



GOBIERNO DE  
MÉXICO

# LA COMUNICACIÓN POLÍTICA POPULISTA DE AMLO

**ARMANDO ROCHA**

Consultor de comunicación política.  
Con más de 10 años de experiencia a  
nivel nacional e internacional.  
(@armandorocham)

“El populismo es simple, la democracia es compleja” indica Ralf Dahrendorf. Y tal vez en ello, precisamente, en lo que refiere Dahrendorf, radique la eficacia comunicativa del populismo: en la simpleza o sencillez de sus argumentos, frente a la complejidad del proceso democrático en un contexto de desconfianza, porque, como argumenta María Esperanza Casullo, “los líderes (populistas) ayudan a sus seguidores a entender lo que no es tan sencillo comprender en medio de tan pocas certezas”[1].

En este sentido, el propósito de este texto es triple. Por un lado, pretende identificar las causas que detonan la retórica populista, a partir de una llana explicación del proceso de

transición de México a la democracia, las complejidades del proceso democrático y el desencanto con la vida política en el país. Por otro, intenta describir los rasgos que caracterizan la comunicación política populista. Y, finalmente, aspira a identificar en el estilo personal de comunicar y gobernar del presidente de México, Andrés Manuel López Obrador (2018-2024), los rasgos del político populista.

### **I. La transición de México a la democracia**

México vivió un auténtico proceso de transición a la democracia, en el último cuarto del siglo XX. De 1977 a 1997, tras sucesivas reformas electorales, pasó de un sistema de “partido hegemónico”, como lo calificó Giovanni Sartori, a un sistema plural de partidos más ad hoc a la diversidad política del país; de elecciones sin competencia en las que la designación del candidato del partido oficial anticipaba el resultado a elecciones altamente competidas, en las que la incertidumbre del resultado es el denominador común; de una representación política monocolor a una representación pluripartidista equilibrada. En otro orden de palabras, “México fue capaz de construir un incipiente sistema democrático y dejar atrás la fórmula autoritaria de organización política”[2].

Esta transformación electoral tuvo un impacto directo en el desempeño del gobierno. El país dejó atrás la presidencia (casi) omnipotente y dio paso a un poder ejecutivo acotado por otros poderes constitucionales y fácticos (medios de comunicación masiva, sociedad civil, p. ej.); dio lugar, también, a un Congreso cuya dinámica se explica por la nueva correlación de fuerzas y no por la supeditación al Ejecutivo; incluso la Suprema Corte de Justicia de la Nación dejó atrás un papel baladí y adquirió uno más protagónico desahogando controversias constitucionales y acciones de inconstitucionalidad. “México vive por primera vez en su larga historia en democracia”[3].

Este proceso de transición estuvo acompañado de un discurso (sobre todo de los partidos opositores al Revolucionario Institucional, cuyo periodo de gobierno duró 71 años), que elevó las expectativas entorno a la democracia, como si esta fuera “una varita mágica y no un sistema de

gobierno". Siendo México democrático, decían, se acabaría la corrupción, los abusos de poder, las violaciones de los derechos humanos. Incluso, no faltaba quienes argumentaban que, en el edén de la democracia, aumentaría el crecimiento económico, disminuirían las desigualdades sociales y perviviría el Estado de Derecho. Solo bastaba con "sacar al PRI de Los Pinos".

En efecto, esta sobreventa de expectativas era alentada tanto por la oposición al partido en el gobierno durante las campañas electorales contrastando el proyecto democratizador frente al autoritarismo, como por ciertos círculos académicos y mediáticos tendientes a reducir la pluricausalidad de los problemas del país a una sola variable (la falta de libertades, el verticalismo y el monopartidismo [4]). Sin embargo, a estos actores políticos y sociales se les olvidó advertir (o ser más insistentes en señalar) que la democracia es un sistema de gobierno que, en efecto, amplía libertades, construye pesos y contrapesos, resuelve la convivencia y la competencia entre diferentes corrientes ideológicas, el cambio pacífico de gobierno.

Pero, al mismo tiempo, la democracia, por su complejidad inherente, hace más intrincada la gestión de gobierno, la relación de poderes y el vínculo entre estos y los grupos de interés. Por lo tanto, el funcionamiento del régimen democrático es más complejo y la toma de decisiones es más tortuosa. Si a esto le sumamos que, durante los gobiernos democráticos emergidos a partir de las elecciones presidenciales del año 2000, el crecimiento económico ha sido débil e inestable, la desigualdad continúa, la cohesión social persiste, la violencia aumenta y la corrupción no acaba, entonces podemos empezar a identificar las causas que provocan la insatisfacción con la democracia, generan desconfianza entre los ciudadanos hacia la política y los políticos y alientan la retórica populista o el populismo.

## II. El origen de la desconfianza

No obstante el largo proceso democratizador que México vivió, durante los últimos 18 años se profundizó el desencanto con la vida política del país. En este periodo, se gestó un profundo malestar con la política y los

políticos mexicanos, y en varias de sus instituciones (particularmente con los partidos políticos), que, paralelamente, han provocado un desapego a la democracia, a la cual no se comprende ni se valora.

De acuerdo con el estudio de Latinobarómetro 2015[5], México era el país integrante de la CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) con menor porcentaje de apoyo a la democracia. En 10 años, de 1995 a 2015, México perdió 19 puntos porcentuales de apoyo a la democracia respecto del promedio.

