

Análisis crítico del discurso en Latinoamérica



Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina

EDITORA

Gissela DÁVILA COBO

COORDINADOR EDITORIAL

Camilo MOLINA BOLIVAR

CONSEJO DE REDACCIÓN

Amparo CADAVID

UNIMINUTO, Colombia

Fernando CASADO

Instituto de Altos Estudios Nacionales, Ecuador

Ana María DURÁN

Universidad del Azuay, Ecuador

Eduardo GUTIÉRREZ

Pontificia Universidad Javeriana de Colombia

Eliana del Rosario HERRERA HUÉRFANO

UNIMINUTO, Colombia

Octavio ISLAS

Universidad de los Hemisferios, Ecuador

Daniel Fernando LÓPEZ JIMÉNEZ

Universidad de los Hemisferios, Ecuador

Efendy MALDONADO

UNISINOS, Brasil

Claudio Andrés MALDONADO RIVERA

Universidad Católica de Temuco, Chile

Fernando ORTIZ

Universidad de Cuenca, Ecuador

Abel SUING

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

Nancy Graciela ULLOA ERAZO

Pontificia Universidad Católica del Ecuador (Sede Ibarra)

Jair VEGA

Universidad del Norte, Colombia

José VILLAMARÍN CARRASCAL

Universidad Central del Ecuador

Jenny YAGUACHE,

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

EDITORES ASOCIADOS

Norteamérica

Jesús GALINDO

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México

Centroamérica

Hilda SALADRIGAS,

Universidad de La Habana, Cuba

Área Andina

Karina HERRERA MILLER,

Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia

Cono Sur

Lorena Mónica ANTEZANA BARRIOS

Universidad de Chile

Brasil

Denís PORTO RENÓ,

Universidade Estadual Paulista, Brasil

CONSEJO CIENTÍFICO INTERNACIONAL

Rosa María ALFARO

CALANDRIA, Perú

Enrique BUSTAMANTE

Universidad Complutense de Madrid, España

Mauro CERBINO

FLACSO, Ecuador

Elíseo COLÓN

Universidad de Puerto Rico

Miquel DE MORAGAS

Universidad Autónoma de Barcelona, España

José Manuel DE PABLOS

Universidad de La Laguna, España

Carlos DEL VALLE ROJAS,

Universidad de La Frontera, Chile

Heidi FIGUEROA SARRIERA

Universidad de Puerto Rico

Raúl FUENTES

ITESO, México

Valerio FUENZALIDA

Pontificia Universidad Católica de Chile

Raúl GARCÉS

Universidad de La Habana, Cuba

Juan GARGUREVICH

Pontificia Universidad Católica del Perú

Bruce GIRARD

Comunica.org

Alfonso GUMUCIO

Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia

Antonio HOHLFELDT

PUCRS. Porto Alegre, Brasil

Gabriel KAPLÚN

Universidad de la República, Uruguay

Margarida María KROHLING KUNSCH

USP. Brasil

Margarita LEDO ANDIÓN

USC. España

José Carlos LOZANO RENDÓN

Universidad Internacional de Texas A&M. EE.UU.

Amparo María MARROQUÍN PARDUCCI

Universidad Centroamericana, El Salvador

Jesús MARTÍN-BARBERO

Universidad Nacional de Colombia

Guillermo MASTRINI

Universidad Nacional de Quilmes, Argentina

María Cristina MATA

Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

Armand MATTELART

Université Paris 8, Francia

Toby MILLER

Cardiff University, Reino Unido

Walter NEIRA

Universidad de Lima, Perú

Neyla PARDO

Universidad Nacional de Colombia

Antonio PASQUALI

Universidad Central de Venezuela

Cicilia KROHLING PERUZZO

Universidade Metodista de São Paulo, Brasil

María Teresa QUIROZ

Universidad de Lima, Perú

Isabel RAMOS

FLACSO, Ecuador

Rossana REGUILLO

ITESO, Universidad Jesuita de Guadalajara, México

Germán REY

Pontificia Universidad Javeriana, Colombia

Hernán REYES

CIESPAL, Ecuador

Omar RINCÓN

CEPER - Universidad de Los Andes, Colombia

Hilda SALADRIGAS

Universidad de La Habana, Cuba

César Ricardo SIQUEIRA BOLAÑO

Universidade Federal de Sergipe, Brasil

Muniz SODRÉ

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Guillermo SUNKEL

CEPAL-Naciones Unidas, Chile

Erick TORRICO

Universidad Andina Simón Bolívar, Bolivia

Gaëtan TREMBLAY

Université du Québec, Canadá

CHASQUI, Revista Latinoamericana de Comunicación es una publicación académica pionera en el escenario de debate del campo comunicológico latinoamericano. Ha sido creada en el año 1972 y, desde entonces, es editada por CIESPAL, con sede en Quito, Ecuador.

Se publica de forma cuatrimestral, tanto en formato impreso como digital. Su modalidad expositiva es el artículo o ensayo científico. Los textos se inscriben en una perspectiva de investigación y están elaborados en base a una rigurosidad académica, crítica y de propuesta teórica sólida.

Para la selección de sus artículos Chasqui realiza un arbitraje por medio de pares académicos bajo el sistema doble ciego, por el que se garantiza el anonimato de autores y evaluadores. Para llevar adelante el proceso contamos con una extensa nómina de especialistas en diversas áreas de la comunicación y las ciencias sociales.

Chasqui se encuentra indexada en las siguientes bases de datos y catálogos:



CIESPAL

Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina

Av. Diego de Almagro N32-133 y Andrade Marín • Quito, Ecuador

Teléfonos: (593 2) 254 8011/ Ext. 231

www.ciespal.org

www.revistachasqui.org

chasqui@ciespal.org

ISSN: 1390-1079

e-ISSN: 1390-924X

Coordinadores Monográfico Chasqui 139

Viviane de Melo Resende

Rosimeire Barboza da Silva

Francesco Maniglio

Suscripciones: isanchez@ciespal.org

Corrección de textos

Camilo Molina

Maquetación

Arturo Castañeda Vera

Diego Acevedo Aguilar

Las ilustraciones utilizadas en este número se basan en escenas de la vida del Pueblo Mapuche.

Los textos publicados son de exclusiva responsabilidad de sus autores.



Reconocimiento-SinObraDerivada
CC BY-ND

Esta licencia permite la redistribución, comercial y no comercial, siempre y cuando la obra no se modifique y se transmita en su totalidad, reconociendo su autoría.

9 EDITORIAL

- 9 **CIESPAL: En camino hacia la celebración de sus sesenta años**
Hernán REYES & Camilo MOLINA

11 TRIBUNA

- 13 **Análisis del discurso en Latinoamérica: un estado de arte**
Iván RODRIGO MENDIZÁBAL

63 MONOGRÁFICO.

Análisis crítico del discurso en Latinoamérica

- 67 **Presentación**
Equipo Editorial
- 73 **La inferioridad del Otro. Estrategias de deslegitimación de la política latinoamericana en el discurso mediático alemán**
Anna Lena DIESELMANN & Andreas HETZER
- 93 **Nuevos aportes desde Latinoamérica para el desarrollo del “Método Sincrónico-Diacrónico de Análisis Lingüístico de Textos”**
María Laura PARDO, Mariana C. MARCHESE & Matías SOICH
- 113 **Estrategias de resistencia en los discursos electorales de Nicolás Maduro**
Maritza SOBRADOS LEÓN & Aránzazu Román SAN MIGUEL
- 131 **El poder de la comunicación en Cuba. Análisis crítico de los discursos de Fidel Castro sobre periodismo y comunicación, entre los años 1959-2008**
Aimiris SOSA VALCARCEL, Andrea QUINTANA PUJALTE & Miguel De AGUILERA MOYANO
- 151 **El mesías tropical: aproximación a fenómenos populistas actuales a través del discurso de López Obradors**
Anna Marta MARINI
- 169 **El *ethos* de competencia: estrategias polifónicas de legitimación de Rafael Correa en los Enlaces Ciudadanos**
María Pilar COBO GONZÁLEZ
- 185 **“É muito ruim você não saber ler”: os sentidos de analfabetismo no programa brasileiro de televisão profissão repórtere**
Kalliandra QUEVEDO CONRAD & Maria Ivete TREVISAN FOSSÁ
- 205 **Criticas y protestas en contra del discurso de los medios en Colombia. El Movimiento de Víctimas en contra del canal de televisión RCNS**
Luis Eduardo OSPINA RAIGOSA

