

¿AMLO, populista?

Steven Johansson M.

DURANTE LA CAMPAÑA ELECTORAL de 2006, los adversarios de Andrés Manuel López Obrador y algunos sectores del empresariado nacional llevaron a cabo una campaña de desprestigio en contra del abanderado del Partido de la Revolución Democrática, calificándolo de “populista” y afirmando que representaba un “peligro” para México. Esta opinión –cabe resaltar– no fue compartida por otros sectores del empresariado y de los círculos financieros nacionales y extranjeros, quienes resaltaron que López Obrador era el representante de una izquierda “moderada”, con experiencia de gobierno local, y que su elección no constituía ningún riesgo para la estabilidad económica del país.

¿A qué se referían los detractores de López Obrador al calificarlo de populista? ¿Tiene algún sustento esta caracterización o se trata, más bien, de un “mito” divulgado con el objetivo de restarle apoyo político en ciertos segmentos del electorado? Entendemos aquí el término de “mito” no en el sentido de una “fábula” o una “ficción alegórica”, sino en el de un “relato o asunto inventado o que da una falsa apariencia a una cosa”,¹ cuyo objetivo no es solamente el de desprestigiar al adversario, sino de provocar, en algunos segmentos del electorado, “una serie de reacciones colectivas, automáticas e inconscientes, ‘irracionales’”.²

El término “populismo” fue acuñado por la sociología política para caracterizar experiencias de gobierno de las décadas de 1930 y 1940 del siglo pasado, como las de Getulio Vargas, en Brasil, Juan Domingo Perón, en Argentina, o Lázaro Cárdenas, en México. En los análisis clásicos (como los de Gino Germani y Torcuato di Tella), el término se refiere a las “fórmulas políticas por las cuales el pueblo (...) es fuente de inspiración y objeto constante de

referencia”.³ Más que una doctrina acabada, el populismo es un “síndrome” que presenta una serie de características, entre las que destacan:

- 1) la referencia al “pueblo” en su conjunto, sin distinciones de clase.
- 2) la presencia de un liderazgo de tipo carismático que interpreta la voluntad y el espíritu del pueblo.
- 3) un nacionalismo con tintes racistas, que ve un peligro en todo lo que no es pueblo (élites cosmopolitas o imperialistas, comunidades que no comparten los valores genuinos del pueblo).
- 4) el eclecticismo y un desprecio por las formulaciones ideológicas.
- 5) el populismo no se opone a la “modernización económica”: no es anti-industrial y no propone un retorno al pasado, sino que favorece, en torno a la revolución industrial, una movilización de masas.
- 6) el populismo no es revolucionario, sino *reformista*: se plantea como una alternativa al socialismo y, aunque invoca una contraposición entre el pueblo y la oligarquía, el ataque a esta última no es frontal.⁴
- 7) el populismo es fundamentalmente *conciliador*, y no fomenta el “odio de clases”.

El término de populismo ha sido criticado por su vaguedad, y por referirse a experiencias muy disímiles: el populismo ruso del siglo XIX, el populismo norteamericano, el Sinn Fein, el nasserismo, el peronismo, el PRI mexicano bajo la presidencia de Cárdenas, e incluso el fascismo y el nacional-socialismo.

Los detractores de Cárdenas no tienen en mente, sin embargo, los fenómenos populistas de los años 1930 y 1940. Como bien lo señala Emir Sader, el término ha sido recuperado por el discurso neoliberal “para designar a las políticas consideradas ‘irresponsables’, ‘aventureras’, ‘inflacionarias’, que promueven concesiones sociales incompatibles con la ley de hierro del ajuste fiscal”.⁵

Así, en México, las políticas de Luis Echeverría y de José López Portillo han sido calificadas de “populistas”. A la administración prudente de la fase del “desarrollo estabilizador”, que prevaleció entre 1954 y 1970, habría sucedido la “administración populista de la economía”, con una “política populista de gastos masivos, financiados con déficit y expansión monetaria, con el fin de ganar apoyo político”, que dio por resultado la aceleración de la inflación, el aumento del déficit externo y llevó, posteriormente, a la crisis del endeudamiento.⁶

