



Videgaray en *The New York Times*

Varias empresas mexicanas y dos dependencias gubernamentales pagaron ocho páginas para que este domingo se publicara un suplemento especial en el leído *Magazine* del diario *The New York Times*, cuya circulación dominical es de 1.3 millones de ejemplares. Triunfante, lleno de frases alegóricas, bajo el título de *México: redefiniendo una nación*, arrancó con carencia de pudor: “México está destinado a convertirse en la verdadera estrella de América Latina en el corto plazo, y un jugador global más durante la próxima década”. Y todo, “gracias al duro trabajo del gobierno”.

El suplemento fue utilizado como un vehículo para calentar motores para el Foro Económico Mundial sobre América Latina, que se llevará a cabo esta semana en la Riviera Maya, y está pagado por empresas cuyos propietarios son muy cercanos al grupo mexiquense en el poder—como GenomaLab, de Ramón Neme—, quienes buscan congraciarse con la administración—como ICA—, o por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, o un mexiquense adoptado, Alejandro Murat, director del Infonavit. No se sabe cuánto costó, pero hay huellas de dónde vino la inspiración de comprarlo.

El suplemento pagado requiere un proceso de deconstrucción para entender origen e intencionalidad. No parece, como prácticamente

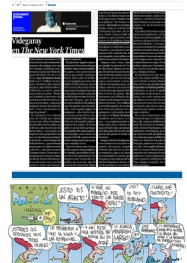
todo lo que produce el gobierno federal, haber salido de la fábrica de propaganda que existe en la Oficina de la Presidencia, sino de la Secretaría de Hacienda. Podrán argumentar en la dependencia que no hay ninguna bala de plata que desvele las motivaciones del secretario Luis Videgaray, pero de los dos únicos miembros del gabinete cuyas fotografías aparecen publicadas—en la segunda página del suplemento—, sólo él está de frente y con una sonrisa. El otro, el secretario de Energía, Pedro Joaquín Coldwell, está de perfil, y mira hacia fuera de la página. En diseño gráfico es casi un credo que ninguna fotografía debe mirar hacia fuera de la página, como sucede con Joaquín Coldwell, a quien además editan su imagen para que no aparezca completa su cara.

Parecen sutilezas, pero la suma de ellas sugieren intencionalidad. Por ejemplo, quien elaboró el primer texto del suplemento le hace preguntas sobre el tema de la seguridad, que no es suyo, sino del secretario de Gobernación, Miguel Ángel Osorio Chong. Pero más interesante, es la afirmación que hace de Videgaray como “el número dos en el gobierno”. En términos orgánicos, **Hacienda es la número tres**, debajo de Gobernación y Relaciones Exteriores. Por decreto, Osorio Chong es el jefe de gabinete, lo que lo convierte en el número dos del gobierno, debajo

del presidente Enrique Peña Nieto. Para alguien de meticuloso como Videgaray, y tan cuidadoso con el empaquetado y distribución de la propaganda, estas sutilezas no pueden ser resultado de lo fortuito.

Tampoco otras cosas, como por ejemplo, la aparición de Carlos Slim sin que aparezca su imagen. El empresario ha sido descrito como el enemigo número uno del presidente, por sus resistencias a que se dismantelara su monopolio de telecomunicaciones, y lo habían convertido en la fuente de todos los males que aquejan a Peña Nieto desde el año pasado. Altos funcionarios en Los Pinos le adjudicaban la mala imagen del presidente en el exterior, y lo señalaban de estar financiando a los medios más críticos del gobierno. En el suplemento, la fotografía con la que abre es el **Museo Soumaya**—nombrado así en honor a su esposa—, cuya arquitectura tiene reminiscencias de las esculturas de Augusto Rodin (algo casi natural, al ser Slim quien tiene la colección privada más grande de Rodin en el mundo).

Aunque cuidadoso el suplemento en el número de citas de los secretarios—dos cada uno—, Joaquín Coldwell sólo habla de la reforma energética, que es su campo de responsabilidad, mientras que Videgaray no hace mención de las reformas financieras o fiscales. Sí tocó la seguridad, en cuyo contexto



Fecha 05.05.2015	Sección Nacional	Página 48
----------------------------	----------------------------	---------------------

dijo que entre mejor entorno haya, mayores inversiones, empleo y crecimiento, y también el Tratado de Libre Comercio, un tema que no le compete a él, sino al secretario de Economía.

El presidente Peña Nieto es el gran ausente en el suplemento. Las dos referencias a él son marginales. En la primera, sólo para referirse al “gobierno de Peña Nieto”, y en la segunda, para recordar que la tecnología petrolera extranjera ofrecía un potencial tan importante, que facilitó al presidente a buscar una mayoría en el Congreso para enmendar la Constitución en ese campo. De ahí en fuera, nada para el presidente. Una vez más, en la prensa extranjera, Videgaray lo borra.

El antecedente más serio al respecto, fue cuando en febrero pasado le declaró al diario británico *Financial Times* que el gobierno **había perdido la confianza pública**. El presidente se enteró de aquella declaración un día después y no le gustó, de acuerdo con personas que saben de su reacción. Pero no hizo nada en contra del secretario de Hacienda, sino al revés: una semana después repitió lo mismo al mismo periódico.

No se sabe si el presidente estaba enterado que este suplemento iba a salir, aunque probablemente así fue. El secretario de Comunicaciones, **Gerardo Ruiz Esparza**, está enemistado con Videgaray, por lo que se puede asumir que pidió autorización para pagar publicidad. Murat no. Infonavit depende de Videgaray, quien sin ser realmente su jefe, tiene amplia influencia sobre él. Joaquín Coldwell parece compañero por conveniencia en el suplemento, donde Videgaray flota, luce y proyecta. El *Magazine del Times*, aunque sea pagado, fue su nuevo escenario.