- 229 **El discurso sobre género en la página de Facebook del Movimiento Pro Vida y Pro Familia en Paraguay**

Clara Lorena PÁEZ GONZÁLEZ & Antonio DE LA PEÑA GARCÍA

- 245 **El conflicto estado-pueblo Mapuche en Chile. Análisis crítico, argumental y descolonial del discurso del diario El Mercurio**

Carlos Felimer DEL VALLE ROJAS & Susana Alejandra OSORIO SOLANO

265 ENSAYO

- 267 **La Comunicación Domesticada. La perspectiva crítica en comunicación y las figuras de su declive**

Claudio SALINAS MUÑOZ, Hans STANGE MARCUS & Carlos OSSANDÓN BULJÉVIC

- 247 **Identidades (re)territorializadas: reflexiones sobre los procesos de configuración identitaria afroecuatoriana en Quito**

Bruno SANTOS NASCIMENTO DIAS

- 267 **La recepción en los museos. Exploraciones de los estudios de visitantes en los museos argentinos**

Alejandra Gabriela PANOZZO ZENERE

- 323 **Cuerpos travestis que expresan, sistemas mediáticos que los representan. Un recorrido comunicacional empírico y teórico**

Deicy Yvets MORALES MEDINA

- 313 **Convergencia digital: Estudio de apps de empresas de franquicia de *fast food***

Alba María MARTÍNEZ SALA, & Beatriz PEÑA ACUÑA

327 INFORME

- 329 **Prosumidores dentro dos meios de comunicação: percepções sobre o presente e o futuro do jornalismo**

Edson CAPOANO & Fabiano RODRIGUES

- 387 **A diversidade de representações da mulher na cauda longa do jornalismo independente sobre gênero**

Paula Melani ROCHA & Andressa Kikuti DANCOSKY

- 407 **La agenda mediática en la campaña electoral 2017 de Ecuador**

Edison Francisco POSSO ESPINOSA

- 425 **O Haiti é Aqui: mídia, imigração haitiana e racismo no Brasil**

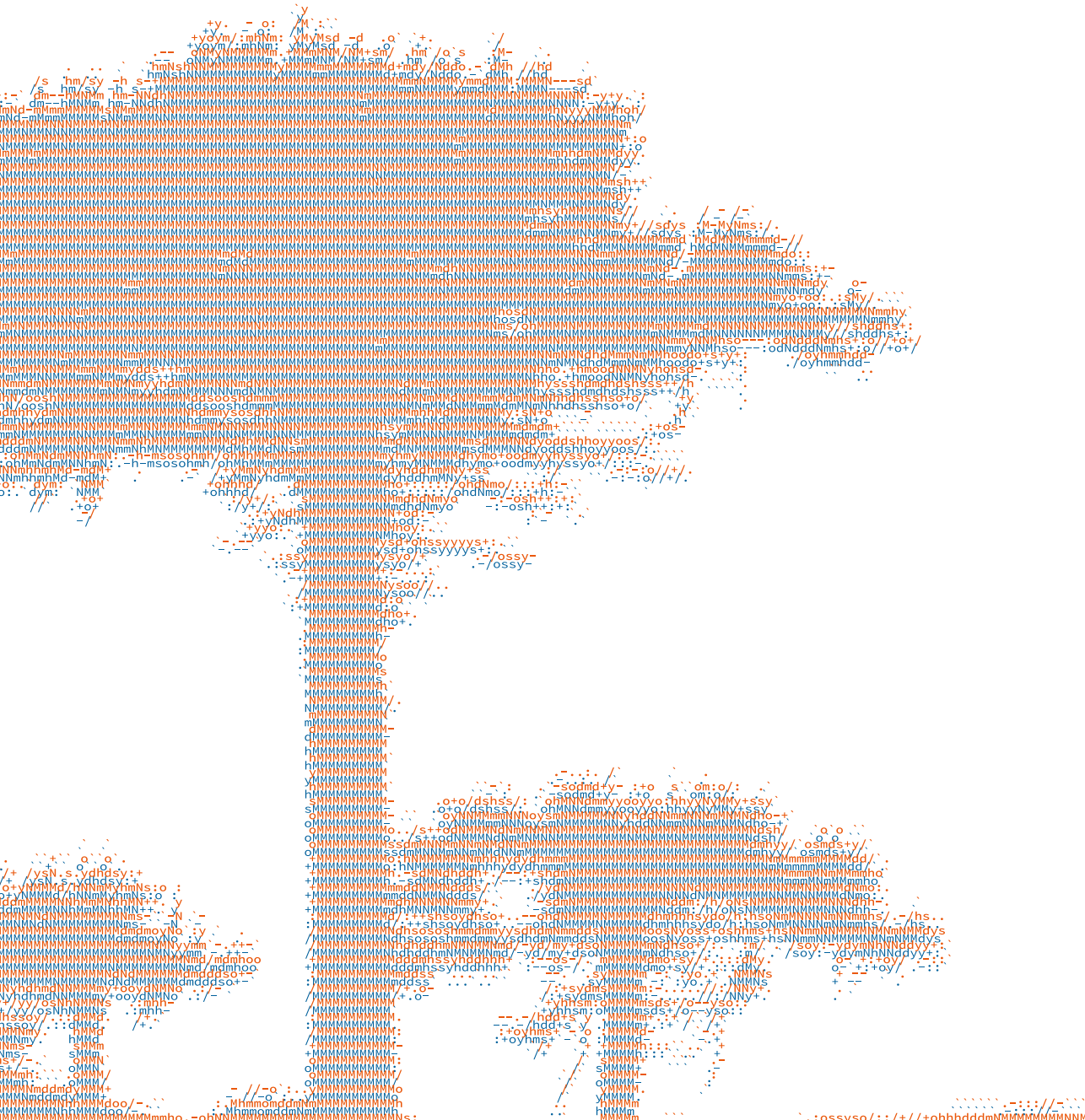
Denise COGO

- 397 **Transparencia municipal y participación ciudadana en la democracia española. Estudio de caso: Comunidad de Madrid**

Francisco Javier HERRERO GUTIÉRREZ & Soledad RUANO LÓPEZ

419 RESEÑAS

Monográfico



El mesías tropical: aproximación a fenómenos populistas actuales a través del discurso de López Obrador

The tropical messiah: approaching current populism phenomena through López Obrador's discourse

O messias tropical: abordagem dos fenômenos populistas atuais através do discurso de López Obrador

—

Anna Marta MARINI

Università degli Studi di Milano, Italia /annamarta.marini@gmail.com

—

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 139, diciembre 2018 - marzo 2019 (Sección Monográfico, pp.153-170)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 15-07-2018 / Aprobado: 27-02-2019

Resumen

El presente artículo propone un análisis y algunas consideraciones sobre los fenómenos populistas del siglo XXI, cuya eficacia se ha basado de manera substancial en el discurso de su principal líder político y temas específicos. En ese sentido la trayectoria política y discursiva de Andrés Manuel López Obrador –elegido presidente de México en julio 2018– resulta particularmente interesante, pues ha sido aclamado por sus posiciones izquierdistas a pesar de la transformación de su discurso a lo largo de las candidaturas federales (en 2006, 2012 y 2018). Se analiza por lo tanto sus discurso de arranque y cierre de la campaña electoral de 2018, evidenciando las estrategias y los dispositivos discursivos típicamente populistas y los rasgos incluso conservadores de sus palabras.

