



Estudios sociológicos

ISSN: 0185-4186

ISSN: 2448-6442

El Colegio de México A.C., Centro de Estudios Sociológicos

Urteaga, Eguzki

Les nouveaux masques de l'extrême droite

Estudios sociológicos, vol. XLI, núm. 121, 2023, Enero-Abril, pp. 241-250

El Colegio de México A.C., Centro de Estudios Sociológicos

DOI: <https://doi.org/10.24201/es.2023v41n121.2331>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=59875132009>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

UDEM 

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Reseña



Les nouveaux masques de l'extrême droite
Llorca Raphaël (2022). La Tour d'Aigues,
Editions de l'Aube, 128 pp.

Eguzki Urteaga

Universidad del País Vasco

Vitoria, España

 <https://orcid.org/0000-0002-0048-7352>

eguzki.urteaga@ehu.eus

Raphaël Llorca acaba de publicar la obra Les nouveaux masques de l'extrême droite en la editorial de l'Aube. El autor es diplomado de la ESCP Bussines School y doctorando en filosofía del lenguaje en la École des Hautes Études en Sciences Sociales. Además de ser planificador estratégico en Havas y miembro del Observatorio de la Opinión, es investigador asociado en la Fundación Jean Jaurès. Ha publicado con anterioridad el libro *La marque Macron* (2021).



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.

Reconocimiento-No Comercial-Sin Obra Derivada 4.0 Internacional.

En el primer capítulo de la presente obra, dedicado al momento Zemmour, el autor recuerda que, de agosto a diciembre de 2021, el Hexágono ha asistido al surgimiento de un nuevo líder político que formaba parte del panorama mediático desde hace varios años (p. 11). En poco tiempo, Zemmour ha alterado la campaña electoral y, por ende, el panorama político galo, “imponiendo sus temas, su tono e incluso [condicionando] el posicionamiento de unos y otros” (pp. 11-12).

Es probable que modifique duraderamente los equilibrios políticos y la manera de hacer política en el futuro (p. 12).

Lo cierto es que el momento Zemmour ha interrumpido la dinámica electoral de Marine Le Pen (p. 14). Entre la candidata de la desdemonización (Le Pen) y el candidato de la radicalidad (Zemmour) “hay toda una serie de transmutaciones políticas y simbólicas que han [transformado] radicalmente la esfera de influencia de la extrema derecha en su conjunto” (pp. 14-15). De hecho, “en la guerra de las ideas, nuevos actores se han unido a la escena, con nuevas maneras de promover sus puntos de vista. En la batalla del imaginario, nuevas formas han emergido, nuevos códigos se han impuesto” (p. 15). En ese sentido, el enfrentamiento entre Zemmour y Le Pen, “tan central para comprender la reconfiguración de la extrema derecha, es también una batalla de signos, que prolonga y materializa la batalla de las ideas” (p. 15).

En efecto, “para que una idea surta efecto, para que se instale de manera duradera en las mentes y que indique más [nítidamente] su pertenencia, debe convertirse en una fuerza material que se inscribe en unos signos” (p. 16). Por lo cual, “para estudiar el sistema de signos de Marine Le Pen y Eric Zemmour, un artefacto será movilizad[o] [por el autor] a lo largo de este libro: la máscara” (p. 16).

Lo cierto es que, históricamente, la extrema derecha siempre ha sabido desarrollar un imaginario político poderoso. A partir del siglo XIX, “se materializa y se difunde a través de carteles, caricaturas, octavillas e incluso objetos de la vida cotidiana [...], lo que tiene como efecto generar la producción de imágenes mentales” (p. 17). Más allá de la gran diversidad de las formas utilizadas, llama la atención la gran coherencia de ese imaginario que gira en torno a cuatro temas fundamentales: la tierra, el pueblo, la vida y el mito (p. 17). El Frente Nacional, convertido en Agrupación Nacional, “no ha conseguido solamente reunir a un conjunto de grupúsculos de extrema derecha, [condenados hasta entonces]

a la clandestinidad, sino que ha contribuido a visibilizar ante un amplio público todo un imaginario político, restringido a unos pequeños círculos militantes durante un largo periodo” (p. 18).

