

El proceso de nominación de los candidatos y la organización de las campañas electorales*

Desde 1965, 44 candidatos participaron en la elección presidencial, sin embargo, hablaremos solamente de los principales, es decir, de los que ocuparon los tres primeros lugares de una elección muy competida y tuvieron un papel relevante en ella, con un impacto en la segunda vuelta, conforme a este criterio: haber rebasado 10% de los votos expresados en la primera vuelta. Se trata de 17 candidatos que representaron, durante la elección correspondiente, de 85% a 90% del electorado. Se destaca que a partir de 1981 el sistema de selección de candidaturas empezó a fragilizarse, ya que 4 candidatos rebasaron 10% de los votos, en tanto que 15% se compartió entre varios otros; dicho esto, la brecha es muy importante entre los 3 o 4 primeros y los que siguen.

Entre estos primeros candidatos se encontraban 3 presidentes: De Gaulle (1965), Giscard d'Estaing (1981) y Mitterrand (1988); 1 presidente del Senado: Poher (1969); 1 primer ministro en ejercicio: Chirac (1988), y 4 antiguos primeros ministros: Pompidou (1969), Chaban-Delmas (1974), Chirac (1981) y Barre (1988); 1 ministro en ejercicio: Giscard d'Estaing (1974); además de 7 candidatos con una amplia experiencia parlamentaria. Por lo tanto, la candidatura presidencial es un camino a largo plazo hacia el poder supremo,

* Publicado en *Le processus de nomination des candidats et l'organisation des campagnes électorales*, IV, pp. 67-93 en *La France présidentielle-l'influence du suffrage universel sur la vie politique*, N. Wahl y J. L. Quermonne ed., Presses de Sciences Po, 1995.

El proceso de nominación de los candidatos...

y requiere el auxilio de un partido, lo que implica o una posición institucional fuerte para obtener el apoyo de sus miembros o el control del candidato de las decisiones de su partido, es decir, el control del aparato partidista.

De esta manera, la posición del candidato depende de su papel en el sistema partidista. La elección presidencial es un combate de jefes y “un partido existe solo si tiene un candidato en estas elecciones”. A este dicho añadimos: “un candidato a la elección presidencial existe solo si tiene un partido”, ya que la relación partido-candidato es central para la candidatura y la campaña, si se pueden distinguir las dos.

I. ¿Candidato del partido o partido del candidato?

Con esta frase se quiere decir que la relación partido-candidato no es uniforme, no basta con decir que los partidos acapararon la elección. De hecho, se construyeron o modificaron para ser los instrumentos de una estrategia presidencial, lo que hace artificiales los procesos de selección, que sirven sobre todo para dar legitimidad al candidato como primer acto en el proceso de unificación de los apoyos.

Construcción y apropiación

Se pueden distinguir estos dos procedimientos, por lo menos durante la primera parte de la Quinta República —hasta 1981—, cuyo fin es poner a los partidos en marcha durante la elección.

La construcción del instrumento

Los dos métodos más característicos en la materia son los seguidos por François Mitterrand y Valéry Giscard d’Estaing, que entienden desde 1962 que la elección presidencial va a ser preponderante en la vida política, por lo tanto, su objetivo prioritario será construir el instrumento necesario para ser candidato. Para ellos todo empieza con la restauración de partidos delicuescentes.

Destaca particularmente el ejemplo de la construcción del ps (Partido Socialista). Después de la desaparición, en razón de los actos de 1968, de la FGDS (Federación de la izquierda demócrata y socialista), apoyado por la SFIO, el Partido Radical, y el Partido Comunista para respaldar la candidatura de Mitterrand en 1965, la SFIO, ancestro del ps, impide una nueva candidatura de Mitterrand en 1969. Con el fin de no depender más del aparato partidista, este mismo toma el control del partido en junio de 1971. A partir de ese momento, la revitalización del nuevo ps se vincula con el apoderamiento de su candidatura: el 8 de abril de 1974, el congreso extraordinario del ps designa, por unanimidad, como candidato a Mitterrand, quien se convierte en su primer secretario.