Palabras clave: ACD; México; AMLO; discurso político; populismo

Abstract

The article offers an analysis and some considerations about populist phenomena of the XXI century, which strength lies substancially in the discourse by the main political leader and very precise topics. In this respect, recently elected Andrés Manuel López Obrador's political and discursive trajectory is particularly interesting, as he's been acclaimed for his leftist positions in spite of the transformation his discourse has undergone throughout his candidacy attempts (in 2006, 2012 and 2018). This work therefore analyses his 2018 electoral campaign opening and closing speeches, underlining the typically populist strategies and dispositives employed and the traits –at times even conservative– in his words.

Keywords: CDA; Mexico; AMLO; political discourse; populism

Resumo

O artigo oferece uma análise e algumas considerações sobre os fenômenos populistas no século XXI, cuja eficácia reside de maneira substancial no discurso do principal líder político e temas específicos. Nesse sentido, a trajetória política e discursiva de Andrés Manuel López Obrador – o recém-eleito presidente do México – é particularmente interessante, pois foi aclamado por suas posições esquerdistas apesar da transformação que seu discurso sofreu ao longo de suas tentativas de candidatura federal (em 2006, 2012 e 2018). Este trabalho, portanto, analisa seus discursos de abertura e encerramento da campanha eleitoral de 2018, sublinhando as estratégias e dispositivos tipicamente populistas e os traços –às vezes até conservadores– em suas palavras.

Palavras chave: ACD; Mexico; AMLO; discurso político; populismo

1. Introducción

A pesar de ser un tema muy estudiado –especialmente en ámbito sociológico y politológico– el populismo sigue siendo un fenómeno polifacético y difícil de definir (Laclau, 2005; Taguieff, 2002; Vittori, 2017). Entre finales del siglo XIX y principios del siglo XXI han surgido populismos de variada naturaleza (Mudde, 2004), que han ido desarrollándose y empleando los medios tradicionales y nuevos de manera versátil y ubicua. Se trata además de un estilo político basado sustancialmente en su discurso, que generalmente se expresa a través de un lenguaje peculiar y explicita sus principales rasgos estructurales: fuerte polarización del espacio político por oposición al sistema institucional y político vigente (Guaraglia Pozzo, 2016), apelación nacionalista al pueblo, liderazgo carismático y una retórica anti-establishment.

Resulta evidente como el ejercicio de la política se basa en estrategias discursivas específicas y mecanismos de manipulación vinculados con el discurso (van Dijk, 2008); el desarrollo de fenómenos ideológica y políticamente nebulosos y heterogéneos como resultan ser los populismos necesita aún más herramientas discursivas, pues a menudo no se funda en argumentaciones efectivamente lógicas y o racionales. Según la definición de discurso tridimensional empleada por Fairclough, cada evento discursivo se considera simultáneamente como fragmento de texto, instancia de práctica discursiva y social (Fairclough, 1992); el discurso político resulta necesariamente relacionado con el contexto social en el que se concibe, expresa y difunde. Compartir la percepción sobre determinados valores es lo que define la asociación política colectiva (Chilton, 2004), de la que surge una acción política conectada con un discurso específico. El lenguaje se vuelve por lo tanto necesario para la socialización y definición de coaliciones y oposiciones; los textos se convierten en específica realización del discurso político, un acto lingüístico cuya ejecución implica estructuras y elementos propios de un emisor o situación (Wodak, 2009). El análisis crítico y sociolingüístico de las manifestaciones del lenguaje del populismo se revela esencial para la comprensión de las dinámicas políticas y su dimensión social, así como de su expresión ideológica y construcción de una identidad nacional (De Cillia, Reisigl e Wodak, 1999). Además, un estudio contextual resulta necesario para decodificar la dimensión pragmática de la comunicación política y aún más de sus elementos populistas, que se apelan a tópicos específicos de cada contexto. La relación estrecha entre populismo y discurso es evidente aunque su estudio resulta poco profundizado en la práctica; se encuentran sin embargo investigaciones que revuelven alrededor de la presencia del discurso populista y la necesidad de un análisis en ese sentido (Charaudeau, 2009).

Recientemente el tema se ha vuelto internacionalmente relevante, pues la actual difusión de movimientos que asumen posturas populistas se suma además a una diseminación generalizada de *cues* de carácter populista en los discursos políticos. Los partidos, movimientos y oradores que insertan en su

discurso elementos típicamente populistas pertenecen a corrientes políticas muy distintas, así como a contextos socio-económicos e institucionales muy variados (Rivero, Zarzalejos & Del Palacio, 2017). Diferencias bastante netas se encuentran entre los fenómenos latinoamericanos recientes –como el chavismo venezolano o la trayectoria política del boliviano Morales–, los norteamericanos y los europeos; sin embargo se trata a menudo de diferencias debidas a diferentes niveles de desarrollo socio-económico y mediático. Analizando los mensajes de líderes políticos procedentes de países latinoamericanos como México o Brasil –caracterizados por un PIB real competitivo a nivel internacional, aunque a detrimento de la paridad de poder adquisitivo– se puede denotar un acercamiento entre sus características discursivas y los rasgos típicos de fenómenos populistas fuera de América Latina. Además, se puede percibir una paulatina transformación en esa dirección con respecto al discurso de líderes de países latinoamericanos que más han ido desarrollándose económicamente en años recientes; una tendencia hacia tópicos populistas más internacionales de destaca por ejemplo en los casos de Evo Morales (Gratius, 2007) y del ecuatoriano Rafael Correa (Rivero, Zarzalejos & Del Palacio, 2017).

Se propone por lo tanto un análisis crítico del discurso político propio de la campaña electoral del mexicano Andrés Manuel López Obrador, también conocido como AMLO; el político fue elegido presidente de México en julio 2018 después de una victoria contundente como líder del Movimiento Regeneración Nacional (Morena). Creado como movimiento social, Morena se transformó en partido en 2014 precisamente para apoyar su candidatura presidencial, declaradamente de inspiración izquierdista y popular. Por la historia política y naturaleza estructural del Estado mexicano posrevolucionario, su éxito electoral se basa necesariamente en mecanismos políticos detrás de la escena pública; sin embargo la popularidad de López Obrador y el alcance de su victoria se fundan esencialmente en sus estrategias discursivas. Se trata de un caso paradigmático de populismo contemporáneo, pues ha surgido precisamente en respuesta a un descontento popular difuso y transversal, así como a una crisis del sistema político e institucional mexicano; su presencia ha polarizado la escena pública, proponiendo una presunta subversión de los principios vigentes y conllevando una ruptura en la sociedad mexicana.

Los rasgos que caracterizan el discurso y papel político de López Obrador durante la campaña electoral presidencial se revelan muy similares a los que caracterizan los fenómenos populistas recientes a nivel internacional, independientemente de la orientación política. El análisis permite destacar un acercamiento y apertura de la escena mexicana a un estilo político difuso, desarrollado de las bases del populismo más clásico y diferenciándose del estilo de regímenes izquierdistas suramericanos. De la misma manera se puede denotar la difusión de tópicos relacionados con la crisis económica y tendencia al empobrecimiento en el discurso populista europeo y estadounidense, fruto del descontento y frustración popular; aunque con rasgos específicos distintos se trata de ejes

temáticos cruciales y compartibles por electores europeos, estadounidenses y latinoamericanos, en un posible acercamiento socio-económico y discursivo a nivel internacional. El fenómeno populista cuyo líder es López Obrador podría ser entonces la clave para entender la futura evolución del populismo latinoamericano, pronosticando un progresivo desarrollo de los países del continente incluso desde la perspectiva de la cultura política y discursiva.