Durante más de cuatro décadas, “la dinastía Le Pen ha articulado de manera coherente un sistema de valores, un relato y una estética. [...] La marca Le Pen existe [hoy en día] y es [todavía] poderosa” (p. 18). Desde que asumió la presidencia del Frente Nacional, Marine Le Pen ha desarrollado una estrategia de desdemonización al recurrir a la estrategia simbólica de la máscara. De hecho, al igual que la marca, “la máscara puede ser comprendida como un sistema de signos, pero su dinámica de construcción y de ordenación es muy diferente. En efecto, la máscara tiene la peculiaridad de ser un artefacto que, en el mismo movimiento, enseña y esconde” (p. 21).

La máscara Le Pen aspira a ocultar su verdadera identidad al requerir una serie de discursos, símbolos y valores. “Este primer enfoque está fuertemente influido por toda una tradición moralista que, desde el signo XVI, nos invita a contemplar la máscara como una [...] trampa, como un disfraz que aspiraría ante todo a ocultar la verdadera naturaleza del que lo lleva” (p. 22). En esta óptica, “la mejor manera de oponerse a la máscara Le Pen consistiría en [hacerla] caer” (p. 23). Según Llorca, “ese enfoque parece, hoy en día, desfasado porque hemos entrado en la sociedad de la máscara, una sociedad para la cual la máscara ha dejado de ser un escándalo moral que se trataría de denunciar con fervor, una sociedad en la cual las máscaras están por todas partes en nuestra vida diaria” (p. 23).

Esto transluce en nuestra relación a la tecnología, a los demás y a la política. Efectivamente, en política, el juego de máscaras está interiorizado desde hace mucho tiempo por la ciudadanía (p. 24). De hecho, los políticos se ponen unas máscaras que los gobernados identifican como tales, “para, simultáneamente, apropiárselas y construir sus propias convenciones [y] su propia identidad política” (p. 25). En el caso de Zemmour, aunque “reivindica ser el candidato que hace caer las máscaras”, las utiliza igualmente (p. 26).

Lo cierto es que la máscara es doble. “Para comprenderlo, conviene interesarse, no solamente a lo que esconde, sino a lo que enseña, sin temor a caer en la ilusión o el error. Pensar correctamente la máscara es, en efecto, rechazar el dualismo de la apariencia y de la esencia” (p.

29). Porque, fundamentalmente, toda máscara es, ante todo, “un sistema de representación plástica, una forma estética que construye y organiza unos signos” (p. 30). Toda máscara es, asimismo, “una fábrica de imágenes, un universo de sentido que actúa y moviliza” (p. 30).

En el segundo capítulo, dedicado a la batalla de la representación, el autor subraya que, para comprender la construcción del sistema de representación de Marine Le Pen, es preciso tener en cuenta su relación con Emmanuel Macron (p. 33). De hecho, a lo largo de toda la legislatura, Le Pen ha intentado presentarse como la principal oponente al macronismo, reactivado las oposiciones nacionalista *versus* mundialista, pueblo *versus* élite (p. 34). “Cada uno ve en el otro, como consecuencia del rechazo que inspira, su mejor oportunidad de ganar” (p. 34). No en vano, si políticamente Le Pen ha intentado sistemáticamente distanciarse del presidente galo, su posicionamiento estético se ha aproximado al suyo. En ese sentido, a pesar de su cultura de extrema derecha, Le Pen ha adoptado tres actitudes macronistas: el discurso positivo, el relato de la unión y la mediocracia estética.

Ese paralelismo estético entre Macron y Le Pen “resulta de la construcción simétrica de una misma relación al conflicto. [A partir de] unas trayectorias políticas diametralmente opuestas, ambos han llegado a la conclusión de que debían encarnar una oferta política a-conflictiva” (p. 43). El primero, convencido de que el conflicto histórico entre la izquierda y la derecha ha dejado de corresponder a la realidad de la sociedad francesa, “se ha dado como propósito neutralizarlo”, mientras que la segunda, “convencida de que el momento populista ha pasado, ha concluido que el conflicto se ha convertido en inútil en una sociedad dominada por sus ideas” (pp. 43-44). En ambos casos, el objetivo principal es evitar la coalición de archipiélagos contra sí, de modo que el conflicto deba ser atenuado, esquivado, aminorado (p. 44).