En 2014 el Instituto Federal Electoral (ahora Instituto Nacional Electoral) dio a conocer el estudio: Informe país sobre la calidad de la ciudadanía en México[6], en el que se identifica que si bien para la mayoría de los mexicanos (53%) la democracia es preferible a cualquier otro sistema, casi una cuarta parte piensa que en algunas ocasiones es preferible un sistema autoritario (23%) y, prácticamente, a uno de cada cinco ciudadanos en el país (18%) le da lo mismo.

Aún más, lo que llama la atención es la módica confianza en las instituciones democráticas. Sólo el 36% confían en el gobierno federal; el 30% en los gobiernos locales. Los diputados, partidos políticos, policías y jueces no llegan ni al 30%.

De hecho, México alberga una sociedad profundamente desconfiada. El mismo trabajo presentado por el IFE reveló que para el 72% de los mexicanos la mayoría de las personas no son confiables.

Otros estudios, asimismo, confirman la mala percepción (imagen) que los mexicanos tienen de las instituciones democráticas[7]. El gobierno, los partidos y el Congreso son vistos como las instituciones más corruptas. En cambio, la familia, las organizaciones no gubernamentales y el Ejército son percibidas como las instituciones más honestas.

Las fuentes que alimentan la desconfianza, el malestar y el desprecio por la vida política, la democracia y sus instituciones, son variadas: una de ellas es la influencia en la política de los códigos del espectáculo (“la

declaración estridente, el chascarrillo descalificador, la ocurrencia memorable, el gesto indignado, el grito en la tribuna"[8]), los escándalos y las corruptelas no son exclusivos de ningún partido así como la emergencia de la retórica antipolítica.

En la década de los noventa emergieron en el escenario los "partidos antiestablishment político", cuya narrativa total es, como advierte Andreas Schedler[9], acusar a los partidos establecidos de formar un "cártel excluyente", integrado por "una clase homogénea de villanos perezosos, incompetentes..." y corruptos.

La estrategia comunicativa de los partidos antiestablishment, y sus dirigentes y militantes, es elemental, como bien lo describe Schedler: "trazan un espacio triangular simbólico mediante la construcción (simultánea) de tres actores y de las relaciones entre ellos: la clase política, el pueblo y ellos mismos. El primero representa el villano malvado, el segundo a la víctima inocente y el tercero al héroe redentor".

De esta narrativa, surgen alabanzas al "pueblo", a la sociedad, a los ciudadanos como la encarnación de todo lo bueno, mientras que los partidos, los políticos y las instituciones son los "representantes del mal".

"Los partidos antiestablishment político describen el conflicto en específico como la división fundamental de la sociedad: el conflicto entre los gobernados y los gobernantes o, alternativamente, el conflicto entre público y política, electores y partidos, ciudadanos y políticos, sociedad y Estado, electores y elegidos, mayoría (silenciosa) y élite (corrupta)...sociedad civil y partidocracia".

Esta estrategia retórica homogeniza a los políticos en una "clase", y asevera que "todos son lo mismo"; además, atribuye a esa clase "todos los males que aquejan a la venturosa y límpida sociedad".

Cada escándalo de corrupción, cada estadística de desempleo, cada devaluación de la moneda, cada catástrofe natural, cada abuso

policial...”todos son incidentes aislados (que) se interpretan invariablemente como síntomas contundentes, como pruebas fehacientes del fracaso generalizado de los partidos (y sus representantes)”.

De esta forma, la retórica antipolítica nutre el espíritu antipartidos de la comunicación populista.

### III. Comunicación política y populismo

La comunicación política en su acepción más amplia, como la define Dominique Wolton, es “el espacio en que se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política, y que son los políticos, los medios de comunicación y la opinión pública”[10].

El populismo, por su parte, es un estilo político, un estilo de gobierno[11], pero, sobre todo, es un estilo de comunicación política que se utiliza en la construcción de identidad y poder político[12].

El populismo es una peculiar imaginación moralista de la política, una forma de percibir el mundo político que sitúa a un pueblo moralmente puro y totalmente unido -pero ficticio al fin y al cabo- en contra de las élites corruptas y moralmente inferiores[13].

Los populistas, adjetivo utilizado no en sentido peyorativo, sino como categoría de análisis, albergan, al menos, dos rasgos:

- 1. Son críticos de las élites**, son antielitistas. Esta característica es necesaria, aunque no suficiente para describir a los populistas, ya que, prácticamente, cualquier opositor es crítico del status quo.
- 2. Son antipluralistas**. Aseveran que ellos, y solo ellos, representan al pueblo; los demás solo son parte de la élite corrupta e inmoral. Más todavía, cuando los populistas llegan al gobierno, no reconocen a nadie como oposición legítima.

Le asiste la razón a Jan-Werner Müller, cuando afirma que: “no puede haber populismo sin alguien hablando en nombre del pueblo como un todo”.

Pero, ¿qué es el pueblo? Hay tres nociones de este término: 1) como un todo; 2) como nación, en sentido cultural; y, 3) como gente común (los excluidos, los oprimidos y los olvidados)[14].

Para que una persona o movimiento político sea populista debe aseverar que una parte del pueblo es “el pueblo” y que sólo lo populista identifica y representa auténticamente a este pueblo, real o verdadero.

Los populistas ponen a la gente “pura e inocente”, que siempre trabaja, en contra de una élite corrupta que no trabaja realmente (más allá de fomentar sus propios intereses).

Para Pierre Rosavallon, el populismo simplifica los desafíos políticos de tres formas: a) Simplificación político-sociológica: el pueblo bueno contra las élites corruptas; b) Simplificación procesal e institucional: dirigida en contra del desordenado mundo de los poderes intermediarios; y, c) Simplificación del vínculo social, que se reduce a una cuestión de identidad homogénea[15].