AMLO y el contexto mexicano

La campaña electoral de 2018 para la presidencia de México se caracterizó por el conflicto entre los candidatos, expresado sobre todo a través de ataques verbales, afrentas recíprocas y estrategias discursivas, más que programas y propuestas políticas. Entre ellos, López Obrador es el que ha ido construyendo su discurso e imagen pública a lo largo de décadas de carrera política; en su última campaña presidencial que lo llevó a la victoria su personaje se ha matizado mucho desde un punto de vista político e ideológico, mientras que se ha desarrollado retórica y pragmáticamente. Se trata de un personaje bastante controvertido, que empezó su carrera política en el Partido Revolucionario Institucional en que militó entre 1970 y 1988 incluso postulándose como candidato local en distintas ocasiones. Pasó entonces al PRD (Partido de la Revolución Democrática fundado en 1989 por una corriente izquierdista interna al PRI) y fue elegido gobernador del Distrito Federal (2000-2006); fue entonces candidato presidencial dos veces sin éxito, en 2006 y 2012. Durante la segunda campaña fue apoyado por el movimiento civil Morena, que en 2014 se convirtió en partido cuyo líder es justamente López Obrador. Postulándose para presidente del país por tercera vez, a lo largo de la campaña su partido ha ido acogiendo numerosos exmilitantes de PRI y PAN; en las elecciones de 1 de julio de 2018 Morena ganó con más del 54% de votos. El discurso morenista se destaca como una evolución del discurso propio del PRD en la que prevalece la declinación personalista y popular impulsada por López Obrador. Desde 2014 el partido ha moderado sus posiciones, incluyendo propuestas poco afines o coherentes con los planteamientos de izquierda y que sin embargo guiñan un ojo a franjas de ciudadanos derechistas o habitualmente alineados con el PRI.

El estilo político de López Obrador presenta los rasgos fundamentales del discurso populista, potenciados por una mitificación evidente de la figura del líder. El actual presidente de México ha sido definido como “un mesías tropical” (Krauze, 2006) precisamente por su postura de salvador, que rescatará las masas populares del yugo del sistema corrupto. López Obrador ha construido su campaña sobre la idea de que él podía ser la única opción de voto sensata, pintándose como el candidato ideal para todo mexicano desilusionado por la política y harto de la corrupción. Su personaje público y político se estructura casi exclusivamente de manera discursiva, pues sus propuestas políticas de hecho han sido

poco sólidas; a menudo se escabulló contestando que se habría ocupado de los “detalles” una vez llegado al poder¹. Sus promesas suenan muy similares a las que hizo Fox durante su campaña electoral en el año 2000 para el PAN (Partido Acción Nacional, nacido en 1939 como oposición de derecha al PRI); cuando el expresidente panista no consiguió satisfacerlas y se amparó detrás de datos falsos y bromas descaradas, fue acusado por sus adversarios de no vivir en México sino en el imaginario país de “Foxilandia” (Maya, 2004). En los próximos seis años será interesante averiguar el desarrollo de las promesas de López Obrador y aún más de su discurso, que necesariamente tendrá que enfrentarse a la compleja realidad que el pueblo mexicano vive diariamente.

Las alocuciones públicas aquí principalmente analizadas son sus discursos de arranque y cierre de la campaña electoral de 2018, siendo bien representativos de sus actos públicos recientes; así como por otras intervenciones citadas, las transcripciones y grabaciones están disponible en línea en su sitio personal oficial². Además de examinar su construcción y fundamentos generales, el análisis enfoca algunos rasgos basilares alrededor de los cuales se articula su discurso; entre ellos, el uso público y manipulación de la historia nacional, la construcción de contraposición y la resemantización de la idea de pueblo.

Aproximación al discurso de AMLO

El debut discursivo de López Obrador en la campaña presidencial duró alrededor de 45 minutos y tuvo lugar en la frontera Ciudad Juárez (Chihuahua). Se trata de un lugar significativo por las múltiples problemáticas relacionadas con la frontera entre México y EEUU; existe además un contraste abismal en el nivel de vida, oportunidad económica y seguridad entre las dos entidades de la zona metropolitana binacional, Ciudad Juárez y El Paso (Texas). Su economía se basa en la industria maquiladora explotada mayormente por empresas estadounidenses gracias al TLCAN establecido en 1994, cuyas medidas han favorecido un desmedido incremento de la presencia de grupos criminales, actividades delictivas y violencia generalizada. A pesar de un descenso de los índices delictivos y el consecuente aumento de la seguridad desde 2012, Ciudad Juárez sigue siendo un nudo crucial en la conflictiva frontera norte. En cambio, el cierre de campaña tuvo lugar en el estadio Azteca de la capital, símbolo del triunfo y de una celebración ostentosa, resultado de la mezcla de estilos y referencias culturales

1 Una de las fórmulas reiteradas por López Obrador en ese sentido es que, una vez elegido, habría resuelto cada cuestión “con honestidad” sin agregar detalles prácticos (véase en particular el tercer debate presidencial del 12/06/2018, disponible en el canal oficial del INE <<https://www.youtube.com/watch?v=Gy8t1AtWiuE>>).

2 Transcripciones, grabaciones audio y videos de muchas de las intervenciones públicas de López Obrador se encuentran en su sitio web [<<https://lopezobrador.org.mx/>>], así como las grabaciones video se encuentran también en distintos canales de YouTube.

buscada por López Obrador e instrumental a la asimilación de seguidores precedentemente panistas y priistas.

La fuerza de su discurso se funda en el aspecto del pathos, pues sus intentos persuasivos se basan en argumentos emocionales y en su personalidad como emisor; a menudo faltan argumentos efectivamente racionales y una esencia congruente con el mensaje. Su ethos no se apoya en propuestas coherentes entre sí y con respecto a la presunta vocación izquierdista, sino que se construye alrededor de su personaje y carácter personal. López Obrador promete resolver los mayores problemas del país “con honestidad”, pero su discurso falta de argumentación lógica suficiente a respaldar sus propuestas que a menudo se quedan por ende al rango de disparates. Los temas a enfrentar en el debate político actual son cada vez más complejos, mientras que los cánones impuestos por la comunicación mediática apuntan a una simplificación del discurso; sin embargo él parece evitar explicaciones y términos adecuados incluso cuando debería soportar su discurso con argumentaciones sólidas. Generalmente dispone su discurso interponiendo digresiones coloquiales, bajando de registro, tomando tonos amigables y acercándose a su audiencia; a menudo López Obrador recurre a estrategias alocutivas y deícticas para involucrar al público directa y emocionalmente, por ejemplo empleando fórmulas como “ustedes me conocen”. El elemento deíctico y performativo surge también a través del uso anafórico de la construcción verbal “vamos (a hacer)”, rigurosamente en la primera persona plural y yuxtaponiendo su público con el partido y sí mismo. López Obrador añade a su discurso narraciones personales reportando en discurso directo las palabras de supuestos seguidores, que le confesaron sus ansiedades y quejas buscando su ayuda; se trata de un recurso sutil y eficaz para estimular emociones y participación. En ese sentido, en el discurso de arranque de la campaña, el político comparte una supuesta anécdota: “un migrante poblano [...] se acercó y me dijo: ‘licenciado así como Juárez separó la iglesia del Estado, usted busque, procure, con el apoyo del pueblo, separar al poder económico del poder político’”. El elemento del acercamiento a su público se revela central en la construcción de su personaje y se desarrolla de manera versátil; sin embargo el líder se dedica en particular a sus seguidores de las franjas populares, mientras que el acercamiento a un público de clase intelectual se cumple a través de la actividad de intelectuales de renombre. Morena cuenta con el apoyo de un grupo de intelectuales de izquierda, por su mayoría escritores, cuales por ejemplo Paco Taibo II, Fabrizio Mejía Madrid, Federico Navarrete, e incluso Elena Poniatowska.

Como se verá más adelante, una de las estrategias fundamentales que estructuran los discursos de López Obrador es la oposición a sus adversarios, a menudo explicitada en tonos maniqueos y caracterizada por una elección de adjetivos que expresan juicio de valor moral e intelectual.