La apuesta simbólica de Marine Le Pen es que “la máscara neutral le permite dirigirse a nuevas categorías de ciudadanos, reacias hasta entonces a sus precedentes máscaras, más pronunciadas, sin perturbar su electorado histórico” (p. 46). En otros términos, se trata de ampliar su base electoral sin perder su zócalo.

En ese sentido, la irrupción de Eric Zemmour ha cambiado por completo el panorama electoral, ya que su candidatura “se ha construido sobre una inversión completa de los invariantes plásticos, hasta

entonces dominantes, del binomio Macron-Le Pen” (pp. 47-48). Como *challenger*, en lugar de conformarse a unas normas establecidas, Zemmour ha intentado romperlas de manera sistemática (p. 48).

En primer lugar, ha roto con la actitud positiva, agitando el espectro de la guerra civil, reivindicando la violencia de las imágenes y de las palabras. Se presenta como el candidato de la protesta que identifica el problema fundamental del país (pp. 48-49). Dibuja un imaginario lleno de amenazas, a menudo dramatizadas (p. 49).

En segundo lugar, Zemmour rehúsa el relato de la unión. Lleva a cabo una campaña radical, rechazando cualquier acuerdo. “Decide volver metódicamente sobre [los] grandes momentos de discordia nacional”, de cara a desculpabilizar a los ciudadanos franceses (p. 50).

En tercer lugar, “Zemmour reivindica una forma de radicalidad estética” (p. 51). Se trata de una candidatura que elige deliberadamente afirmar su dureza. Corresponde a una voluntad de reintroducir el conflicto en la política (p. 52).

En definitiva, “la máscara Zemmour, entendida en el sentido de construcción de un artefacto simbólico, es ante todo la máscara de la radicalidad” (p. 54). “Esta estrategia del conflicto y esta postura estética son el reflejo de una táctica electoral: Eric Zemmour hace la apuesta de que esta [elección] presidencial [girará en torno a] la radicalidad” (p. 54). Si la oposición entre moderación y radicalidad no es nueva, parece hacerse afirmado y consolidado. Por lo cual, Zemmour “hace la apuesta de un sistema de representación brutal, pero, in fine, tan radical que provocaría la radicalización de una parte de los moderados” (p. 55). En ese sentido, “frente al neutro a-conflicto, Eric Zemmour encarna un anti-neutro conflictivo” (p. 55).

Resulta de todo ello que las reglas habituales de la semiótica no parecen aplicarse, ya que una oposición política no se traduce por una oposición estética. “En su lugar, se instala un juego complejo de convergencias e inversiones” (p. 58). Entre Macron y Le Pen “hay una inversión política, pero una convergencia global de los signos”, mientras que

entre Le Pen y Zemmour “hay una convergencia política global, pero una inversión de los signos” (p. 58). Por lo cual, “en lugar de considerar los sistemas simbólicos de los tres candidatos en sí mismos, como unos objetos separados, independientes unos de otros, conviene comprender que son como unas piezas de un sistema en el seno del cual se transforman mutuamente” (p. 60).

El funcionamiento en sistema permite mejorar nuestra comprensión de la fábrica de la precampaña presidencial del otoño de 2021. De hecho, la irrupción de Zemmour ha impactado considerablemente el tono, el ritmo y el posicionamiento de los otros dos candidatos (p. 61). Asimismo, permite comprender que “las fuerzas y las debilidades de cada uno de los candidatos son relativos a las de los demás” (p. 62). Así, lo que ha debilitado Le Pen durante ese periodo es el hecho de “haber fijado su máscara demasiado pronto: creyendo conocer el terreno de juego de la [elección] presidencial y la identidad de su principal adversario, ha fijado su sistema de representación en la óptica de una [confrontación] con Macron, sin integrar la lógica sistémica de tres candidatos” (p. 63). Asimismo, “esta misma lógica sistémica explica, al contrario, la fuerza relativa de Emmanuel Macron, [al estar dotado de] una [...] gran capacidad de adaptación” (p. 63). Por último, contemplar “un sistema a tres permite comprender mejor la trampa simbólica en la cual Marine Le Pen se ha dejado encerrar” (pp. 64-65).