Quienes personalizan el populismo, además, enarbolan el “antipluralismo moralizado”, una suerte de noción no institucionalizada de “el pueblo”, que sirve para explicar por qué los populistas suelen contraponer el resultado “moralmente correcto” al verdadero resultado empírico de una elección, cuando ésta no juega a su favor.

El problema no reside en la incapacidad de los populistas para interpretar la voluntad del pueblo, sino más bien son las instituciones las que siempre, de alguna manera, producen los resultados equivocados. Las teorías de la conspiración no son, por lo tanto, un gracioso añadido a la retórica populista, sino que están cimentadas y emergen de la propia lógica del populismo[16].

Los líderes populistas, también, con sus acciones, su imagen y sus políticas públicas, pretenden confirmar la expectativa que son “como nosotros”, “hombres de pueblo”. Se erige como tal por su presunta capacidad “superior” para discernir el bien común, de acuerdo con el criterio del pueblo. El populista puede o no ser carismático, pero lo que sí debe proyectar es la sensación de una conexión directa con “el pueblo”.

Los populistas siempre buscan ahorrarse al intermediario, y depender lo menos posible de complejas organizaciones e instituciones intermediarias entre los ciudadanos y los políticos. Son constantes las acusaciones de los populistas contra los medios de comunicación y los órganos autónomos. Para el populista, los medios de comunicación distorsionan la realidad política, por eso prefieren la “representación directa”[17] a través de las “benditas redes sociales”, que hacen creer a los ciudadanos que pueden prescindir de los medios y tener (la ilusión de) un contacto directo con el presidente.

En este sentido, el populismo es visto, también, como un potencial correctivo para una vida política que de alguna forma se ha distanciado demasiado de “el pueblo”. Por ello, se dice que: “la comunicación está en el corazón del populismo[18].

#### **IV. La comunicación política populista de AMLO**

La mediatización de la política, como se refería en la primera parte de este texto, favorece ciertos estilos de retórica, particularmente los que tienen un lenguaje: llano, directo y beligerante, como es el de los populistas. De hecho, los medios juegan un rol importante en la emergencia de la retórica populista, aunque no son los únicos responsables[19].

El populismo en el presente artículo es analizado fundamentalmente como un estilo específico de comunicación política, porque el populismo es ante todo un acto discursivo[20], que adquiere credibilidad en función de determinados actos, actitudes y políticas públicas, usando palabras,



símbolos e imágenes para conectar con “el pueblo” (desencantado, en desventaja y agraviado).

En este contexto, Andrés Manuel López Obrador (AMLO), actual presidente de México, tiene un rasgo en común con Nigel Farage de Inglaterra, Marie Le Pen de Francia, Pauline Hanson de Australia, Alexis Tsipras en Grecia, Pablo Iglesias de España, Evo Morales de Bolivia y el finado Hugo Chávez de Venezuela: todos están relacionados con el populismo, ya sea de izquierda o derecha, y son reconocidos por su comunicación política populista, a través de la cual impulsan la construcción de una identidad política, tienen un estilo retórico particular y gestionan una relación peculiar con los medios de comunicación.

#### *Identidad política a partir de símbolos*

La “construcción de identidad” es una categoría clave en el análisis del estilo de comunicación populista, toda vez que el populista aspira a representar un “yo” idealizado que encarga “la diferencia y la exclusión”, para establecer una relación antagónica con “los otros” y así la idea de identidad tome forma.

El líder populista, advierte Ernesto Laclau, pretende construir un actor colectivo de “naturaleza popular” como un acto de poder, en el que él juega un rol clave en la representación de “el pueblo”, un concepto que incluye a todos aquellos con demandas insatisfechas, un grupo destinado a romper con el status quo, quitarle el poder a la élite gobernante (que representa el otro) y construir un nuevo orden político (ideal pero impreciso)[21].

Para Andrés Manuel López Obrador este nuevo orden político, recurrente en su discurso a lo largo de su tercera campaña presidencial[22], es la “Cuarta Transformación” (4T) de México, concepto acuñado para aludir su visión de futuro, pero sobre todo con el propósito de equipararse con momentos y personajes clave en la historia del país: 1º) La Independencia (1810-1821), movimiento armado que terminó con los 300 años de dominio español; 2º) La Reforma (1858-1861), guerra intestina entre liberales y conservadores, de cual surgen las “Leyes de

Reforma” que separaron al Estado de la Iglesia y cuyo principal protagonista es el presidente Benito Juárez, personaje histórico al que más admira el presidente mexicano; y, 3º) La Revolución (1910-1917), levantamiento armado contra la dictadura de Porfirio Díaz, del que surge la Constitución Política que aún rige a la República Mexicana.

Además de las constantes referencias al pasado histórico, López Obrador, ya como presidente, mencionó al presidente Benito Juárez 73 veces durante sus primeras 137 conferencias matutinas[23], “citando frases suyas y refiriéndose a él como ‘el mejor presidente de la historia de México’”. Incluso, la reiteración de la figura de Juárez en su narrativa, ha llevado a Andrés Manuel López Obrador a expresar que “Juárez y el juarismo gobiernan a través de él” [24] y a colocar al llamado Benemérito de las Américas, literalmente, en el centro de la imagen de su gobierno[25].