Hablando de políticas, López Obrador reitera que habrá más inversiones, más fondos y más dinero público ya desde finales de 2018 (o sea para su toma

de posesión que en México tradicionalmente se celebra el 1 de diciembre), sin todavía explicar mecanismos y medidas gubernamentales que lo permitirán. A lo largo de la campaña electoral, el partido ha propuesto medidas a menudo llamativas pero vagas en contenidos; lo que efectivamente ha atraído muchos seguidores ha sido el personaje de López Obrador y sus respuestas a la frustración generalizada y falta de reales alternativas.

Alineándose con los casos clásicos y más estudiados, el discurso de los nuevos populismos surgidos en el siglo XXI está estructurado según un esquema maniqueo alimentado por una idea fundamental de defensa retórica de un pueblo imaginado, cuya base son “los de abajo”, es decir esas clases sociales desatendidas y desfavorecidas por las medidas políticas actuadas durante los gobiernos anteriores. El discurso de López Obrador encaja en esa tradición discursiva y se articula de manera fuertemente polarizante, a menudo basándose en la contraposición –más o menos explícita– entre ellos/nosotros característica de los movimientos sociales disidentes y de oposición de la izquierda mexicana (Marini, 2017). Esa perspectiva sin embargo no se vincula necesariamente a ideologías sino que se funda en la deconstrucción de convenciones políticas y oposición al sistema vigente. La idea de “cambio radical para bien” representa de un elemento clave al fin de construir una legitimación, tanto de la propia propuesta política como promesa real cuanto del papel salvador del líder populista. La dimensión irracional es por lo tanto fundamental en el discurso populista y especialmente en los casos de populismo izquierdista latinoamericano, donde la figura principal del movimiento adquiere rasgos mesiánicos y se entrelaza con temas, representaciones y actitudes de carácter religioso. López Obrador ha desarrollado una conmixión de elementos muy distintos entre ellos, de las referencias a valores cristianos a la remisión a tradiciones priístas a través de consignas típicas del presidencialismo y nacionalismo mexicano. La connotación mesiánica de su discurso se explicita de manera por medio de la combinación de lenguajes verbales y no verbales, como por ejemplo la construcción de la iconografía en las imágenes del candidato en las redes sociales o la escenografía de algunas de sus intervenciones públicas. Asimismo explota sentimientos identitarios y espirituales, apelándose a valores supuestamente compartidos por la nación entera y a un pasado mitificado cuya narrativa ha sido evidentemente endulzada. De hecho, el uso instrumental de la historia nacional y la manipulación de la narración historiográfica son elementos claves a soporte del discurso morenista, en pos de la aprobación popular y de la construcción de argumentaciones –emocionales más que lógicas– de carácter nacionalista.

AMLO, el PRI y el uso público de la historia nacional

A López Obrador le gusta soltar la palabra “histórico” refiriéndose a casi cualquier aspecto de su actividad política y campaña; las últimas elecciones presi-

denciales han sido “históricas”, así como su triunfo, el alcance del partido, la oportunidad dada por su victoria a la izquierda latinoamericana y varios hechos relacionados con él y Morena. Su coalición para las elecciones se nombró “Juntos haremos la historia” pues su victoria representaría una transformación histórica para el país; asimismo le gusta soportar su discurso con variados referentes históricos, ganándose la aprobación del público local. Su primer discurso de campaña electoral arranca por lo tanto rindiendo homenaje a la historia de Ciudad Juárez, ese Paso del Norte nebulosamente “legendario” en la memoria histórica colectiva de los mexicanos por su papel fronterizo jugado durante la Revolución.

A menudo López Obrador compara a sí mismo con los presidentes mitificados por el nacionalismo mexicano, especialmente con Benito Juárez (1958-1872), Gustavo I. Madero (1911-1913) y Lázaro Cárdenas (1934-1940). En sus discursos no se exime de soltar supuestas citas de Juárez y Madero³, héroe de la Revolución en la narrativa nacionalista posrevolucionaria; mientras que el cardenismo representa un mito nacional muy radicado en el imaginario colectivo mexicano y la mención de Cárdenas generalmente gana aplausos y consenso. Por lo tanto, en su discurso de arranque recuerda las luchas revolucionarias y declara que decidió iniciar su campaña precisamente “aquí al pie de la estatua del mejor presidente que ha habido en la historia de nuestro país, Benito Juárez García”. Cerrando la campaña, López Obrador afirma que su elección representa una transformación “no menos profunda que la Independencia, la Reforma y la Revolución”; se trata en este caso del principal tópico de respaldo a la invención de la “Cuarta Transformación” representada por su llegada al poder, que se supone ser un acontecimiento histórico epocal y un cambio extraordinario aún antes de suceder.

Para ganar consenso emplea muchas referencias histórico-culturales específicas; uno de sus tópicos favoritos es el deseo de regresar a políticas posrevolucionarias, estructurando el tema asimilando los gobiernos neoliberales con el régimen caudillista de Porfirio Díaz (1876-1911) terminado con la Revolución:

[...] de los años 30 a los 80 del siglo pasado, los gobernantes no se atrevían, no se atrevieron a privatizar las tierras ejidales, los bosques, las playas, los ferrocarriles, las minas, la industria eléctrica, ni mucho menos a enajenar el petróleo; sin embargo ahora, en estos aciagos tiempos del neoliberalismo, los gobernantes se han dedicado, como en el Porfiriato, a concesionar el territorio y a transferir empresas y bienes públicos, e incluso funciones del Estado, a particulares nacionales y extranjeros. (discurso de arranque de la campaña)

3 Se trata generalmente de proposiciones estructuradas alrededor de la frase “como decía”, posiblemente inspiradas por discursos de los personajes nombrados y sin embargo que no resultan como citas comprobadas por fuentes historiográficas.

El líder construye por lo tanto la imagen de un pasado glorioso, pintando “su pueblo” a partir de una narración implícitamente muy similar al tópico trumpiano condensado en el eslogan “Make America Great Again”⁴. López Obrador considera como posrevolucionario y ejemplar el régimen del PRI hasta los años ‘80, punto de inflexión neoliberal; implícita y estratégicamente, el discurso morenista de hecho propugna un regreso del régimen priista original. Queda evidente el papel fundamental de un análisis pragmático para la comprensión de las implicaturas propias de su discurso (Reyes, 1990), articuladas en distintos niveles de significado y cuya desambiguación e interpretación es variable según la tipología de receptores. Debido a su compleja estratificación de intenciones e implicaturas, los aspectos populistas de su discurso representan una comunicación que evidentemente no se puede reducir a códigos convencionales de relación entre significado y significante (Escandell Vidal, 1993). En los debates presidenciales⁵, López Obrador subraya además que su propuesta de política exterior es la del PRI “de antes”, un mixto de proteccionismo y libre comercio con la injerencia del Estado en la economía. Su reconstrucción de la historia de los gobiernos neoliberales resulta bastante aproximativa y basada en sus propias opiniones negativas; se limita a descargar toda la responsabilidad económica y política en los gobiernos precedentes, sin considerar mínimamente las dinámicas geopolíticas y económicas internacionales. De la misma manera sus referencias a los acontecimientos históricos simbólicos para la narrativa nacionalista mexicana posrevolucionaria se quedan al rango de menciones vagas y coherentes con las mitificaciones institucionales. Cuando pinta el gobierno priista entre los años ‘30 y ‘80 cual periodo de oro de México contemporáneo, habría que preguntarse si López Obrador incluye por ejemplo cuestiones como la represión estudiantil y la guerra sucia en su cuenta, temas que nunca ha mencionado en su elogio al régimen antecedente al neoliberalismo.

AMLO y sus enemigos

El discurso populista se funda en algunas características precisas, entre las cuales se halla la identificación de un enemigo dialéctico y la consecuente construcción de una oposición que reivindica justicia. Es más, el discurso populista clásicamente explota la agresión del oponente como condición intrínseca a las dinámicas de cambio (Kazin, 1998). El estilo retórico de López Obrador se basa en narrativas maniqueas que se alimentan de la frustración de los ciudadanos mexicanos; el líder se ha dedicado a la construcción de tales narrativas durante

4 Se trata de hecho de un tipo eslogan retomado de la campaña presidencial de Ronald Reagan (1980), propulsor de las políticas internacionales neoliberales condenadas por el mismo López Obrador.