En una batalla de la representación, el surgimiento de Eric Zemmour ha llevado a la candidata del RN [a entrar] en un juego de relaciones y de transformaciones que la ha situado en disonancia simbólica con su propio proyecto, y en [desfase] con el de sus adversarios. [Como consecuencia de ello], la máscara Le Pen parece haber perdido toda identidad, asperidad, singularidad” (p. 67).

Por lo cual, “lo propio del momento Zemmour es que ha sido el lugar de una intensa batalla de la representación. Ha suscitado la formación de un sistema Macron-Le Pen-Zemmour, es decir, de un sistema simbólico que articula tres tipos de máscaras, que se oponen cada uno en un sistema de valores, una tradición [...] y un principio de acción bien identificados” (p. 68).

En el tercer capítulo, consagrado a la estética y a la política, Llorca

indica que el momento Zemmour puede analizarse como “la resultante de una suerte de batalla cultural que ha buscado renovar en profundidad el imaginario tradicionalmente asociado a la extrema derecha” (pp. 72-73). Una de las características más estables de la extrema derecha es “su capacidad de adaptación, para [coincidir] lo más posible con [las inquietudes] del país”, lo que explica su sorprendente plasticidad (p. 73). Marine Le Pen no se ha percatado plenamente de que “el imaginario de la Francia de 2022 es muy diferente del de 2017, a la vez en sus formas, pero también en la forma de constituirse” (p. 74).

En efecto, la escritura de la campaña de Le Pen obedece a unos códigos antiguos y desfasados (p. 75). Estructurado, hasta hace poco, por la esfera mediática en general y la televisión en particular, “el imaginario [actual] está moldeado por una esfera pos-cultural cuyas formas son mucho más amplias y cuyos actores son mucho más novedosos y heteróclitos” (p. 81). Hoy las series televisivas ejercen una amplia influencia sobre “la manera de comprender la calidad de un relato político” (p. 91). Los ciudadanos tienen una lectura más diferenciada de las dinámicas políticas de una campaña electoral. Esto implica modificar en profundidad la manera de fabricar el relato (pp. 81-82).

Es precisamente lo que ha realizado Zemmour. Este último aplica a su campaña presidencial “los tres ingredientes de una buena serie: personaje, ritmo y sorpresas” (p. 83). En primer lugar, “la regla básica de la estructura de una serie televisiva es atribuir a un personaje un carácter simple y constante” (p. 83). Desde sus primeras presentaciones televisivas, Zemmour apenas ha variado. En segundo lugar, el ritmo es elevado, generando polémicas diarias y consiguiendo una omnipresencia mediática (pp. 84-85). En tercer lugar, la escritura de la precampaña de Zemmour obedece a la lógica de la sorpresa (p. 85). “Funciona por golpes mediáticos. [...] La construcción de un relato como una sucesión de imprevistos hace tambalear el carácter todopoderoso de la coherencia narrativa que ha predominado durante un largo periodo político” (p. 86).

Simultáneamente, el discurso de Le Pen se ha progresivamente desmitificado. “Bajo la influencia de Florian Philippot, se ha tecnicizado, corriendo el riesgo de provocar cierto desencanto entre sus simpatizantes” (p. 89). A su vez, bajo la influencia de Marion Maréchal, se ha ideologizado, considerando que “la conquista del poder presupone

siempre la de las ideas. En otras palabras, Marine Le Pen ha progresivamente adquirido una parrilla de lectura esencialmente doctrinal de la batalla del imaginario” (p. 90). El problema de ese tipo de discurso racional es que “rompe el impulso romántico y la relación [apasionada] a la política, que puede ser una fuerza de oposición” (p. 91).

Zemmour, en cambio, procede a la estetización de la extrema derecha, sinónimo de “primacía conferida a la forma sobre el fondo, a la manera sobre la materia” (p. 92). Con Zemmour, “la extrema derecha no lleva a cabo solamente la batalla de las ideas, [sino que] lleva a cabo también la batalla del *cool*”, que no se reduce al estilo, ya que corresponde a una filosofía encarnada (p. 93). Esta batalla del *cool* pasa por innumerables apropiaciones de la cultura popular y de los códigos digitales. Esto se produce en los ámbitos de la música, de los negocios y de las imágenes (p. 97). Además de dar la impresión de encarnar el cambio y de inscribir el pensamiento reaccionario en la modernidad, permite “desdramatizar el contenido radical y [reírse del] alcance xenófobo y racista de sus propuestas” (p. 98). La ironía es también “un procedimiento muy cómodo para desactivar las críticas” (p. 100).