#### *Estilo retórico antagónico con la élite gobernante*

El estilo retórico de los populistas abrasivo, patriótico o nacionalista, emocional, conflictivo y opositor (aún estando en el gobierno), les permite conectar con las franjas, cada vez más amplias, de ciudadanos descontentos con la democracia y sus instituciones, tal como se dio cuenta líneas arriba.

El estilo de comunicación política populista no solo entraña una apelación de abajo hacia arriba, implica también asociaciones de identidad complejas e interacciones emocionales entre los líderes populistas y sus públicos. Los populismos expresan expectativas que no hallan satisfacción, o la hallan de modo insuficiente, en los sistemas políticos e institucionales, ya sea porque han envejecido, fallan, se agotan, o bien, porque tardan en establecerse, como podría ser el caso mexicano. Los populismos prosperan en las crisis o las carencias de esos sistemas[26].

El populismo contemporáneo es consecuencia, como se ha dicho previamente, de las dificultades de la democracia liberal para asumir sus

misiones. El populista traduce los límites de la democracia y sus carencias, porque las simplifica.

En su discurso, los populistas se esfuerzan por alcanzar el poder, denunciando al sistema y a la élite que lo dirige, al tiempo que apelan a la unidad del cuerpo social, paradójicamente, construyendo esa unidad en contra de una pequeña parte de ese mismo cuerpo social (élites, oligarcas, castas o “mafias”). Es el caso de López Obrador. La palabra “pueblo” es la segunda más mencionada (1,732 veces), en sus conferencias matutinas de los últimos 12 meses[27].

### *Confrontación permanente*

El populismo y los populistas alimentan la controversia mediática[28]. Sus tácticas incluyen: a) jugar al “underdog” o “la víctima”; b) usar un discurso abrasivo; c) ganar espacios en los medios utilizando un lenguaje “golpeador” contra el establishment; y/o, d) escenificando eventos políticos de interés periodístico. El rol de víctima lo ha jugado Andrés Manuel López Obrador en cada una de las elecciones en las que ha participado, como candidato, a lo largo de su más de tres décadas. Lo mismo siendo candidato a gobernador de su estado natal, Tabasco, que Jefe de Gobierno del Distrito Federal (ahora Ciudad de México), o candidato a la presidencia de la República.

En 1991, en las elecciones municipales en Tabasco, las autoridades electorales no reconocieron los triunfos del recién fundado Partido de la Revolución Democrática (PRD) en varios ayuntamientos. Ante la negativa, López Obrador emprendió el primer “Éxodo por la Democracia”[29] hacia la ciudad de México. “Desde entonces el discurso de López Obrador iba dirigido en contra de las medidas neoliberales del gobierno y la manera en que éstas golpean a los pobres”[30].

Después de perder la gubernatura de Tabasco por segunda vez consecutiva en 1994, Andrés Manuel López Obrador volvió a emprender un nuevo “éxodo” que lo catapultó como figura política nacional, lo llevó en 1996 a convertirse en presidente del PRD y, cuatro años después, en

titular de la Jefatura de Gobierno del DF.

Siendo Jefe de Gobierno su imagen ascendió vertiginosamente y se convirtió en la principal figura de oposición, debido a dos factores: en primer lugar, la estrategia de contraste que implementó frente a Vicente Fox; en esos años, “la popularidad de López Obrador se relaciona de forma directa con los errores y deficiencias del presidente Fox”[31].

En su condición de líder opositor a principios de la primera década de este siglo, López Obrador dio muestras de su discurso abrasivo y golpeador contra el establishment. Se opuso a las reformas estructurales (principalmente, la fiscal y la energética), porque, argumentaba, “estas van en contra de los desprotegidos”[32].

Desde esos años, el término “neoliberal” era el arma preferida del entonces Jefe de Gobierno para descalificar a sus contrincantes. Para AMLO, “Neoliberalismo” es la casilla donde todo y todos caben: el Fobaproa[33], la inversión privada en petróleo y electricidad, el control de la inflación, el aumento de impuestos, Fox, el PRI, el PAN (años después también agregaría al PRD) los banqueros, los enemigos de sus obras públicas, Carlos Salinas de Gortari, Ernesto Zedillo, “todos representan al neoliberalismo”.

En el discurso de López Obrador, lo opuesto al modelo neoliberal es la “austeridad republicana” y el aumento del gasto social: “No hace falta promover una reforma fiscal, basta ahorrarse dinero en celulares...que no se azoten...si el gobierno quiere recursos, hay una fórmula muy sencilla: que reduzca el costo del gobierno a la sociedad”[34]. El eje discursivo de la austeridad republicana le permite a López Obrador recurrir constantemente a su figura histórica predilecta y hablar de Juárez y la “justa medianía”, al tiempo que proyecta una imagen de cercanía con los ciudadanos, al proyectarse como un líder “igual a nosotros”.

El segundo factor que proyectó la imagen de Andrés Manuel a principios de siglo, fue la obcecación del presidente Vicente Fox por él, lo que lo

convirtió en su gran rival, y, en esa medida, en figura presidencial. Entre 2001 y 2003, el entonces presidente de la República respondía públicamente todas las provocaciones que lanzaba el jefe de Gobierno, “hasta convertirlo en su gran interlocutor público”. En 2004, López Obrador era ya “la sombra del gobierno panista, en buena parte provocada por ellos mismos (los panistas)”. Y en 2005, el intento de desafuero por parte de “las fuerzas oscuras”[35] permitió a AMLO reforzar su retórica populista victimizándose, trasladar la atención hacia el “complot” en su contra y escenificar eventos de interés mediático.