5 La grabaciones oficiales de los tres debates electorales se encuentran en el canal oficial del INE (Instituto Nacional Electoral) que los emitió en directo en las fechas 22/04, 20/05 y 12/06 de 2018 [<https://www.youtube.com/user/IFETV/>].

todas sus campañas presidenciales, de 2006 a 2018, negándose a tender puentes o desarrollar un discurso de oposición constructivo.

Para él el enemigo desde siempre ha sido el neoliberalismo y por ende los caminos políticos emprendidos por el gobierno federal desde los años '80. El líder cita a los presuntos culpables por su nombre, por ejemplo acusando a menudo y abiertamente al expresidente Carlos Salinas de Gortari (1988-1994): “desde el gobierno de Carlos Salinas se optó, de manera absurda, por abandonar el campo y acabar con la industria nacional” (del discurso de arranque de la campaña de 2018). A través de una macroproposición en contra del neoliberalismo, en su discurso en Ciudad Juárez reitera la colocación “periodo neoliberal” y el marco temporal al que se refiere (desde los años '80 hasta el día de hoy). Ese tópico se revela esencial para la construcción de uno de sus temas fundamentales: el necesario regreso a las políticas priístas antecedentes a dicho periodo, anhelando una devolución política y –según sus intervenciones en debate especialmente– incluso económica. Relacionándose con el contexto fronterizo local, el tema del neoliberalismo se articula con una introducción en la que López Obrador toca todos los temas relacionados, para luego retomarlos a lo largo del discurso diseminando referencias y reiteraciones. Traza entonces un paralelo entre los gobiernos neoliberales y el régimen porfirista, respaldando y legitimando sus palabras con su habitual mención de datos histórico, luego descalifica políticas que tacha genéricamente de neoliberales como maneras “absurdas” de actuar. López Obrador sin embargo no explica en detalle cuáles fueron los defectos de las medidas que desprecia, sino que se limita a respaldar sus acusaciones con unos datos que parecen surgir de diagnósticos detallados (aunque rara vez respaldados por referencias) y sacando otro tópico central de su discurso: la corrupción.

Su mensaje enfoca la corrupción –generalizada y difusa transversalmente en la sociedad mexicana y sus instituciones– como un problema desatado por los gobiernos neoliberales. Hacia el final de la macroproposición inicial sobre el neoliberalismo, el líder suelta un ejemplar disparate afirmando que “nunca antes se había padecido de tanta corrupción como ahora, nunca en la historia de México desde la época de La Colonia, se había padecido de tanta corrupción”; se trata de un buen ejemplo conforme con su estilo retórico, implícitamente respaldado por sus numerosas referencias supuestamente históricas y construido retóricamente por epanadiplosis y anáfora. La colocación más reiterada por López Obrador en hablar de sus enemigos políticos es “mafia del poder”, una categoría “corrupta” y borrosa en la que caben políticos, ciudadanos, expertos y, en general, individuos y grupos que no confluyen en su partido. Expresándose sobre el tema de la corrupción, López Obrador ha descalificado a las organizaciones ciudadanas y especialistas que durante años han trabajado para promover sistemas de transparencia y anticorrupción, tildándolos públicamente de “fifis” en un mitin de campaña (Estado de México, 25/04/2018). Por supuesto el mensaje implícito que pasan sus palabras es que solamente las medidas propuestas

por su partido son aceptables y dignas de ser apreciadas, minimizando el desapeño y compromiso de cualquier otro en el combate contra la corrupción.

Entre sus adversarios se colocan también los integrantes del EZLN (Ejército Zapatista de Liberación Nacional) y por ende del colectivo de inspiración socialista y libertaria La Otra Campaña. Los zapatistas y sus simpatizantes “desde abajo y a la izquierda” no comparten el estilo político de López Obrador, que consideran conforme precisamente con ese establishment que discursivamente el líder denosta en cada ocasión pública⁶. Desde 2001 –cuando su apoyo a la aprobación de una Ley Indígena en contraste con acuerdos previos provocó su boicot electoral por parte de los zapatistas– el mismo López Obrador ha alimentado un discurso bastante agresivo en contra del EZLN. Hay que recordar sus reiterados y cáusticos comentarios en contra de la precandidata indígena María de Jesús “Marichuy” Patricio (Marini, 2018), que se postuló en el octubre 2017 apoyada por EZLN, CNI (Congreso Nacional Indígena) y CIG (Consejo Indígena de Gobierno); entre muchos, el primero llegó por Twitter cuando AMLO declaró que “El EZLN en 2006 era ‘el huevo de la serpiente’. Luego muy ‘radicales’ han llamado a no votar y ahora postularán a una candidata independiente” (16/10/2017).

Después su victoria y en un clima de celebración y entusiasmo, López Obrador ha recibido congratulaciones por jefes de Estado como Trump, expresidentes neoliberales como Salinas y panistas cuales Fox y Calderón, empresarios de la oligarquía mexicana como Slim. Sin embargo no recibió felicitaciones por representantes de la izquierda mexicana “de abajo”, efectivamente de inspiración socialista y marxista, radicada a menudo en los contextos rurales y deprimidos del país, relacionada con movimientos sociales locales, grupos indígenas e instituciones como la enseñanza normalista. De hecho, fue López Obrador quien facilitó el nombramiento de José Luis Abarca como alcalde de Iguala para el PRD, a pesar de sus comprobadas conexiones criminales; Abarca se reveló implicado en la desaparición forzada de los 43 estudiantes de Ayotzinapa el 26 de septiembre de 2014. Encarado con el tema por padres de los normalistas en el marzo de 2017, el líder de Morena se escabulló descalificando como “provocadores” a los que le pedían explicaciones⁷.

En su discurso de arranque López Obrador se permite hacer algunas alusiones a burlas difundidas en redes sociales sobre su predecesor Enrique Peña Nieto; por ejemplo declara que se cortará “el copete de privilegios que hay en el gobierno” pues Peña Nieto ha sido ridiculizado por su copete. A menudo desacredita a sus adversarios políticos y en general a los que no comparten sus ideas pintándolos como inmorales e inferiores; sus palabras sobre los demás candidatos les quitan legitimidad de manera insultante, conflictiva e innecesaria.

6 Ya el día 04/07/2018 justo después de la victoria electoral de López Obrador, el canal oficial del EZLN emitió un comunicado comentando en el cierre que “podrán cambiar el capataz, los mayordomos y caporales, pero el finquero sigue siendo el mismo” [<http://enlacezapatista.ezln.org.mx/>].

7 El evento fue grabado y está disponible en la red; su versión original se atribuye a la página Facebook *Somos los Otros NY* [<https://www.facebook.com/losotrosNY/videos/1013244945476340/>].

En su discurso de cierre de campaña, el líder reitera su posición en contra de la “inmoralidad y decadencia” que han caracterizado los gobiernos recientes, implícitamente calificando a sí mismo y por ende a sus seguidores como moralmente superiores. Las políticas económicas neoliberales son “infames” y de “descomunal deshonestidad”, los gobiernos precedentes perpetraron “el envilecimiento y la nefasta destrucción del tejido social” y permitieron “el predominio de una mafia del poder”; López Obrador no deja de arremeter contra las instituciones y “su desmedida avaricia”, y de nombrarse “guardián de las libertades políticas”. En los debates electorales suelta además ofensas pueriles hacia sus directos adversarios, poniéndoles apodos inadecuados al contexto discursivo⁸; su constante deslegitimación de los adversarios como estrategia de vaciamiento su valor social y político adquiere a menudo carácter de violencia simbólica.

Después de muchas apelaciones por celebridades e intelectuales para un cambio también hacia actitudes generosas y conciliadoras entre facciones políticas, en su discurso de cierre de campaña López Obrador intenta adoptar una postura más pacificadora. El político inserta por lo tanto frases para asegurar que “no habrá represalias” con respecto a los partidos derrotados y sugerir que se alcanzará el “cambio por el camino de la concordia”; sin embargo las proposiciones añadidas en ese sentido parecen más bien parches puestos ad hoc en su habitual estructura discursiva.