Es claro que es esta segunda acepción la que los detractores de López Obrador tienen en mente cuando lo califican de “populista”. Ya en 1994 (y en 2000), Cuauhtémoc Cárdenas había sido objeto de las mismas críticas. En 1994, los empresarios y los medios de co-

municación calificaron a Cárdenas de “populista”. Veían en su programa una vuelta al pasado, al “populismo de Echeverría”.⁷

¿Es Andrés Manuel López Obrador un “populista”, en el sentido que da al término el discurso neoliberal? ¿Su plataforma electoral y sus discursos de campaña propusieron, aún veladamente, políticas “populistas” similares a las de Luis Echeverría y José López Portillo?

En su *Proyecto Alternativo de Nación*, López Obrador propone un “modelo de desarrollo propio”, pero dentro de los “márgenes” que permite la “lógica de la economía global” y, sobre todo, respetando los grandes equilibrios macroeconómicos: “Conviene dejar claro –afirma– que no sería sensato alterar el orden macroeconómico: debe haber disciplina en el manejo de la inflación, el déficit público y las deudas interna y externa, así como mantener estabilidad en otras variables”.⁸

En su primer discurso de campaña, López Obrador hizo énfasis (“que se oiga bien y lejos” –dijo) en que habría “economía de mercado”, “orden macroeconómico, disciplina en el manejo de la inflación, el déficit público y estabilidad en otras variables”.⁹



Circulación, acuarela sobre impresión fotográfica, 60 x 45 cm, 2007

Como garantía de que respetaría escrupulosamente la estabilidad macroeconómica, López Obrador ofreció incluso, en su plataforma electoral, compartir la conducción de la política económica no sólo con el Banco de México, que por mandato de ley tiene la obligación de procurar la estabilidad del poder de compra de la moneda nacional, sino con representantes del sector financiero privado, a través de la figura de un Consejo Consultivo Económico y Social.¹⁰

Una garantía más fue la designación de Rogelio Ramírez de la O como principal asesor en materia económica, dejando claramente entrever que, en caso de llegar a la presidencia, éste sería su secretario de Hacienda.¹¹ Como lo advirtió el periodista Thomas Black, López Obrador buscó, con esa designación, “ganar credibilidad” en los círculos financieros y mandar un mensaje a los inversionistas.¹²

En reiteradas ocasiones, López Obrador buscó dar garantías a los mercados internacionales. Un año antes de la elección, en entrevista acordada al *Financial Times*, López Obrador se presentó como un político pragmático en el terreno económico, ofreció a la comunidad de inversionistas mantener una política fiscal cautelosa y la independencia del banco central, y dijo que no renegociaría el Tratado de Libre Comercio.¹³ Como comentó un político cercano al candidato perredista, Manuel Camacho Solís, López Obrador fijó una “estrategia económica responsable en los círculos que cuentan”.¹⁴

López Obrador también ofreció, en múltiples ocasiones, garantías a los empresarios. En marzo de 2006, en entrevista radiofónica con Joaquín López Dóriga, rechazó ser “enemigo de los empresarios”, afirmó que se reunía con Carlos Slim y con “muchos otros empresarios” y precisó que él no estaba planteando que el país saliera adelante “únicamente con inversión pública”.¹⁵ Ese mismo mes, sostuvo, junto con Rogelio Ramírez de la O, una reunión con algunos de los principales empresarios de Monterrey, en un “ambiente muy cordial” (según reseña el columnista de *La Jornada* Enrique Galván Ochoa), para exponerles las líneas generales de su plan de gobierno.¹⁶

El 19 de junio, en Monterrey, López Obrador pidió a los empresarios que estuvieran “tranquilos”, pues él manejaría la economía “con toda responsabilidad”.¹⁷ Días después, en Querétaro, pidió a los empresarios “no tener miedo”, ya que con su proyecto alternativo de gobierno les iba a ir “mucho mejor”.¹⁸