A pesar de la derrota, se estrenó el partido presidencial, que otorgó a Mitterrand la candidatura de la elección presidencial, nuevamente, en 1981, contra Michel Rocard, y también en 1988, con el apoyo del partido y de su responsable, que él mismo nombró. Después de la derrota legislativa de 1993, Michel Rocard tomó el control del partido, y, por lo tanto, se convirtió en el candidato natural después de haber sido candidato virtual del ps para la elección presidencial de 1995, aprovechándose de la dinámica: unificación de su familia política y apoderamiento de su candidatura. Sin embargo, la derrota electoral del año siguiente llevó a la caída de Michel Rocard, quien no fue candidato, pues perdió el apoyo del partido. Desde ese momento se rompió la lógica establecida que vinculaba el control personal del partido con la candidatura, al distinguir las funciones entre dirigente del partido, que debe atender a los militantes, y candidato, que debe obtener el apoyo de un número más amplio de electores, y se regresó así al esquema de la SFIO antes de la guerra, con un líder con destino gubernamental —Léon Blum— y un secretario general encargado de administrar el aparato partidista —Paul Faure—.

La historia del Partido Republicano, anteriormente llamado los Republicanos Independientes (RI), empieza con el viejo CNI (Centro Nacional de los Independientes), el cual estalla durante las elecciones legislativas de 1962, después de haberse pronunciado contra la elección del presidente por el sufragio universal directo. Con sus restos, Valéry Giscard d'Estaing, ministro de las finanzas, constituye un grupo parlamentario y, después de su salida del gobierno en 1966, un embrión

El proceso de nominación de los candidatos...

de partido, la FNRI (Federación Nacional de los Republicanos e Independientes), que se vuelve parte indispensable de la mayoría en 1967, mientras se refuerza la imagen presidencial de su líder. La sustitución del partido dominante gaulliste UDR (Unión por la Defensa de la República) por una mayoría constituida por varios partidos hace posible, para los moderados y los centristas, ganar contra la UDR el liderazgo de los partidos conservadores, pues en las legislativas de 1973, la UDR obtiene 24% de la votación y los RI, centristas y moderados, 23 por ciento. Esta dinámica le permite a Giscard d'Estaing ganar la elección presidencial de 1974 sin un aparato partidista fuerte. Se constituye la UDF (Unión para la Democracia Francesa) para ser el partido presidencial, después de la derrota en las elecciones municipales de 1977, la cual se mantiene como una Federación después del triunfo de Mitterrand en 1981. Aunque Valéry Giscard d'Estaing logra reconquistar una posición sólida en la UDF después de 1988, no alcanza a obtener su apoyo ante la candidatura de Balladur en 1995.

La apropiación de lo existente

Cuando la estructura es fuerte y tiene un potencial electoral sólido, el problema de la persona que aspira a ser candidato es más sencillo: tener el control del partido y asegurar su dominio absoluto para su propia designación o la del candidato que le convenga; por ejemplo, la RPR (Agrupación por la República), heredera del partido gaulliste, o el PCF (Partido Comunista Francés).

El RPR es, por construcción, un “partido del presidente”, caracterizado por una ausencia de autonomía política, lo cual no tiene problema mientras uno de sus miembros sea presidente: De Gaulle (hasta 1969) y Georges Pompidou (de 1969 hasta su muerte en 1974). Después de 1974, la UDR (ancestro del RPR) se vuelve el “partido del primer ministro”, y Jacques Chirac, su secretario general y principal instrumento para la reconquista del poder. Después de su salida del gobierno, en agosto de 1976, transforma la UDR en RPR en diciembre de 1976, y le da un presidente: él, con un control total, a pesar de las derrotas de 1981 y 1988. No obstante, eso no es suficiente para imponerse cuando el primer ministro, de su propio partido, le parece a sus miembros, con base en las encuestas, un mejor candidato para la elección presi-

dencial. De ahí el problema del arbitraje para elegir un candidato entre los “grandes barones” del partido, o por medio de los sondeos o de un proceso institucional. Veremos más adelante cómo esta situación dio lugar de nuevo a un debate acerca de la designación intrapartidista.

El PCF se encuentra en otra posición, ya que su capacidad de ganar la elección es nula. El problema es cómo pasar esta prueba cada siete años. En 1965, el partido principal de la alianza de izquierda presenta un candidato único. En 1969 la división de la izquierda no comunista le permite alcanzar 21.3% de los votos, pero en 1974 la estrategia del programa común (entre todos los partidos de izquierda) sirve esencialmente a su aliado: Mitterrand. Desde entonces, el partido comunista presenta un candidato propio, sin otro objetivo que afirmar su identidad, con el control total de su secretario general.