### *Relación conflictiva con (ciertos) medios de comunicación*

Los populistas usan los medios de comunicación para atacar a los mismos medios que les dan cobertura[36], “porque ven a los periodistas profesionales como un obstáculo para la creación de sus movimientos”[37]. Sin embargo, mientras les sea conveniente, los populistas acuden a los medios para conectar con sus públicos, construir identidad, influir en las agendas mediáticas y políticas, y ganar posiciones de poder.

Los líderes populistas, como bien indican Luis Estrada y Daniela Sánchez, “refuerzan su atractivo entre la mayoría de la población por medio de herramientas de comunicación que les permiten difundir sus mensajes de forma directa y mediante conceptos básicos, referencias históricas y un lenguaje sencillo”[38].

En el caso de López Obrador, las conferencias de prensa matutinas es la herramienta que eligió como eje vertebral de su estrategia de comunicación política, para posicionar sus mensajes más que rendir cuentas[39]. De hecho, son un fenómeno mundial a nivel presidencial, aunque no lo son tanto a nivel estatal, pues AMLO ya había utilizado esta táctica siendo Jefe de Gobierno de la capital del país[40].

En ese periodo, del año 2000 al 2005, Andrés Manuel López Obrador logró que los medios le dedicaran mucho tiempo y espacio. Lo consiguió a través de una estrategia soportada en tres pilares: sus programas sociales, sus construcciones faraónicas y sus conferencias mañaneras,

en las que sus frases dicharacheras y “tropicosas” –“chupar faros”, “se les hace bolas el engrudo”, “no se azoten”- no recibían críticas[41].

La eficacia de las conferencias “mañaneras” ofrecidas actualmente en Palacio Nacional se debe a los mismos factores que hicieron exitosa esta táctica comunicativa mientras López Obrador fue Jefe de Gobierno:

1. Habla ante los medios en su propio lenguaje. “No actúa, ni imposta una personalidad”.
2. Mantiene un discurso a largo plazo. Privilegia la terquedad por encima de la rectificación.
3. Su gabinete no lo eclipsa. Sus colaboradores no le roban cámara, pero intervienen cuando es necesario. Con excepción de Marcelo Ebrard, el resto del equipo pasa inadvertido. El protagonismo del actual secretario de Relaciones Exteriores, y responsable de la seguridad pública en los tiempos de la Jefatura de Gobierno, tiene el objetivo de repeler las críticas hacia López Obrador[42].
4. No reconoce errores ni se desdice.
5. Aprovecha las mañaneras para criticar a sus adversarios.
6. Si hay una crisis, habla de un complot en su contra.
7. Utiliza permanentemente los mismos argumentos. “Ridiculiza, insulta y se burla para descalificar. Pocas veces analiza argumentos. Sabe que contra la risa, poco valen las razones”[43].
8. Se presenta a sí mismo como el defensor del pueblo: el rayo de esperanza.
9. Como Eva Perón, evoca la idea de “santo patrón de los pobres”.
10. Defiende proyectos concretos (pensiones para adultos mayores, becas para “ninis”[44]; hace 18 años, los segundos pisos, hoy el Tren Maya), no “ideas abstractas” como la Reforma del Estado.
11. Emplea un discurso a corto plazo (distribuidores viales, en aquel momento, hoy: refinería “Dos bocas”, aeropuerto Santa Lucía), no de tiempos largos (líneas del metro).
12. Aplica la Primera Ley de la Propaganda: de la Simplificación[45]. Reduce todas sus decisiones a dos o tres ideas: honestidad valiente, infraestructura, los pobres. “Esto simplifica la transmisión e

interpretación de sus mensajes”[46].

13. Evita polémicas innecesarias. No se pronuncia sobre temas como las sociedades de convivencia o el uso recreativo de la marihuana. Propone someterlos a consulta, transfiriendo así la responsabilidad de la decisión.

14. Para no contestar preguntas indeseables utiliza expresiones beisbolísticas, como “batear”, o las evade contestando: “estamos trabajando”, “se está avanzando”.

En su primer año de gobierno, ya como presidente de la República, Andrés Manuel López Obrador, ofreció 252 conferencias matutinas en las que la palabra más mencionada fue “corrupción” (2,321 veces), asociándola con los cinco presidentes previos y con lo que él llama periodo “neoliberal” (mencionado 720 veces). Aludiendo al presidente Juárez, López Obrador califica a sus “adversarios” como “conservadores” (en un año, fueron mencionados 693 veces con ese adjetivo)[47]. Con esta estrategia, López Obrador no ha perdido enemigos a quienes criticar. Como él mismo argumenta, conserva una diferenciación, porque “nosotros pertenecemos a un proyecto distinto y a veces contrapuesto” al de sus adversarios, los conservadores, los “fifís”, como él les llama.

Las conferencias matutinas son eficaces, también, porque generan la primera nota del día en la radio y en los noticiarios de televisión, y ahora, también, en las redes sociales[48]. Cuando estaba al frente de la Jefatura de Gobierno, López Obrador iniciaba las conferencias de prensa a las 6 horas, ahora que es presidente las arranca a las 7 de la mañana en punto. Antes los capitalinos, hoy en el resto del país se identifican con un político que inicia su día a las 5 de la mañana, “no como otros funcionarios que lo hacen a las 11, después de su clase de tenis”[49]. AMLO es un imán para los medios de comunicación porque en su narrativa mezcla dosis de provocación, corrosión y constancia. Sus planteamientos son maniqueos. Como lo señala Andreas Schedler, el discurso de los políticos “antiestablishment” necesita de un villano, de un complot y de una víctima. López Obrador emprende querellas, ficticias o reales, que lo erijan como héroe.