AMLO y la nación

En su tercera campaña presidencial, el discurso de López Obrador ha tomado más que nunca tonos patentemente nacionalistas. Si bien la reivindicación soberanista se ha ido exacerbando antes las políticas estadounidenses sobre la migración y el muro fronterizo, el tema con que el líder ha celebrado los presuntos rasgos moralmente apreciables del pueblo mexicano revive la tradición nacionalista pre-revolucionaria.

En el discurso de arranque de campaña se destaca el empleo deíctico de nuestro/nuestra (33 recurrencias) referido sobre todo a México (2) como “país” (8), “patria” (3), “nación” (2), así como directamente a su “autoridad soberana” (1) y “pueblo” (3) inclusive de los migrantes (“connacionales” y “paisanos”). En el discurso de cierre, López Obrador reitera conceptos nacionalistas construidos alrededor de las palabras “pueblo” (8), “nación” (4), “país” (6) y “soberanía” (3). El tema de la soberanía se vincula al ámbito de las relaciones exteriores y a reivindicaciones económicas de matiz autárquico, nunca argumentadas en

8 Por ejemplo durante el segundo debate presidencial oficial (20/05/2018) López Obrador apodó su contrincante Ricardo Anaya (PRD-PAN) como “Canallín” y “Ricky-Riquín-Canallín”. En sus intervenciones durante la campaña y por Twitter, por ejemplo tildó a los demás candidatos de “pírruris”, “fresas”, “fifis” y “puchos” quitándoles importancia y consideración; además mencionó a José Antonio Meade (PRI) como “señoritingo”, “titere”, “pelele” y “ternurita”.

detalle o concretamente. En ese sentido, su reiterada crítica al Tratado de Libre Comercio de América del Norte se basa en afirmaciones poco esclarecedoras pues niega y admite a la vez la existencia de beneficios económicos, para después retomar el tema y comunicar que de toda manera los nuevos acuerdos se realizarán consecuentemente a su elección. Una vez más, López Obrador justifica la borrosidad –o incluso la ausencia– de sus propuestas políticas con el opinable argumento lógico de que proyectos, soluciones y medidas llegarán después su toma de posesión.

A menudo López Obrador yuxtapone el partido al pueblo, construyendo un sentido de participación y pertenencia a una colectividad; su empleo de la primera persona plural a lo largo de todo el discurso es la señal más evidente de tal estrategia. A pesar de una candidatura basada substancialmente en su papel de único líder del movimiento, el orador emplea la primera persona singular casi exclusivamente para expresar confianza en sus electores y acercarse a ellos de manera más personal. En sus ejemplos en campo económico, explota temas tradicionalmente sensibles para los ciudadanos mexicanos cual por ejemplo el precio de la canasta básica. Así declara que “vamos a distribuir una canasta de alimentos a precios bajos” (discurso de cierre de campaña) e imputa al “periodo neoliberal” el actual precio del kilo de tortilla, pues “hace 30 años un salario mínimo alcanzaba para comprar cincuenta y un kilos de tortilla, y ahora solo alcanza para adquirir seis kilos de tortilla” (discurso de arranque). Tal referencia se puede además interpretar como una indirecta a la nota metida de pata de Enrique Peña Nieto durante su campaña electoral en 2011, cuando para justificar su ignorancia sobre el tema soltó un despropósito machista afirmando que “no soy la señora de casa”. En ese sentido, el papel activo de la esposa del líder morenista durante la campaña electoral ha garantido una imagen incluyente con respecto a las mujeres, diferenciándose de sus predecesores torpemente machistas.

El pueblo pintado por López Obrador se enlaza con el mito nacionalista pos-revolucionario y esa construcción de la identidad nacional que incluso intelectuales como Octavio Paz (1950) contribuyeron a bosquejar a lo largo del régimen priísta. La macroproposición final del discurso de arranque se basa precisamente en una apelación a ese supuesto carácter mexicano, a partir de su “fortaleza cultural” que según él explicaría la resistencia frente al yugo impuesto por la economía neoliberal. Durante el cierre de campaña se apela a esos “valores fundamentales que nos hermanan” sin especificar ninguno y –aunque no sea un hecho real– agradece por su apoyo indígenas y campesinos, guiñando además un ojo a la izquierda radical con sus referencias a una presunta “lucha” para la “revolución”. A pesar de haber criticado la postulación de la precandidata independiente indígena Marichuy y de no haber propuesto medidas con respecto a los pueblos indígenas, su discurso ondea una bandera incluyente y matiza los contrastes con los movimientos zapatistas y libertarios.

El elemento moral está presente a lo largo de toda su campaña y, como hemos visto anteriormente, forma parte fundamental de su construcción de contraposición y de la imagen de sus enemigos. Sin embargo, en el discurso de cierre de campaña el tópico adquiere una posición central y reiterada constantemente durante su alocución. En esa ocasión, López Obrador explota un rasgo clásico del populismo norteamericano (Kazin, 1998) en su declinación moral, evidenciando que su victoria permitirá de ajustar las instituciones dañadas por sus predecesores corruptos pues se trata de “la victoria de todo un pueblo frente a la inmoralidad y la decadencia de los últimos tiempos”. El emisor estructura su discurso retomando regularmente la idea de que su gobierno será por fin un gobierno moralmente digno, diferenciándose por ende de sus predecesores. Algunas de las proposiciones más relevantes en ese sentido se articulan alrededor de frases como “el nuevo presidente de México contará con autoridad moral y política” y con “está determinación llevada a la práctica se moralizará al país”; López Obrador plantea además la prioritaria “elaboración y divulgación de la Constitución Moral”, es decir una guía de valores para la población⁹. Antes de emplear la consigna tradicional del discurso político mexicano “¡Qué viva México!”, su intervención se cierra subrayando que siendo él “un hombre de convicción y principios” y –por ende– su “honestidad no tiene precio”.

El populismo del siglo XXI: unas consideraciones conclusivas

Como se intentó destacar a través de este trabajo, basado también en un estudio extenso y comparado de la evolución del personaje de López Obrador y su discurso, el nuevo discurso populista de izquierda latinoamericano se articula por ejes comunes a la mayoría de los fenómenos populistas contemporáneos. Se evidencian además diferentes niveles posibles de interpretación discursiva, según el conocimiento de los temas elegidos por el orador para respaldar sus afirmaciones públicas. Contextualizando sus eslóganes y discursos a lo largo de la campaña electoral, a través de un análisis crítico se puede argüir que el efectivo mensaje de López Obrador no corresponde con la imagen de líder honesto, izquierdista y concreto que él mismo ha construido a lo largo de su carrera. Aceptar la idea de que López Obrador no pertenece a la élite política del país presupone un escaso entendimiento de la realidad y mecanismos políticos, así como un conocimiento muy superficial de su larga trayectoria militante en partidos oficiales como PRI y PRD.