Cabe mencionar la misma dominación del aparato partidista en partidos más pequeños, como el partido Frente Nacional, heredero de la vieja corriente de la extrema derecha francesa, construido por su jefe para servirlo, Jean-Marie Le Pen, candidato en 1974, 1988 y 1995. Además, el culto al jefe exime de todo tipo de proceso de designación.

Los procesos de designación y la unión

Excepto las reservas citadas, los partidos “designan” a sus candidatos. Sin embargo, una vez designados, estos deben unir su facción política de manera unánime e ir, también, si se puede, más allá.

Acción y proceso

Si la candidatura de la elección presidencial es el resultado de un acto individual, debe parecer inmediatamente apoyada de forma colectiva, sin importar que sea presentada temprano o tarde, ya que eso es mera táctica; de hecho, se necesita para el postulante, durante largos años, hacer “como si”. Por ejemplo, Valéry Giscard d’Estaing tuvo que esperar 10 años, ya que el candidato debe estar disponible y listo, y también buscar la aprobación de sus apoyos y de su partido rápida y unánimemente. Esto es mucho más fácil para un candidato institucional (presidente ya electo), y más difícil para el que debe parecer el candidato natural de su partido. Para alcanzar este fin se necesita marginar

El proceso de nominación de los candidatos...

o instrumentar a sus competidores, utilizando los sondeos contra el aparato del partido o el aparato del partido contra los sondeos, como Mitterrand contra Rocard en 1981, o como Rocard contra Delors en 1994.

El proceso debe llevarse a cabo discretamente, ya que la candidatura será más valorizada por ser la de un hombre por encima de los partidos. Por lo tanto, la división de la UDR tiene un papel muy importante en la derrota de Jacques Chaban-Delmas en la elección presidencial de 1974. Asimismo, la batalla que ocurre con anticipación en el Partido Socialista es indispensable para el buen nombramiento de François Mitterrand en 1981, pues la designación democrática no se debe menoscabar si refleja unanimidad y lanza el proceso de unificación de las fuerzas políticas, a la manera de una “autoproclamación ratificada”, como la de Georges Pompidou en 1969, quien obtuvo el apoyo de la UDR, de los RI y del PDM (Progreso y Democracia Moderna), o la de François Mitterrand en 1974, apoyado por todos los partidos del Programa Común y del PSU (Partido Socialista Unificado). Es decir, la designación por los militantes, por medio de un sufragio universal, tiene poca probabilidad de volverse el proceso normal; por ejemplo, a pesar de ser previsto en el reglamento interior del PS, no se aplicó en 1981 ni en 1988.

Un candidato de unidad

Esta es la regla de una buena candidatura en un contexto de desvaloración de los partidos y de valoración de la unión; por lo tanto, el candidato debe manifestar el apoyo de varios partidos por medio de acuerdos o de elecciones primarias.

El acuerdo puede tener un objetivo electoral inmediato: ganar la elección y asegurar una mayoría parlamentaria, o corresponder a una perspectiva política a largo plazo de unión política, como con Mitterrand en 1965 y 1974, y Giscard d’Estaing en 1974 —la unión de los pequeños partidos para rebasar al grande—. En efecto, una candidatura da origen a nuevos partidos de unión como el FDDS y el Centro Democrático después de 1965, o la UDF después de 1974. La elección presidencial permite entonces la conquista del poder por la vía presidencial, en primer lugar, y después por la vía parlamentaria.