En su retórica populista, Andrés Manuel divide al país en buenos y malos, en amigos del pueblo y neoliberales. Su nombre es una marca asociada a las palabras: “austeridad”, “combate a la corrupción” y “ayuda a los pobres”.

A un año del inicio de su sexenio, López Obrador muestra un alto nivel de aceptación en los sondeos de opinión: en promedio, 65% de los mexicanos aprueban su gestión como presidente de la República y sólo 31% lo desaprueba[50]. Después de 12 meses, las estrategias de gobierno y de comunicación política populistas de Andrés Manuel López Obrador reflejan su eficacia: el presidente es un político bien evaluado, a pesar de la creciente inseguridad, el estancamiento económico y las contradicciones de la Cuarta Transformación.

### A manera de conclusión

Las altas expectativas generadas entorno a la democracia en México durante más de tres décadas, no se cumplieron. La pobreza persistió, la brecha de desigualdad se ensanchó, la inseguridad creció, la economía se estancó y la corrupción no se acabó. Los gobiernos surgidos de la alternancia en el poder, fracasaron. Este contexto catalizó el discurso y el liderazgo populista de Andrés Manuel López Obrador, quien no fue presidente en 2006 y en 2012, en buena medida, por los errores que cometió, aunque públicamente no los reconozca. Sin embargo, en 2018, más de 30 millones de ciudadanos votaron por él, y lo hicieron presidente de la República. Lo fácil es decir que los electores que votaron por AMLO lo hicieron por enojo, hartazgo y decepción, pero, también, es válido argumentar que lo eligieron por la esperanza de un mejor futuro.

López Obrador ganó por su persistencia, pero sobre todo por el uso de una narrativa populista congruente con su imagen austera, su forma de vivir “en la justa medianía”, sus decisiones políticas y sus políticas de gobierno. Su estrategia retórica populista es muy clara: AMLO se compromete a combatir la corrupción y aplicar medidas de austeridad en el gobierno, a fin de generar ahorros que le permitan redistribuir los recursos en programas sociales de beneficio inmediato para personas



en situación de vulnerabilidad, recursos que antes la clase política se gastaba en lujos. Adicionalmente, López Obrador se compromete a llevar a cabo obras públicas vistosas, realizables en el corto plazo, que le permitan argumentar que los recursos públicos se estén ejerciendo correctamente, que hay un cambio de régimen en el que se busca el bienestar de la mayoría, no de unos cuantos.

Aplicando esa misma estrategia, AMLO fue un gobernante bien evaluado siendo Jefe de Gobierno del Distrito Federal, y lo es ahora como presidente de la República, porque ha hecho prácticamente lo mismo: polarizar, contrastar, dividir, y, al mismo tiempo, hacer parte a la mayoría de los ciudadanos de una épica en la que “el pueblo” es el protagonista: la Cuarta Transformación. López Obrador, como buen populista, ha construido un mito en el que incluye -simbólica o materialmente- a quienes han estado (o se han sentido) excluidos del sistema político.

Hay quienes argumentan que la comunicación política populista es un peligro para la democracia, debido a su antipluralismo. Sin embargo, como afirma María Esperanza Casullo, hay otra perspectiva: los populistas explican a la gente las razones que les motivan, las causas que movilizan su accionar y la gente se moviliza cuando entiende la causa, la hace suya y se siente parte de un proyecto colectivo de comunidad.

Esta visión más incluyente entiende al populismo no como un fenómeno político peligroso, sino como uno democratizador.

