

ABC.es

Los nuevos aires de Ségolène Royal



JUAN PEDRO QUIÑONERO. CORRESPONSAL | PARÍS
Domingo, 12-10-08

La nueva imagen «sexy» y «fraternal» de Ségolène Royal ha caído como una bomba de fragmentación en la burocracia del PS, víctima de la crisis de identidad más grave desde la refundación del partido, en 1971. La candidata a la presidencia de la República, derrotada por Nicolas Sarkozy en 2007, ha comenzado a crear un «movimiento» que va «más allá» de las fronteras tradicionales del socialismo francés.

Y sus principales armas de ocupación del terreno político son su fotogenia, su cuerpo serrano, atizando a la opinión pública joven contra los militantes tradicionales. Sus rivales en la dirección del PS la acusan de haberse convertido en una «gurú», una «tele predicadora» que utiliza el marketing y su fotogenia para «conquistar su pastel del mercado político». Henri Emmanuelli, ex secretario general del socialismo francés, comenta el último mitin de Ségolène de este modo: «Tiene una visión política que solo se basa en el marketing, utiliza los mismos recursos de la publicidad comercial y está en los antípodas de la tradición socialista». Ségolène, por su parte, ha cambiado de imagen y de estrategia. La antigua señora bien, vestida de Chanel, impecable, acompañada a toda

hora de una peluquera de lujo, ha dejado paso a una señora que luce las caderas en pantalones ajustados, no duda en deslumbrar con su torso apenas cubierto con camisas de seda (sin sujetador), el pelo alborotado de una veinteañera y la terminología amorosa de la tradición hippie.

En su último mitin -«Unidos por la fraternidad»- la antigua candidata socialista a la presidencia de la República, la candidata inconfesable a la dirección del PS, no citó ni una sola vez la palabra socialismo. Y, entre canción y canción amorosa, atizaba a su público que tanto la quiere contra los militantes y «aparatchiks» de su partido. Cuando Royal gritaba «¡Os amo!» o «¡Amaos los unos a los otros..!», «¡Fraternidad!», el público respondía con abucheos para los militantes del PS.

Cambio de rumbo

«El mitin de Ségolène marca un cambio de rumbo en su carrera», comenta un experto en la historia del Partido Socialista, agregando: «Ella, que fue el arquetipo de los jóvenes trepadores durante la era Mitterrand. Ella, que fue el modelo ideal de la burócrata socialista, utiliza ahora la técnica de los telepredicadores en la TV norteamericana. Imágenes sexy, nada de ideología. Y llamamiento al amor y la fraternidad universales».

La nueva Ségolène juega con varias barajas. Dentro del PS, su guardia pretoriana no ha perdido la esperanza de conquistar la dirección del partido. Fuera del partido, Ségolène ha creado una discreta pero eficaz maquinaria de guerra política que trabaja en tres frentes: dentro del PS, los hombres del Ségolène maniobran en busca de apoyos. Fuera del PS, Ségolène ha comenzado a buscar apoyos entre intelectuales, artistas, músicos, etc. Y, mucho más allá, entre la gente joven, el equipo de Ségolène está echando los cimientos de una nueva organización transversal...

La nueva imagen «sexy» y «fraternal» de Ségolène tiene la fuerza del marketing publicitario: una señora de buen ver que grita entusiasta «¡Amor, amor..!» deja por los suelos la imagen de los «elefantes» del PS (los socialistas históricos), con sus trajes, sus corbatas y sus discursos para militantes. Al mismo tiempo, es fuerza de nuevo cuño está coqueteando con el abismo: la Ségolène «gurú» y «predicadora» choca de manera brutal con las antiguas raíces del socialismo francés.