

COLABORACIÓN ESPECIAL
—PRIMERA PARTE—

El equívoco de Castañeda y Aguilar Camín

GENARO LOZANO Y HERNÁN GÓMEZ

"La única manera de ser provechosamente nacional es sentirse orgullosamente universal": Alfonso Reyes

Jorge Castañeda y Héctor Aguilar Camín, dos de las voces más influyentes y polémicas en la vida intelectual y política de México, han decidido impulsar un debate sobre la agenda que nuestro país necesita para superar el estancamiento económico y político en el que hoy se encuentra. Con la mirada puesta en las elecciones presidenciales de 2012, la propuesta fue publicada bajo el título "Un futuro para México", en el número de noviembre de esta revista.

Se trata de un provocador ensayo que recupera algunos temas que han estado en la agenda de políticos, empresarios, académicos, formadores de opinión y representantes de organismos no gubernamentales desde el año 2000, cuando Vicente Fox sacó al PRI de la residencia presidencial de Los Pinos. Aunque se plantean algunos asuntos novedosos, otros constituyen una reiteración de fórmulas que han demostrado su fracaso. Entre éstos últimos, nos preocupa especialmente la visión que los autores proyectan acerca de México y su lugar en el mundo.

Imbuídos en una idea rígida y un tanto caduca de las relaciones internacionales, Castañeda y Aguilar consideran que el país debe optar por "un código postal", escoger de una vez por todas "el espacio regional al que quiere pertenecer". Para ellos no hay muchas alternativas: o se amplía la integración económica y se avanza en la política a América del Norte —en su visión, el camino hacia el "progreso"— o se profundiza en las relaciones con América Latina, a la que únicamente le unen, según ellos, "la afinidad cultural y el idioma".

Definir la ubicación de México en el mundo por esos lazos culturales, sugieren los autores, implicaría seguir la "Doctrina (Gloria) Estefan" de las relaciones internacionales ("hablamos un mismo idioma"). Lo que debe interesar, afirman, es el lugar donde tenemos "nuestra cartera", es decir Norteamérica.

Para comenzar, Castañeda y Aguilar no registran que México todavía sigue siendo un impor-

tante inversionista en Latinoamérica: empresas mexicanas como Grupo Bimbo, Maseca, América Móvil o Cemex tienen millones de dólares invertidos en la región. Aunque naturalmente las inversiones en América Latina podrían ser mayores, lo alcanzado demuestra que existe un potencial enorme para los negocios mexicanos al sur de nuestra frontera.

Sin embargo, hay algo más grave en su planteamiento: Los autores dibujan una caricatura de América Latina, como si ésta estuviera sumida en el atraso y como si fuera un monolito en el que sólo caben los Chávez, los Zelaya o los Castro, a quienes los autores descalifican con una serie de adjetivaciones, y no una pluralidad de opciones que abarcan desde las izquierdas a la centro-derecha.

Se les olvida también mencionar que la mayoría de los países sudamericanos ha crecido a tasas superiores a México, incluso antes de la crisis del 2009. Para ofrecer un ejemplo, la denostada Bolivia de Evo Morales fue la nación latinoamericana que más creció en el crítico año de 2009. Su PIB se expandió cerca de 3% (en México cayó a un dramático -7.34%). Entre otros factores, esto posiblemente se deba a que la economía boliviana tiene un bajo grado de dependencia frente a la economía estadounidense.

Pocos ignoran la importancia de Estados Unidos para México. Es sabido que durante décadas ese país ha sido nuestro principal socio comercial. Hoy se orienta más de 80% de las exportaciones mexicanas hacia el vecino del norte, allí habitan entre 5 y 11 millones de ciudadanos nacidos en México —no hay cifra oficial— así como muchos millones más de mexicano-estadounidenses. Con todo, afirmar que por esa razón México deba optar por Norteamérica en detrimento de Latinoamérica representa un falso dilema. Pero no sólo eso, implica además una visión localista y reducida del liderazgo en un mundo globalizado.

Por años, México ha vivido preso de ideas equivocadas que han terminado por convertirse en profecías autocumplidas. Una de ellas es que el país está destinado a tener a Estados Unidos como socio exclusivo. A lo largo de los noventa, dejamos de ser país de una sola oferta —esencialmente el petróleo—, pero nunca logramos abandonar la condición de país de un solo destino. Ni siquiera cuando el gobierno de Ernesto Zedillo (1994-2000) intentó diversificar los destinos de las exportaciones mexicanas con la firma de más de 13 tratados de libre comercio con unos 40 países en el mundo.

El ímpetu por diversificar los mercados-destino ha estado en la agenda de varios gobiernos. Sin embargo, los acuerdos comerciales firmados han resultado en letra muerta, en gran medida porque el Estado mexicano no ha sabido dirigir coherentemente ni dotar de



Fecha 16.01.2010	Sección Primera-Opinión	Página 22
----------------------------	-----------------------------------	---------------------

suficientes recursos a las instituciones que deberían complementar tales acuerdos.

La Secretaría de Relaciones Exteriores, la desaparecida Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, la actual Secretaría de Economía, Nacional Financiera, el Banco Mexicano de Comercio Exterior y hoy ProMéxico han sido escenario de pugnas por protagonismos, falta de coordinación intrainstitucional, falta de planeación estratégica y ausencia de rumbo. Por ello es que son mediocres los resultados alcanzados en la capitalización de mercados asiáticos, europeos y latinoamericanos para los empresarios mexicanos. En este rubro hay mucho trabajo por hacer.

Muy lejos están esas instituciones de promover efectivamente las exportaciones de México en el mundo como lo ha hecho, por ejemplo, Brasil. A través de su Banco de Desarrollo Económico y Social (cuya cartera es superior a la del Banco Mundial), el gigante sudamericano ha logrado favorecer una exitosa diversificación de las exportaciones brasileñas hacia China (hoy su principal socio comercial), sin por ello dejar de comerciar con Estados Unidos, la Unión Europea o el Mercosur.

Desde su independencia, México ha tenido

una relación de amor y odio frente a Estados Unidos. Todavía hoy, el antiyanquismo es una estrategia discursiva que genera dividendos a algunos políticos. Sin embargo, en los hechos, nuestros líderes han desarrollado —especialmente desde los ochenta— una estrategia de desarrollo económico y comercial que apuesta todo a la economía estadounidense. Equivocadamente se ha creído que es posible adquirir grandeza por contigüidad y tristemente hoy vemos que esa cercanía es en parte culpable de la enorme caída de la economía mexicana en el 2009 (7%, según se calcula).

Mañana, la segunda parte

Genaro Lozano es miembro del Consejo Mexicano de Asuntos Internacionales, analista en política comparada, con énfasis en México-Estados Unidos, académico del ITAM. Hernán Gómez es analista en política latinoamericana. Se especializa en Brasil, donde actualmente realiza una estancia de investigación académica.

México ha vivido preso de creencias equivocadas. Una de ellas es que el país está destinado a tener a EU como socio exclusivo