## REFERENCIAS

- [1] ¿Por qué funciona el populismo?, Siglo XXI, Buenos Aires, 2019.
- [2] José Woldenberg, *La democracia como problema (un ensayo)*, El Colegio de México y UNAM, México, 2015.
- [3] *Ibid.*, pág. 20.
- [4] *Ibid.*, pág. 15.
- [5] Ver: <http://www.latinobarometro.org/latNewsShowMore.jsp?evYEAR=2015&evMONTH=9>
- [6] IFE, con la colaboración de El Colegio de México, *Informe país sobre la calidad de la ciudadanía en México*, México, 2014.
- [7] *Votia*, Encuesta, septiembre de 2016. Ver: <https://www.sinembargo.mx/20-09-2016/3094417>
- [8] Klaus von Beyme, *La clase política en el Estado de partidos*, Alianza, Madrid, 1995.
- [9] “Los partidos antiestablishment político”, en Julios Labastida, Miguel Armando López Leyva y Fernando Castañón (coords.), *La democracia en perspectiva: consideraciones teóricas y análisis de casos*, Instituto de Investigación Jurídicas, UNAM, 2008.
- [10] “La comunicación política: construcción de un modelo”, en *El nuevo espacio público*, Jean-Marc Ferry, Dominique Wolton y otros, Gedisa, Barcelona, 1998.
- [11] Documental “El populismo en América Latina”. Disponible en Amazon Prime.
- [12] Elena Block y Ralph Negrine, “The Populist Communication Style: Toward a Critical Framework”, en *International Journal of Communication*, Londres, 2017.
- [13] Jan-Werner Müller, *¿Qué es el populismo?*, Grano de Sal, México, 2017.
- [14] *Ibidem*.
- [15] “Penser le populisme”, en *La Vie des Idées*, 27 de septiembre de 2011. Disponible en: <https://lavedesidees.fr/Penser-le-populisme.html>
- [16] Después de su derrota en la elección presidencial de 2006, con una diferencia de apenas 0.56% frente al derechista Felipe Calderón, Andrés Manuel López Obrador mandó “al diablo a sus instituciones” y, afirmó, en un libro testimonial sobre aquel proceso electoral que: *La mafia nos robó la presidencia* (Grijalbo, México, 2007).
- [17] Este concepto fue acuñado por Nadia Urbinati, en su artículo “A Revolt against Intermediary Bodies”, disponible en: [www.doi.org/10.1111/1467-8675.12188](http://www.doi.org/10.1111/1467-8675.12188)
- [18] De acuerdo con el sociólogo Michel Wieviorka, en su artículo “El populismo, ¿y después?”, publicado en la revista *Vanguardia Dossier*, en junio de 2019, hay dos épocas históricas en los fenómenos populistas, a saber: la que concluye en la década de 1960 o a principios de 1970; y la segunda inaugurada en la década de 1980, el populismo contemporáneo. La primera fase comienza con el movimiento ruso de la segunda mitad del siglo XIX (los *narodniki*), continúa en Estados Unidos (con el *People’s Party*). Después, vienen los populismos latinoamericanos desde los años 30 hasta la década de los 60, sobre todo con el peronismo en Argentina a partir de 1945. La fase contemporánea del populismo arranca en los años 80 con el Frente Nacional francés de extrema derecha, que hizo de la inmigración su tema central de acción. Francia también cuenta con algo que Wieviorka llama “un populismo de izquierda”: la Francia Insumisa, que rechaza la Unión Europea, se identifica con Hugo Chávez y habla “en nombre del pueblo contra las élites”. En esta tesitura, también, ubica a Podemos, en España; al Movimiento 5 Estrellas, liderado por el cómico Beppe Grillo, en Italia, que critica el parlamentarismo y llama a la democracia directa; a Geert Wilders, en los Países Bajos. En 2018, en Europa, seis partidos de tipo nacional-populista representan al menos un 20% de los electores, y ocho entre un 10% y 20%.
- [19] También, al inicio de este artículo se señaló que las amplias (y no cumplidas) expectativas entorno a la democracia, son parte de los ingredientes del caldo de cultivo que detona el populismo.
- [20] Elena Block y Ralph Negrine, *op. cit.*
- [21] “La deriva populista y la centroizquierda latinoamericana”, *Nueva Sociedad*, 89, 56-61. Disponible en: [www.nuso.org/upload/articulos/3381\\_1.pdf](http://www.nuso.org/upload/articulos/3381_1.pdf)
- [22] Andrés Manuel López Obrador fue candidato a la presidencia en dos elecciones previas: en 2006 y en 2012. La primera vez fue derrotado por el candidato del partido de derecha Acción Nacional, Felipe Calderón Hinojosa, por apenas 250 mil votos; la segunda ocasión, perdió frente al candidato del PRI, Enrique Peña Nieto, por más de 3 millones de votos de diferencia. En sendas derrotas, López Obrador se dijo víctima de “fraude electoral”. Nunca reconoció sus errores, y siempre acusó a “la mafia del poder” (políticos, empresarios, medios, sindicatos, et. al.) de aliarse para impedir su llegada a la presidencia. Para ahondar más en la biografía del actual presidente de México, ver: Jorge Zepeda Patterson, *Los suspirantes* (ediciones 2006, 2012, 2018), Planeta, México.

[23] Desde que fue Jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador utilizó las ruedas de prensa matutinas como herramientas de comunicación política populista, más que como mecanismos de rendición de cuentas. Como argumentan Luis Estrada y Daniel Sánchez Herrera, AMLO utiliza las conferencias de prensa “para repetir sus mensajes más que para contestar concretamente las preguntas de los reporteros”. Ver: “La comunicación política de los líderes neopopulistas americanos”, en Revista Foreign Affairs Latinoamérica, Volumen 19, Número 4, páginas 72-78, 2019.

[24] Luis Estrada y Daniela Sánchez Herrera, op. cit.

[25] La imagen institucional del Gobierno de México, encabezado por Andrés Manuel López Obrador, se dio a conocer el día previo a su toma de posesión (1 de diciembre de 2018). En ella se observan las figuras de José María Morelos y Pavón, Miguel Hidalgo y Costilla, Benito Juárez (sosteniendo la bandera mexicana), Francisco I. Madero y Lázaro Cárdenas, en franca alusión a los tres momentos históricos ya referidos: Independencia, Reforma y Revolución. La imagen institucional del Gobierno de México, se puede ver aquí: <https://www.forbes.com.mx/la-identidad-del-gobierno-de-amlo-retoma-personajes-historicos/>

[26] Michel Wieviorka, op. cit.

[27] Spin Taller de Comunicación Política, Análisis de las conferencias de prensa matutinas del presidente Andrés Manuel López Obrador, Infografía #16. Ver: <http://www.spintcp.com/conferenciapresidente/infografia-16/>

[28] Elena Block y Ralph Negrine, op. cit.

[29] Otro rasgo de la comunicación política populista es el uso constante de referencias religiosas, particularmente cristianas o católicas.

[30] Jorge Zepeda Patterson, op. cit., p. 29.

[31] Alejandro Trelles y Héctor Zagal, AMLO. Historia política y personal del Jefe de Gobierno del D.F., Plaza y Janés, México, 2005.

[32] Ibidem.

[33] El Fondo Bancario de Protección al Ahorro fue un “El Fondo Bancario de Protección al Ahorro fue “un fondo de contingencia creado en 1990 por el gobierno mexicano en conjunto con la totalidad de los partidos políticos en aquel entonces, a fin de enfrentar posibles problemas financieros extraordinarios”. Para López Obrador fue un “saqueo” de las arcas públicas que solo sirvió para “rescatar a los más ricos” y “afectar a los más pobres”.