¿Qué ofreció Andrés Manuel López Obrador a los empresarios? Además de mantener la estabilidad macroeconómica, les ofreció bajar los precios de los energéticos (ga-

solina, gas y electricidad),¹⁹ no incrementar los impuestos y, sobre todo, permitirles participar en “grandes proyectos de infraestructura”. Si en el *Proyecto Alternativo de Nación* López Obrador sólo se refiere a la “convergencia entre la inversión pública y la privada”,²⁰ Ramírez de la O precisó, en marzo de 2006, las ofertas de campaña para ese sector. Ante los asistentes al 16º Congreso Nacional de Economistas, el asesor de López Obrador ofreció no aumentar los impuestos y trabajar conjuntamente con ese sector en “grandes proyectos de infraestructura”, como la Terminal aérea de Tizayuca y el ferrocarril transistmico.²¹

En una entrevista de marzo de 2006, Ramírez de la O afirmó que la propuesta de López Obrador era atraer inversión privada, nacional y extranjera, al sector energético, pero no en PEMEX. Mencionó, como áreas en las que se podría fomentar la inversión privada, la petroquímica secundaria, el transporte marítimo, la construcción de almacenes de petróleo y de gas, y los seguros. Añadió que el equipo de asesores económicos de López Obrador estaba trabajando en identificar más oportunidades en ese sector (el energético) y que habría “proyectos muy interesantes”.²²

En suma, las propuestas económicas de Andrés Manuel López Obrador durante la campaña electoral de 2006 estuvieron lejos de asemejarse a las políticas “populistas” de Luis Echeverría y José López Portillo.

Esto fue claramente advertido por los círculos financieros nacionales y extranjeros. En un informe difundido a principios de diciembre de 2005, la calificadora de deuda Standard and Poor’s señaló que un triunfo de López Obrador no incidiría en la calificación crediticia de México. La calificadora descartó un regreso al “viejo modelo económico” y desestimó las comparaciones que se hacían entre López Obrador y Hugo Chávez.²³ El 7 de diciembre, el grupo soberano Fitch elevó las calificaciones de deuda de México, argumentando que el país mantendría la estabilidad macroeconómica sin importar el resultado de las elecciones presidenciales.²⁴

Unos días antes de la elección, Pamela Starr, autora de un informe del Council on Foreign Relations dedicado al escenario electoral mexicano, afirmó que los inversionistas extranjeros y Washington no estaban preocupados por un posible triunfo de López Obrador ya que lo consideraban un político pragmático de “izquierda moderada”, no de “izquierda radical”, enfocado sobre todo en la política interna y en mantener la estabilidad macroeconómica. Starr rechazó la caracterización del candidato perredista como alguien que podría sumarse a la corriente de Hugo Chávez

y representar una opción peligrosa para México que podría causar alarmas en Washington.²⁵

¿Quiénes, y con qué motivaciones, promovieron entonces la imagen de un López Obrador populista, que representaría un “peligro para México”?

En primer lugar figuran, obviamente, el PAN y su candidato, como parte de una estrategia de campaña para restar votos al candidato puntero en las encuestas. En la campaña participó también un sector —el más conservador— del empresariado mexicano, ligado a la derecha política: empresarios como Claudio X. González, ex asesor de Carlos Salinas de Gortari, o el banquero Roberto Hernández, agrupaciones como el Consejo Coordinador Empresarial (CCE), cúpula de cúpulas del empresariado mexicano, dominado por el Consejo Mexicano de Hombres de Negocios (CMHN), la asociación de los empresarios más acaudalados de México.

En el exterior, los conservadores y neoconservadores de Washington fueron los únicos en expresar alarmas ante un eventual triunfo de López Obrador.²⁶ Semanas antes de la elección, *Business Week* describía al candidato perredista como un “populista de tendencia izquierdista” que había prometido distanciar a México de su “devoción durante dos décadas a la economía de mercado, renegociar partes del TLC” e imponer más control a la élite empresarial.²⁷

¿Cuáles pudieron ser las motivaciones de estos sectores para promover la imagen de un López Obrador “populista”? Hemos visto que no fue, en lo fundamental, el programa económico del candidato. Ciertamente, López Obrador no era el candidato idóneo para el empresariado, mexicano y extranjero. Pero, como ya hemos señalado, su *Programa Alternativo de Nación* se inscribe dentro de los “márgenes” que permite la “lógica de la economía global”.

