

El votante populista: el caso europeo

Author : Mauricio Rojas



Valores o temores

Disponemos de dos estudios recientes sobre el votante populista que abarcan un número importante de países europeos tanto occidentales como del este. El primero llevado a cabo por Ronald Inglehart y Pippa Norris y titulado *Trump, Brexit, and the Rise of Populism: Economic Haves and Cultural Backlash* (Harvard Kennedy School, 2016); el segundo realizado por Catherine de Vries e Isabell Hoffmann y publicado por el Bertelsmann Stiftung de Alemania bajo el título de *Fear not Values: Public opinion and the populist vote in Europe* (2016). Ambos estudios se inscriben en el marco de lo que ha sido el debate central sobre el votante populista entre autores, como Inglehart y Norris, que apuntan a un choque de valores como su motor fundamental y aquellos, como Vries y Hoffmann, que destacan el impacto de la globalización como su motivación central.

En todo caso, los dos estudios confirman ciertos rasgos generales –pero pronto veremos que existen excepciones– del voto populista, siendo más común entre las generaciones mayores, los hombres, los que sólo han alcanzado niveles bajos de educación formal, la población étnicamente mayoritaria y las personas más religiosas. **En cuanto a la extracción social, Inglehart y Norris**

destacan que el grupo más sensible al mensaje populista, superando incluso a los obreros no calificados, sería lo que llaman “petty bourgeoisie”, compuesta, entre otros, por quienes se desempeñan en empresas familiares, los pequeños comerciantes y los empleados por cuenta propia en diversos oficios.

El voto populista europeo se encuentra dividido entre dos realidades sociológicas muy diferentes. El populismo mayoritario de los países más industrializados de Europa central y del norte es proletario y popular. En los países de desarrollo más tardío, el auge populista se asocia mucho más al descontento provocado por las expectativas frustradas de las nuevas generaciones y sus capas medias emergentes.

Para Inglehart y Norris, el auge populista sería, en lo esencial, el resultado de una reacción o backlash cultural causada por el fuerte avance experimentado durante las últimas décadas por los valores “posmaterialistas” o “progresistas”, que desafían a los valores más tradicionalistas o “materialistas”, propios de una sociedad más cerrada y una situación existencial más insegura en lo material. La razón de esta reacción estaría en que el avance de los valores “progresistas” –asociados, entre otros, al cosmopolitismo, el multiculturalismo, el ecologismo, el igualitarismo entre los géneros y la autorrealización– no es parejo entre las distintas capas de la población, sino que exhibe un marcado sesgo generacional, social y educacional que genera una fuerte tensión valórica al interior de la sociedad en cuestión. Es sobre esa base que, como lo expresan nuestros autores, se habría “desencadenado un backlash contrarrevolucionario retro, especialmente entre las generaciones mayores, los hombres blancos y los sectores con menor educación, que experimentan una situación desmedrada y rechazan activamente la marea ascendente de los valores progresistas, sintiéndose afectados por el desplazamiento de las normas tradicionales que les han sido familiares y formando una base electoral potencialmente vulnerable al mensaje populista”.

La investigación de Inglehart y Norris combina una serie de fuentes estadísticas, entre ellas la Encuesta Social Europea y la Encuesta Mundial de Valores, para validar empíricamente su tesis acerca de la primacía del aspecto valórico sobre el económico-social derivado de la globalización en la explicación del auge populista. Sin embargo, los autores están conscientes de la existencia de fuertes lazos entre ambos aspectos y de que no se trata de explicaciones excluyentes sino, sobre todo, complementarias.

Por su parte, Vries y Hoffmann trabajan a partir de un material empírico diferente y más reciente que engloba 28 países de la Unión Europea (el trabajo de campo se realizó en agosto de 2016 y abarcó una muestra representativa de 14.936 personas). **A su juicio, los resultados de su investigación muestran claramente que el elemento dinamizador clave del votante populista mayoritario es, como lo dice el título de su estudio, “el temor, no los valores” (“Fear not Values”). Se trata, concretamente, del temor a la globalización como el aspecto más característico de la mayoría de los votantes populistas con independencia del país de que**

se trate y la orientación concreta del partido populista que apoye. A su vez, el mayor temor a la globalización (que engloba la dimensión clave de la inmigración) está claramente asociado con una mayor oposición a la UE así como con un grado menor de confianza hacia los políticos y de satisfacción con el funcionamiento del sistema democrático, un sentimiento más pronunciado de que en el país hay demasiados extranjeros y una oposición mayor, aunque minoritaria, al matrimonio homosexual.

