como líder del Frente Nacional fue un punto de inflexión. Electoralmente marginal durante 10 años, el FN se ha beneficiado del auge de la crisis económica y la llegada de la izquierda al poder en 1981. Más tarde, el electorado de derecha se radicalizó, víctima de la crisis. Desde entonces, ha logrado buenos resultados (entre el 10 y el 20%), pero permaneció encerrado en este doble electorado de distinto origen. El programa se centró en la inseguridad, la lucha contra la inmigración y la defensa del liberalismo económico (denunciando la presión fiscal).

Reunió a dos electorados diferentes en dos áreas fuertes: el sureste de Francia, con un predominio del electorado conservador radicalizado, el norte y el este de Francia (antiguas regiones industriales en crisis, con un electorado trabajador dominante).

Su éxito se debe a varios factores. Marine Le Pen ha roto con algunos temas y grupos de extrema derecha clásica (por ejemplo, la oposición católica fundamentalista al aborto). Incluso ha podido disociarse de observaciones hechas por su padre en el régimen de Vichy o contra los judíos, para mostrar que el FN no es un partido racista, aunque el miedo a la invasión extranjera y musulmana se mantiene en el corazón del «softpower» político. El discurso económico también ha cambiado. Lejos de defender el liberalis-

mo de Thatcher, como su padre, en 1986 y 1988, ella defiende mejorar el Estado de Bienestar de las clases populares. Y se la arregló para articular este modelo con la defensa de la identidad nacional a través de un discurso antieuropeo, antiglobalización, proteccionista y con la idea base de la «preferencia nacional» en el acceso a beneficios sociales. También cuenta con un empeoramiento de la crisis económica y, por tanto, la desesperación social. Marine Le Pen se enfrenta a cuatro retos: la heterogeneidad de sus electores, unas medidas recomendadas afines a las promesas populistas que pueden ofrecer un partido que nunca ha gobernado, la inestabilidad del electorado y una credibilidad minoritaria en la sociedad. Además una mayoría de franceses sigue considerando al FN peligroso. Por eso ella quiere cambiar el nombre del partido.

\*Profesor de Comunicación Política en la Universidad de Lorraine