La cuestión de las elecciones primarias se plantea para los dos partidos de la derecha parlamentaria después de sus dos derrotas —1981 y 1988—, ya que por ellos tiene por origen la presencia de dos candidatos, lo que genera un redireccionamiento malo de los votos en la segunda vuelta; sin embargo, la supremacía de uno no está claramente establecida: el RPR obtiene más sufragios y el UDF tiene más electos en el ámbito local. De ahí la necesidad de encontrar un mecanismo de arbitraje: que tomen la decisión los electores. En ese contexto, se desarrolló la propuesta de Charles Pasqua, la cual condujo a un acuerdo el 10 de abril de 1991. No obstante, ¿de qué electores hablamos?, los ciudadanos, lo que favorece al candidato del primer partido o los notables —60,000 electos— lo que favorece al otro. El acuerdo sutilmente establece la primera fórmula para las elecciones organizadas en la fecha normal y la segunda para las elecciones anticipadas; sin embargo, la situación se volvió más compleja en 1994, cuando a la oposición entre RPR y UDF se añadió una rivalidad interna en el RPR entre Chirac, su presidente, y Balladur, el primer ministro en cargo. Charles Pasqua propuso, para solventar esto, una ley que permitiera al Estado ayudar al partido que lo quisiera a organizar elecciones primarias, pero se plantearon varias dificultades, a pesar del apoyo de 53% de los franceses, de naturaleza constitucional en términos de igualdad entre los partidos, de organización, de libre participación de los ciudadanos —sean de izquierda o de derecha—, así como dificultades políticas si uno de los candidatos rechaza estas elecciones, sin olvidar también, en el ámbito teórico, que no hay mejor manera para reforzar el control de los partidos de la elección.

Al final se abandona esta propuesta y parece evidente que su promoción solo buscaba manifestar una voluntad de unión. Para la elección de 1995, los elementos esenciales para la designación serían de nuevo las encuestas o la voluntad de los aparatos partidistas. Una vez designado el candidato empieza su campaña, si no empezó antes, como por ejemplo en 1988 con la campaña de carteles “generación Mitterrand”, la de un “no candidato”.

El proceso de nominación de los candidatos...

II. Campaña del candidato y campaña del partido

Esta imbricación entre candidato y partido aparece de nuevo durante la campaña, aunque el actor está en el escenario y los maquinistas entre bastidores. El apoyo del partido es determinante en la organización de la campaña y para su financiamiento.

La organización de la campaña

Organizar una campaña consiste en establecer una estructura encargada de arreglar los problemas materiales o tácticos.

El aparato partidista

Una campaña presidencial se desarrolla en el ámbito nacional por medio de las estructuras del partido o de una célula *ad hoc*, lo que es más común, pero también en el ámbito local casi siempre por medio del partido o los partidos.

La prioridad es tener un equipo personal, con un director de campaña, en un lugar neutro, lo que es indispensable para el presidente en función, que no puede dirigir su campaña desde el palacio presidencial o en el marco de su partido de origen, de manera que parezca estar por encima de los partidos y no privilegie a uno más que a otro de los que lo apoyan. Esto no se necesita en otros casos.

En cuanto a la campaña en el ámbito local, se requieren la estructura operativa del partido, y especialmente sus militantes encargados de las tareas más pesadas —colocación de los carteles, organización de reuniones, difusión de argumentos, recepción de los votos en las casillas, etcétera—, de los comisionados del candidato y los presidentes de los comités de apoyo en los departamentos, para ocupar el espacio político más amplio posible o adquirir una notoriedad en el departamento, así como del apoyo de los electos locales y los miembros de la sociedad civil para convencer a los electores.

El ritual

Último refugio del espectáculo político, la campaña presidencial no permite la improvisación, que hombres de comunicación y “gurús”

determinen, por medio de sondeos de motivación y análisis de penetración, la población apuntada y los segmentos críticos. Después de 1965, la mercadotecnia electoral se vuelve una preocupación esencial, a la cual se le atribuye la victoria de Valéry Giscard d'Estaing en 1974. Una vez determinada la estrategia y las poblaciones importantes apuntadas, se necesita convencerlas por medio de acciones concretas, y sobre todo por medio de la campaña en televisión. Una buena campaña requiere presencia cerca de la gente en el campo, para defender los valores rurales de los franceses, pero también mítines masivos en todo el país, para producir imágenes impactantes destinadas al noticiero de las 8:00 en televisión.

La campaña en televisión se ha vuelto fundamental, pero se caracteriza por una paradoja: por un lado, existe una campaña oficial de la reglamentación, vigilada por la Comisión de control de la elección y la Autoridad audiovisual, que nadie ve, sobre todo desde la privatización de los medios audiovisuales —entre 2% y 8% de audiencia—, y por otro lado, un gran debate con menos control, solo sujeto a la deontología de los periodistas y a los acuerdos ratificados por los representantes de los candidatos, al cual asistieron, en 1988, 30 millones de telespectadores, o sea, una audiencia entre 45% y 49 por ciento.