Una profundización del estudio en el caso de nueve países (Alemania, Austria, España, Francia, Gran Bretaña, Holanda, Hungría, Italia y Polonia) y 16 partidos populistas tanto “de izquierda” (6) como “de derecha” (10) muestra que se trata, en cada contexto nacional, de los partidos que concitan una proporción mayor de votantes que dicen temer a la globalización. Nada parecido ocurre con los valores tradicionales. Sin embargo, las diferencias son importante entre los diversos partidos populistas, yendo desde casos extremos como Alternativa para Alemania y el Frente Nacional francés, donde el 78% y el 76% respectivamente de sus partidarios dice temer a la globalización, hasta el UKIP de Gran Bretaña, el Movimiento 5 Estrellas de Italia y Podemos de España, donde sólo la mitad o algo menos de sus electores comparte ese temor.

Ahora bien, más allá de las generalidades y los clichés en boga sobre el votante populista existe una realidad concreta mucho más compleja que sólo puede ser captada mediante estudios pormenorizados y actualizados del universo electoral del populismo en cada país. Esto último es clave ya que la gran expansión del voto populista lo ha hecho mucho más diverso de lo que era hace no mucho tiempo. A fin de ilustrar, aunque sea brevemente, esta diversidad se han elegido tres casos: el Frente Nacional francés, el Partido por la Independencia del Reino Unido (UKIP) y Podemos de España.

El votante del Frente Nacional

El Frente Nacional obtuvo su victoria electoral más resonante antes de las recientes elecciones presidenciales, en que Marine Le Pen obtuvo el 33,9% de los votos en la segunda vuelta, en las elecciones regionales de diciembre de 2015, cuando recibió el 27,7% de los sufragios en la primera vuelta confirmando así el primer lugar ya obtenido en las elecciones europeas de mayo de 2014 con un 24,9%.

El estudio de sus votantes del Frente en la elección de 2015 (La sociologie du vote au premier tour des élections régionales 2015, OpinionWay 2015) nos da el siguiente cuadro sociológico: los tramos de edad más representados van de los 25 a los 64 años, mientras que los mayores de 64 años están fuertemente subrepresentados (-39% bajo el nivel del Frente en la muestra); el porcentaje de hombres es algo mayor que el de mujeres, pero la diferencia es pequeña; las personas sin diploma están notablemente sobrerrepresentadas (+53%), mientras que lo contrario ocurre con aquellos con títulos de educación superior (-52%); a su vez, los obreros se encuentran extraordinariamente sobrerrepresentados (+86%), obteniendo más votos de los mismos que todos los demás partidos juntos, mientras que entre los profesionales de alto nivel se da la circunstancia

inversa (-62%); por último, se constata un sobrerrepresentación de las dueñas o dueños de casa y de las personas con empleos precarios así como una subrepresentación de los estudiantes, las personas retiradas, los católicos practicantes con regularidad y, más que todos los demás grupos, los musulmanes, aunque no deja de ser llamativo que un 11% manifieste su preferencia por el FN.

Otro estudio, realizado por el Centre de recherches politiques de Sciences Po en vísperas de la elección de 2015 (Les nouveaux électeurs du Front national, CEVIPOF 2016), muestra que el nuevo electorado del Frente tiende a atenuar en algo estas fuertes disparidades, ampliando la base social del partido. Así lo resume el estudio aludido: “el electorado conquistado es un poco más femenino, tiene un poco más de edad, cuenta con un poco más de diplomados y está menos concentrado en los grupos populares. Así, 24% de los electores frentistas nuevos son profesionales de nivel alto o intermedio a comparar con el 19% entre los frentistas tradicionales”.