Zemmour ha comprendido que, para convertirse en mayoritario en el país, lo doctrinal ya no es suficiente. Para ganar las mentes hoy, y los votos [en el futuro], ha intentado rebajar el coste de adhesión a las ideas extremas (p. 101).

En el apartado final, el autor extrae cuatro conclusiones de su reflexión sobre la extrema derecha.

“Existe una larga tradición de fascinación por la escenografía autoritaria por su potencial ficcional” (p. 106). El nuevo lenguaje visual y estético de Zemmour, “en ruptura con los códigos tradicionales, [está] al servicio de un proyecto político de ruptura con el modelo republicano” (p. 107).

“El *cool* jamás ha sido un criterio suficiente para caracterizar una buena comunicación política” (p. 107). En ese sentido, la campaña comunicativa de Zemmour se enfrenta a una serie de

riesgos y de límites, tales como la necesidad de desplegar una energía considerable.

La estética anticuada de sus adversarios puede, al contrario, alimentar “el relato de una travesía del desierto político” que permite cambiar de estatus ante los ciudadanos (p. 110). Así, Marine Le Pen se convierte en más simpática y, por lo tanto, menos peligrosa para parte del electorado (p. 111).

En la articulación entre estética y política, “el riesgo sería limitarse a un enfoque comparativo”, porque, más allá de sus diferencias, Le Pen y Zemmour son complementarios, ya que representan las dos caras de la extrema derecha en Francia (p. 111). Dicho de otra forma, “las nuevas máscaras de la extrema derecha no se oponen unas a otras, sino que se refuerzan mutuamente” (p. 112).

Al término de la lectura de *Les nouveaux masques de l'extrême droite*, es obvio reconocer la pertinencia de la parrilla de lectura, basada en la noción de máscara, elaborada y desarrollada por el autor para caracterizar el posicionamiento, el discurso y la simbología utilizada por los candidatos de extrema derecha. Incidiendo en la necesidad de privilegiar una perspectiva sistémica, permite comprender la interdependencia e interacción entre los diferentes candidatos y su evolución a lo largo de la campaña electoral. No en vano, el análisis propuesto no tiene ni la profundidad ni la sistematización ofrecida por Llorca en su libro anterior consagrado a la marca Macron.

En cualquier caso, la lectura de esta obra es altamente recomendable en vísperas de la elección presidencial de 2022 en Francia para comprender las estrategias electorales de los candidatos de extrema derecha.

Referencias

Llorca, Raphaël (2021). *La marque Macron*. La Tour d'Aigues, Editions de l'Aube.

Llorca, Raphaël (2022). *Les nouveaux masques de l'extrême droite*. La Tour d'Aigues, Editions de l'Aube.

Acerca del autor de la reseña

Eguzki Urteaga es profesor de sociología en la Universidad del País Vasco (UPV-EHU) e investigador asociado en el Social and Business Research Laboratory (SBRLab). Este doctor y licenciado en sociología por la Universidad Victor Segalen Buerdos 2 y licenciado en historia con especialidad en geografía por la Universidad de Pau y de los Países del Adour, ha sido profesor invitado en varias universidades europeas (Burdeos, Lovaina, Coímbra, París, Rennes). Sus principales áreas de investigación comprenden la teoría sociológica, las políticas públicas y la sociología política. Es autor de 35 libros, así como de más de 200 artículos universitarios tanto en Europa como en América latina. Entre sus obras más recientes figuran:

1. Urteaga, Eguzki (2020). *La politique d'aménagement et de développement du Pays Basque*. Paris : L'Harmattan.
2. Urteaga, Eguzki (2020). *L'essor du vote nationaliste basque*. Paris: L'Harmattan.
3. Urteaga, Eguzki (2021). *La politique culturelle au Pays Basque*. Paris: L'Harmattan.