Cabe mencionar que los tiempos en televisión reservados para la campaña oficial —dos horas por candidato— son, según el decreto del 14 de marzo de 1964, para su uso personal o el de los partidos que lo apoyan; pero esta posibilidad fue poco utilizada. El uso de *spots*, autorizados por la ley de comunicación del 30 de septiembre de 1986, se prohibió en la nueva ley del 17 de enero de 1989 con el fin de limitar los gastos de campaña. De manera congruente, la ley del 15 de enero de 1990, acerca del financiamiento de las actividades políticas, a pesar de su importancia en las campañas anteriores, prohíbe toda colocación comercial de carteles tres meses antes de la elección.

Dicho esto, el aumento de los gastos de campaña cuestiona realmente su financiamiento.

El financiamiento

Es el tipo de tema misterioso que da lugar a rumores e hipótesis. Sin embargo, se deben considerar dos situaciones diferentes antes y

El proceso de nominación de los candidatos...

después de la ley del 11 de marzo de 1988 (modificada por las leyes del 15 de enero y la del 10 de mayo de 1990): hasta 1980 es un tema secreto, no se sabe nada del “dinero secreto”. Existen unas necesidades que crecen de manera exponencial, pero son pocos los recursos; este es el problema. Se dice que Pompidou gastó 30 millones de francos y las campañas han sido cada vez más profesionales: sondeos, mercadotecnia, carteles, aviones personales, entre otros. En paralelo respecto a los recursos, no existe ningún financiamiento público, ni publicidad de las cuentas antes o después de la elección. Sabemos que la versión oficial habla de cotización de los militantes y de los electos. Sin embargo, el éxito de las suscripciones y de las colectas en la salida de los mítines no abarca toda la realidad, hasta unos dicen que los ingresos de la suscripción pagaron solo los gastos de esta. No obstante, los comités y asociaciones que gastan disponen de recursos importantes, se evocan fondos del patronato, fondos secretos del gobierno, comisiones destinadas a los partidos, y hasta dinero extranjero.

La ley de 1988 y sus efectos

El clima insano que tuvo por origen el descubrimiento o la búsqueda de escándalos, en este periodo de cohabitación, condujo a un esfuerzo de moralización por medio de las leyes de 1988, obligatoriamente orgánicas en lo que hace al presidente y los legisladores, y ordinarias en lo que corresponde a la vida política. Se establece, pues, el principio de tope para los gastos y el financiamiento público respecto a los recursos: 120 millones de francos más 20 para los que se califican para la segunda vuelta.

El financiamiento público consiste básicamente en reembolsar $1/20$ del tope a los candidatos que no rebasaron 5% de la votación y $1/4$ para los que rebasaron ese límite. Entonces no hay proporcionalidad, lo que es extraño, ya que el sistema favorece de esta manera a los que tienen menos posibilidad de ganar, pero rebasan 5% de votos.

Sin embargo, la experiencia enseña los límites relativos a las posibilidades de control de este financiamiento. Aunque las cuentas de campaña se deben certificar por un perito contable y turnar al Consejo Constitucional durante los dos meses que siguen de la elección, parte del financiamiento proviene de los partidos políticos, cuyas cuentas no

se controlan de manera tan precisa como las de los candidatos, a pesar de los trabajos de la Comisión Nacional de las Cuentas de Campaña y Financiamientos Políticos.

Añadamos que la ley orgánica del 11 de marzo prevé (artículo 1) que cada registro de candidatura se debe acompañar de una declaración patrimonial; al final de la elección la declaración del ganador se publica en el Journal Officiel, al mismo tiempo que los resultados.

En conclusión, a pesar de los rituales que empezaron a establecerse respecto a esta elección, por necesidad esta va a renovarse en razón de la inadaptación de la regulación actual, su carácter anticuado y las nuevas reglas de financiamiento. Esto tal vez no es el tema esencial de la elección de 1995, pero, además de la nueva realidad política y de las últimas contiendas de una generación política, es también un nuevo tipo de comunicación de los candidatos que debería aparecer.