Estos resultados confirman, a excepción del factor edad y matizando la diferencia de género, el cuadro estándar de los partidos populistas. Sin embargo, otros estudios más particularizados sí arrojan resultados sorprendentes. Uno de los más llamativos fue también realizado por el Centre de recherches politiques de Sciences Po (Les bénéficiaires du mariage pour tous votent-ils plus à gauche?, CEVIPOF 2016) mostrando, contra todo lo que podía suponerse dada la oposición del Frente al matrimonio homosexual, que quienes vivían en parejas casadas del mismo sexo apoyaban más al Frente en las elecciones regionales de 2015 (32,5%) que quienes lo hacían en parejas heterosexuales (29%). Para poder explicar un hecho semejante debe tomarse en consideración la reorientación del FN bajo el liderato de Marine Le Pen, abandonando la homofobia propia del liderazgo de su padre, y la percepción de una amenaza al respeto a la diversidad sexual proveniente de parte de la comunidad musulmana francesa frente a la cual el FN es visto como la mejor defensa.

Los estudios del voto por Marine La Pen en la segunda vuelta de la elección presidencial del 7 de mayo confirman las características del voto por el Frente Nacional. **Se trata de un universo electoral más amplio y por ello de alto interés.** Los principales resultados de la encuesta de Ipsos/Sopra Steria realizada los días precedentes a la segunda vuelta nos dan la siguiente información: **El voto más fuerte por Le Pen se da entre los sectores obreros, superando largamente a Emmanuel Macron con 56% contra un 44% de este último.** Lo inverso ocurre con los cuadros profesionales de alto nivel, donde la ventaja de Macron es aplastante (82% contra 18%). **Mirando la edad de los votantes, Le Pen obtiene sus mejores resultados entre los electores que van de 23 a 49 años, y los peores entre aquellos de 70 años o más. En cuanto a la educación, la votación más fuerte (45%) de Le Pen se da entre aquellas personas que sólo han alcanzado los menores niveles educacionales, pero pierde apabullantemente en los sectores con más alta educación (Macron obtiene el 81% en esos sectores).** Mirando los ingresos de los votantes, Le Pen recibe sus más alta votación entre los más pobres (45% entre quienes tienen una renta mensual inferior a 1.250 euros) y la más baja entre quienes reciben los mayores ingreso (25% entre quienes disponen de más de 3.000 euros al mes). **En fin, todo confirma que el populismo francés de corte nacionalista se ha transformado en el partido**

obrero por excelencia y que su perfil electoral predominantemente popular se opone con claridad al perfil mayoritariamente de clase media y alta propio de sus adversarios más relevantes. Ello es, por lo demás, perfectamente coherente con el programa proteccionista y estatista de un partido que en este sentido debiera ser agrupado en la izquierda y no en la derecha, como habitualmente se hace.

El votante del Partido por la Independencia del Reino Unido

El segundo caso a considerar es el del UKIP a partir de los estudios realizados sobre su desempeño en las elecciones al parlamento británico de mayo de 2015, en las que obtuvo el 12,6% de los sufragios cuadruplicando sus resultados previos. En cuanto a sus electores, Matthew Goodwin, uno de los mayores expertos en el tema y autor del libro *Ukip: Inside the Campaign to Redraw British Politics* (Oxford University Press 2015), nos dice lo siguiente: “Los resultados del UKIP son también significativos porque refuerzan la relación entre el partido y los votantes de la clase obrera británica que económicamente han sido dejados atrás (...) el partido obtuvo sus mejores resultados en la costa este de Inglaterra, su región económicamente más desaventajada, (...) y también en el noreste.” Además, Goodwin hace hincapié en un eje central del éxito del UKIP que va mucho más allá de la cuestión económica: **“Más importante, sin embargo, es que ellos (los votantes del UKIP) fueron impulsados por su acuciante preocupación por la inmigración, la identidad nacional y por cómo los rápidos cambios sociales están transformando a Gran Bretaña.”** (Ambas citas provienen de *Ukip, the 2015 General Election and Britain’s EU Referendum*, publicado en *Political Insight* en diciembre de 2015)

Esta descripción está avalada por los propios análisis estadísticos de Goodwin así como por otras fuentes que confirman, más aún que en el caso del Frente Nacional francés, el cuadro clásico del voto populista de los países más industrializados de Europa, constatando que aumenta con la edad de los electores, en particular entre los hombres, y que está en relación inversa al nivel de educación alcanzado así como a los ingresos. **Así, quienes tenían los grados más bajos de educación apoyaban 3,3 veces más a menudo al UKIP que los diplomados universitarios, y en cuanto a los ingresos, quienes ganaban menos de 20.000 libras anuales votaban 2,5 veces más frecuentemente por el UKIP que quienes ganaban 70.000 libras o más** (los datos provienen de Peter Kellner, *General election 2015: how Britain really voted*, YouGov 2015). A su vez, el estudio ya aludido de Vries y Hoffmann muestra una presencia menos marcada de votantes temerosos de la globalización que en el caso de otros partidos populistas “de derecha”, lo que coincide con el perfil político del UKIP y su crítica a la UE por representar un impedimento a una mayor apertura comercial y financiera.