¿Fue entonces la desconfianza hacia un político proclive a recurrir a la movilización popular (como fue el caso durante el movimiento poselectoral en Tabasco, o durante el episodio del desafuero)? ¿O el temor a perder sus privilegios?

Resulta, en todo caso, significativo que, a diferencia de estos últimos sectores, los industriales de la CANACINTRA, los círculos financieros nacionales y extranjeros hayan expresado claramente su confianza ante un eventual triunfo de López Obrador.

En conclusión, creemos que es posible afirmar que, por lo menos en lo que respecta a la política económica, la imagen de un López Obrador “populista” es un mito, en el sentido de un “relato inventado”, cuyo objetivo era provocar, en algunos segmentos del electorado, “una serie

de reacciones colectivas, automáticas e inconscientes, “irracionales”. Sin duda, el *liderazgo* de Andrés Manuel López Obrador presenta algunas de las características del “estilo” populista (como la relación directa entre el líder y sus seguidores, por encima de las mediaciones institucionales). Pero no es menos cierto que se trata de un político *pragmático* que, como expresaba Manuel Camacho, “sabe que para gobernar el país necesita una serie de alianzas, de acuerdos con sectores empresariales”.²⁸ •

Notas

¹ *Gran Diccionario de la Lengua Española*, Barcelona, SPES Editorial, 2001

² “Mito político”, en Bobbio, Matteucci y Pasquino (eds.), *Diccionario de política*, México, Siglo XXI, 2000.

³ “Populismo”, en Bobbio *et al.* (eds.), *op.cit.*

⁴ Horacio Cerutti, *Ideologías políticas contemporáneas*, México, UNAM-Coordinación de Humanidades, 1986, p. 12.

⁵ Emir Sader, “El populismo: su más completa traducción”, en *La Jornada*, 19 de noviembre de 2005, p. 29.

⁶ Héctor Guillén Romo, *La contrarrevolución neoliberal en México*, México, Era, 1997, p. 98.

⁷ Adolfo Aguilar Zinser, *¡Vamos a ganar! La pugna de Cuauhtémoc Cárdena por el poder*, México, Océano, 1995, p. 354.

⁸ Andrés Manuel López Obrador, *Un proyecto alternativo de Nación*, México, Grijalbo, 2004, p. 30.

⁹ Discurso pronunciado en Metlatónoc, Guerrero, durante el primer acto de campaña, 19 de enero de 2006.

¹⁰ Partido de la Revolución Democrática, Partido del Trabajo, Convergencia, *Plataforma electoral. Un nuevo proyecto de Nación. Principios y compromisos, 2006-2012*, México, 2006

¹¹ En un foro en el Club de Industriales, AMLO llamó a Ramírez de la O su “secretario de Hacienda”, *La Jornada*, 1 de marzo de 2006, p. 16.

¹² “López Obrador Reaching Out to Business Class”, reproducido en *El Universal Online*, 22 de octubre de 2005.

¹³ Entrevista reseñada en *La Jornada*, 25 de mayo de 2005, p. 23.

¹⁴ Entrevista acordada a *La Jornada*, 23 de marzo de 2005, p. 8.

¹⁵ *La Jornada*, 14 de marzo de 2006.

¹⁶ *La Jornada*, 31 de marzo de 2006.

¹⁷ *La Jornada*, 20 de junio de 2006, p. 13.

¹⁸ *La Jornada*, 22 de junio de 2006, p. 12.

¹⁹ *Ídem.*

²⁰ *Op.cit.*, p. 158.

²¹ *La Jornada*, 3 de marzo de 2006, p. 35.

²² *La Jornada*, 11 de marzo de 2006, p. 25.

²³ “¿Afectarán las elecciones presidenciales de México sus calificaciones soberanas?”, informe reseñado por *La Jornada*, 8 de diciembre de 2005, p. 27.

²⁴ *Ídem.*

²⁵ *La Jornada*, 22 de junio de 2006, p. 20.

²⁶ De acuerdo con Pamela Starr, *cf.* nota 15.

²⁷ Reseña de *La Jornada*,

²⁸ *Cf.* nota 5.