[34] Alejandro Trelles y Héctor Zagal, op. cit., p. 145.

[35] Desde diciembre de 2001, el gobierno de Andrés Manuel López Obrador publicó una serie de historietas en formato de cómic para promover su gestión. La distribución de la propaganda estaba a cargo de brigadistas y trabajadores de distintas dependencias del gobierno de la ciudad. La estrategia era clara: se pretendía establecer un contacto directo con la población, logrando una penetración capilar, particularmente, en las zonas más pobres del entonces llamado Distrito Federal. Comunicación directa con las bases. El primer número de esta publicación se distribuyó en diciembre de 2001. Su título: Una ciudad de esperanza, en el que se narraba la historia de una familia de escasos recursos, cuyos integrantes recibían beneficios sociales de distinto tipo de parte del Gobierno capitalino. El tiraje fue de 499 mil ejemplares. Entre agosto y septiembre de 2002 se distribuyó el primer número de Historias de la ciudad, en el cual se contaba la historia de un esposo que despilfarraba el dinero, una ama de casa que admiraba a Andrés Manuel López Obrador y la historia de una mujer de la tercera edad en situación de vulnerabilidad que podía comprar alimentos con la pensión que le daba el Gobierno de La ciudad de la esperanza. En 2003, se publicó el segundo número de Historias de la ciudad, en el que se comparte la vida de 16 capitalinos que se ven beneficiados por las obras del Gobierno del Distrito Federal. El tercer número ya no habla de programas ni obras de Gobierno, sino de ideología: Historias de la ciudad: las fuerzas oscuras contra Andrés Manuel López Obrador. Llama la atención no solo el título sino las imágenes y el contenido. La publicación dice: “A continuación explicamos los cuatro ‘golpes’ que han urdido los enemigos del pueblo para afectar la imagen del jefe de Gobierno. Evidentemente temen que esa convicción que resumió en su frase ‘primero los pobres’, se extienda del D.F. a todo el país, por el bien de todos y no de unos cuantos”. El texto se repartió en 2004 y utilizaba profusamente la expresión “fuerzas oscuras del mal” a la que simbolizaban con “un monstruo negro de mandíbulas afiladas y con una serpiente (como en la Biblia)”. En una escena del cómic, a pie de párrafo aparece una niña tierna y dulce platicando con su madre:- Trabaja mucho, no merece que lo intriguen. Y la madre responde:- No te preocupes, hijita, así va a llegar al cielo. Estas publicaciones tuvieron muchas semejanzas con el cómic El patriota, publicado por Hugo Chávez. Para profundizar en las semejanzas referidas, ver: <http://www.cronica.com.mx/notas/2004/132399.html>

- [36] López Obrador, antes de ser presidente, incluyó a las televisoras nacionales (Televisa y Tv Azteca) como parte de la “mafia del poder”. Ya en la presidencia de la República, Andrés Manuel ha criticado al periódico Reforma, el diario nacional más influyente del país, llamándola “prensa fifi”, ubicándola del lado de sus “adversarios”, los “conservadores”. AMLO, en su conferencia de prensa matutina del 23 de abril de 2019, declaró que “Reforma no me va a dictar la agenda”. En relación con la publicación de una fotografía en primera plana, López Obrador criticó la ética del periódico, puso en duda su profesionalismo, acusó conservadurismo en su política editorial y advirtió: “si ese periódico sigue así, va a terminar como un pasquín”. Ver “Las críticas de AMLO a Reforma”: <https://youtu.be/-GfjmmF-mk4>
- [37] Elena Block y Ralph Negrine, op. cit.
- [38] Op. cit., p. 72.
- [39] Ibidem.
- [40] La primera conferencia matutina de AMLO como jefe de Gobierno fue el 31 de mayo de 2001. Para ahondar más en las características de “las mañaneras” de aquellos años, ver: Fernando del Collado, “La mañanera de Andrés Manuel”, Reforma, 29 de febrero de 2004. Disponible en: <https://reforma.vlex.com.mx/vid/andres-manuel-82032429>
- [41] Alejandro Trelles y Héctor Zagal, op. cit., p. 105.
- [42] De acuerdo con una encuesta publicada en el periódico El Financiero, en septiembre de 2019, Marcelo Ebrard es el miembro del gabinete de López Obrador mejor evaluado. Ver: <https://elfinanciero.com.mx/nacional/ebrard-el-mejor-evaluado-del-gabinete-de-amlo>
- [43] Alejandro Trelles y Héctor Zagal, op. cit., p. 107.
- [44] En México la contracción “ninis” se utiliza para hacer referencia a los jóvenes que “ni estudian ni trabajan”.
- [45] Jean-Marie Domenach, La propaganda política, Eudeba, Buenos Aires, 1950.
- [46] Alejandro Trelles y Héctor Zagal, op. cit., p. 107.[47] Spin Taller de Comunicación Política, op. cit.
- [48] En Facebook, Andrés Manuel López Obrador tiene 6.8 millones de seguidores. El promedio de “vistas” diario es de 477 mil. Ver: <http://www.spintcp.com/conferenciapresidente/infografia-16/>
- [49] Alejandro Trelles y Héctor Zagal, op. cit., p. 109.
- [50] Oraculus.mx, Aprobación presidencial. Poll of Polls, Diciembre, 2019. Ver: <https://oraculus.mx/aprobacion-presidencial/>