El votante de Podemos

El caso de los votantes de Podemos es, en muchos aspectos, altamente divergente de los anteriores, reflejando las particularidades de este populismo mediterráneo “de izquierda”. Para analizarlo disponemos del amplio material estadístico proporcionado por los avances de

resultados del Barómetro del CIS (Centro de Investigaciones Sociológicas de Madrid) de abril de 2016, basados en el recuerdo de voto de las elecciones del 20 de diciembre de 2015.

Según esta fuente, Podemos está especialmente sobrerrepresentado –es decir, con más de un 25% de sobrerrepresentación sobre el voto medio del partido o su proporción en relación a la composición de la muestra– entre los hombres (+27%), las personas de 18 a 24 años de edad (+37,8%) y de 25 a 34 años (+96,4%), así como entre aquellas con niveles medios de estudios (segundo ciclo de secundaria, +25,2%, y formación profesional, +29,7%) y quienes se autodefinen como de “clase alta o media alta” (+27,6%) y, especialmente, como no creyentes o ateos (+104%). Sus puntos débiles más destacados son los jubilados (-47,3%), los mayores de 65 años (-61,3%), las mujeres (-24,3%), las personas con menor educación (sin educación, -59,5%, sólo primaria, -49,5%) y las que se definen como católicas (-39,4%).

Lo que vemos reflejado en estas cifras es un movimiento cuyos votantes muestran un perfil sociológico mayoritario que se aleja, con mucha claridad, de su aspiración de representar a los más vulnerables de la sociedad y de su retórica feminista. La dicotomía pueblo-élite del imaginario populista de Podemos poco tiene que ver con sus votantes reales, como tampoco tiene que ver con sus capas dirigentes, cuyo sesgo “elitista” es más que evidente.

Además, se puede constatar que el votante prototípico de Podemos se encuentra, en algunos aspectos, en las antípodas del votante tipo del Partido Socialista (con mayor votación femenina, extracción social marcadamente popular y mucho menor nivel educativo) y, en otros, del elector del Partido Popular (de más edad, fuerte religiosidad y nivel educativo más bajo), acercándose mucho más al de Ciudadanos que, a su vez, muestra el perfil más “elitista” de todos los partidos del ámbito nacional español.

Nota final

Como vemos, el voto populista europeo se encuentra dividido entre dos realidades sociológicas muy diferentes. El populismo mayoritario de los países más industrializados de Europa central y del norte es proletario y popular, reflejando, en gran parte, una reacción defensiva de las clases trabajadoras tradicionales frente al impacto de la globalización, a lo que se suma una defensa más transversal de valores nacionales que muchos ven amenazados por la inmigración, el multiculturalismo y el modernismo valórico de las élites. En los países de desarrollo más tardío, el auge populista se asocia mucho más al descontento provocado por las expectativas frustradas de las nuevas generaciones y sus capas medias emergentes, desencadenado por la profunda crisis económica iniciada en 2008 y el desfondamiento de sus dispendiosos Estados de bienestar con sus promesas insostenibles de todo tipo de “derechos sociales”.

Esta realidad sociológica mediterránea, representada de manera muy clara por el votante mayoritario de Podemos pero que también se detecta en el votante del Movimiento 5 Estrellas de

Italia, es la que más se parece al neopopulismo de clase media emergente que aflora en, por ejemplo, nuestro Frente Amplio. **En este sentido, es profundamente diferente a aquel populismo clásico latinoamericano de raigambre popular que encontró sus grandes estrellas en un Perón o un Chávez.**

Las opiniones expresadas en la presente columna son de exclusiva responsabilidad del autor y no necesariamente representan las de Fundación para el Progreso, ni las de su Directorio, Senior Fellows u otros miembros.