El carácter substancialmente personalista de Morena también se puede asimilar a los casos de populismo clásico así como a los más recientes. Típicamente,

9 El 26 de noviembre de 2018, López Obrador presentó oficialmente una convocatoria para la creación de dicha constitución “no pretende imponer conductas o creencias religiosas a nadie sino ofrecer lineamientos de convivencia consensados” y no tendrá valor jurídico ni carácter obligatorio.

durante la campaña electoral los programas concretos dejan de ser el eje prioritario para ganar consenso mientras que el líder impulsa, estimula y fascina a sus potenciales electores por medio de su personalidad. La construcción del acercamiento al público se revela esencial pues cuanto más el elector coincidirá con el líder –ilusionándose de pertenecer a un mismo grupo social y compartir representaciones políticas– más estará dispuesto a ser representado por él a nivel institucional. Se recuerda en ese sentido el caso desconcertante de Donald Trump, cuyo núcleo duro de electores se compuso de ciudadanos de extracción social proletaria y habitantes de zonas gravemente deprimidas como por ejemplo los Apalaches (Revelli, 2017). Queda evidente que la realidad cotidiana, expectativas y necesidades de un “hillbilly” tienen muy poco en común con las de un magnate multimillonario como Trump; sin embargo el actual presidente de EEUU. consiguió construir un personaje discursivo que se apela al descontento y frustración de esa tipología de elector, así como presenta rasgos sociolingüísticos y temáticas comprensibles y compartibles por amplios segmentos de la sociedad estadounidense. López Obrador aprovecha de mecanismos muy similares, jactándose de ser “necio” y poco refinado, implicando así su similaridad con la mayoría del pueblo mexicano; sus seguidores no se ofenden por eso sino que se identifican aún más con él, pues el discurso del líder alimenta un orgullo popular anti-establishment y poco importa si el rasgo en cuestión es negativo.

La característica más asimilable con la tradición populista latinoamericana es la dimensión mesiánica e implícitamente religiosa del discurso de López Obrador. Si bien la mayoría de sus actitudes y de las idiosincrasias que estructuran su personaje discursivo se acercan a un nuevo populismo internacional, su carácter salvador añade un valor espiritual a su papel político como líder.

La actividad política de Morena se caracteriza además por el empleo de los nuevos medios de comunicación, acercándose por un rasgo esencial más al estilo político y comunicativo de del populismo actual. Los nuevos medios como las plataformas sociales han ido desempeñando un papel crucial en la difusión del discurso populista; tal evolución conlleva necesariamente el desarrollo de un lenguaje específico y flexible a la vez, así como de mecanismos lingüísticos útiles para la adecuación del mensaje a los diferentes medios empleados. Líderes latinoamericanos de izquierda como por ejemplo Rafael Correa y Hugo Chávez se han apoyado substancialmente en los medios tradicionales, monopolizando la información y explotando una presencia personal difusa de manera capilar. López Obrador por su parte explota la naturaleza originaria de Morena, nacido como movimiento social popular muy presente en las redes sociales. La difusión del mensaje morenista a través sobre todo de nuevos medios contribuye además a fortalecer la imagen construida de un partido ajeno a la corrupción de la información y que por ende expresa la voluntad del pueblo en contra de la élite al poder. Se acerca en esto por ejemplo a partidos como el italiano Movimento 5stelle, que reivindica su naturaleza popular proclamando su capacidad de dar voz a los ciudadanos a través de las redes sociales. El canal de comunicación

representado por las redes sociales representa un campo muy rentable para explotar el descontento de los ciudadanos a fines políticos, especialmente en un país como México donde históricamente ha existido un duopolio televisivo y el último presidente priísta Peña Nieto tuvo un comprobado acuerdo de visibilidad con la cadena Televisa.

Muchos de los temas de carácter anti-establishment explotados por López Obrador resultan ser compartidos también por los movimientos populistas actualmente activos en Europa. La limitación de privilegios y fueros por ejemplo ha sido un tópico fundamental en la campaña del Movimento 5stelle italiano –declaradamente allende la “división entre izquierda y derecha”– que actualmente comparte el gobierno con la Lega Nord, partido posicionado a la derecha extrema; se trata de un eje temático bastante banal y sin embargo que gana gran aprobación popular gracias a la frustración generalizada por la crisis económica y el empobrecimiento creciente. De la misma manera la reivindicación genérica y económica de la soberanía nacional y autoridad soberana ha sido el eje substancial de las campañas de la ya mencionada Lega Nord (Italia), el Front National (ahora Rassemblement National, Francia), el FPÖ (Austria) entre otros, y de discursos políticos de jefes de gobierno como por ejemplo Theresa May (Reino Unido) y Alexis Tsipras (Grecia), además evidentemente del vecino de México Donald Trump. Como Trump, López Obrador pregona la necesidad de regresar a un país glorioso como era antes de la hegemonía de las políticas impuestas por sus enemigos declarados; en su caso, se trata como hemos visto de los gobiernos neoliberales predominantes desde los años ‘80 hasta el día de hoy, para los líderes europeos el actual enemigo parece ser la Unión Europea y su estructura institucional comunitaria tambaleante (Feltri, 2018).

Para concluir, más conformemente a su naturaleza populista que a su vocación de cambio izquierdista, desde el día después de los resultados electorales el actual presidente de México parece ya disfrutar del presidencialismo propio del sistema político e institucional instaurado por el régimen priísta. Tres días después de las elecciones empezó a sugerir nombramientos que no corresponden al Ejecutivo y sin consideración por las normas de procedimiento, así como pretender de marcar la agenda nacional, cambiar miembros de su gabinete entonces todavía no formado y cumplir funciones presidenciales. Después de su toma de posesión el 1 de diciembre de 2018, López Obrador sigue empleando un discurso polarizante típico de la campaña electoral que alimenta la división social y el conflicto en la sociedad civil. A pesar de todo esto, con respecto a la deriva autoritaria que a menudo sigue la elección de un líder populista aún es muy temprano para consideraciones en ese sentido sobre el caso de Andrés Manuel López Obrador.

Referencias bibliográficas

- Chilton, P. (2004). *Analysing political discourse: theory and practice*. London: Routledge.
- De Cillia, R., Reisigl, R. & WODAK, R. (1999). Discursive construction of national identities. *Discourse and society*, 10 (2), 149-173.
- Escandell Vidal, M.V. (1993). *Introducción a la pragmática*, Barcelona, Editorial Anthropos.
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and social change*. Cambridge: Polity Press.
- Feltri, S. (2018). *Populismo sovrano*. Torino: Einaudi.
- Gratius, S. (2007). La tercera ola populista en América Latina. *FRIDE*, Documento de trabajo, 45, pp. 33.
- Guaraglia Pozzo, M. (2016). Populismos y neopopulismos. En Casaús, M. & Macleod, M. (Eds.), *América Latina entre autoritarismo y la democratización 1930-2012* (pp. 62-117). Madrid, Marcial Pons.
- Kazin, M. (1998). *The populist persuasion. An American history*. Edición revisada. USA: Cornell University Press
- Krauze, E. (2006). El mesías tropical. *Letras libres*, 57, 14-24.
- Laclau, E. (2005). *On Populist Reason*. London, Verso.
- Marini, A.M. (2017). *Politiche e progetti di riforma educativa in Messico. Storia, attualità e analisi critica del discorso*. Unpublished MA thesis, Università degli Studi di Milano.
- Marini, A.M. (2018). La normalidad racista del discurso público en México y el caso de Marichuy. *Iberoamérica Social*, 6 (XI), 65-83.
- Maya, R. (2004). Inédito rechazo de oposición para mensaje presidencial. *CIMAC Noticias*. Recuperado de <https://www.cimacnoticias.com.mx/>.
- Mudde, C. (2004). The Populist Zeitgeist. *Government and Opposition*, 39 (4), 541-563.
- Paz, O. (1959). *El laberinto de la soledad*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Revelli, M (2017). *Populismo 2.0*. Torino: Einaudi.
- Reyes, G. (1990). *La pragmática lingüística. El estudio del uso del lenguaje*, Barcelona, Editorial Montesinos.
- Rivero, Á., Zarzalejos, J. & Del Palacio, J. (Eds.) (2017). *Geografía del populismo. Un viaje por el universo del populismo desde sus orígenes hasta Trump*. Madrid: Tecnos – FAES.
- Taguieff, P.A. (2007). *L'illusion populiste: de l'archaïque au médiatique*. Nueva edición integrada. Paris: Flammarion.
- Van Dijk, T. (2008). *Discourse and power*. UK: Palmgrave Macmillan.
- Vittori, D. (2017). Re-conceptualizing populism: bringing a multifaceted concept within stricter borders. *Revista Española de Ciencia Política*, 44, 43-65.
- Wodak, R. (2009). Language and politics. *English: description, variation and context*, Macmillan Education UK, 577-594.