



Más sobre Slim

Recibí una avalancha de comentarios a propósito de mi artículo acerca de por qué **Carlos Slim** aceptó la invitación a participar en un foro sobre la economía con una ponencia tan controversial. Con respecto a la hipótesis de que el ingeniero busca, de vez en cuando, sus 15 minutos de fama, me escribió una amiga que lo conoce, para decirme: “Si **Slim** quisiera muchos reflectores podría tenerlos cuando quisiera. Podría tener un anuncio diario en todos los noticieros con él *tirando netas* y dando sugerencias. Podría hacer un periódico, o comprar uno. Ha tenido varias veces la oportunidad y no lo he visto tomarla. Incluso cuando ayudó a Televisa a salir, lo hizo en el entendido de que en cuanto le pagaran se iría. Cosa que hizo. De verdad sé que no le da por ahí”.

También recibí comentarios diciendo que **Slim** sólo quería decir su verdad y/o que su ponencia se malinterpretó. Nuestro colega columnista **Héctor Aguilar Camín** así lo expresó ayer en *Milenio*: “Forzando las cosas, se puede leer todo esto como un ataque de **Slim** al gobierno, y una defensa de sus empresas, pero sus palabras no son ni una cosa ni otra. La alusión que hace al programa del gobierno es a favor y la mención que hace de sus empresas es para excluirlas de la idea de que las ayude el gobierno”. Por su parte, mi amiga que lo conoce dice que a lo mejor “cree saber qué hacer y creo que le gustaría que lo oyeran”. He ahí, entonces, una hipótesis alternativa.

No obstante, un hombre de su tamaño tiene que cuidar lo que dice porque puede acabar “regando el tepache”. En estas crisis, el factor psicológico es fundamental para no alimentar más el desaliento económico. Y si el hombre más rico de México pinta un panorama mundial más sombrío, pues los humanos comunes y corrientes nos asustamos más, lo cual profundiza la crisis. Supongo que eso fue lo que más molestó a un gobierno que insiste en ponerle buena cara al temporal.

Pero los comentarios que más recibí son que me “olvidé” de otra hipótesis. Me cuestiona un lector: “¿Y el hecho de que con sus palabras se desencadenen más cierres y quiebres de empresas que entonces él pueda comprar todavía más baratas de lo que ya están?” Se trata, como me escribió otro lector, de la “hipótesis de la voracidad: el señor está demostrando que su interés radica en querer hundir al país para poder terminar de comprarlo”. Mu-

Continúa en siguiente hoja



Fecha 17.02.2009	Sección Primera-Nacional	Página 4
---------------------	-----------------------------	-------------

chos concurren con esta opinión incluidos algunos empresarios. Al parecer, es una visión generalizada que se tiene de **Slim**: que él gana con las crisis y tiene, por tanto, un incentivo para profundizar la actual. Yo no incluí esta hipótesis en mi artículo original porque me parece más que perversa. Estoy convencido de que un empresario, hasta el propio **Slim**, gana más dinero cuando hay crecimiento económico y no cuando todo se derrumba. Pero en este punto a lo mejor el ingenuo soy yo.

The New York Times publicó ayer un artículo sobre la relación de **Slim** con los medios. En Nueva York hay interés sobre el tema ya que el ingeniero es uno de los principales accionistas y prestamistas del diario más influyente de Estados Unidos. La conclusión es que **Slim** tiene “una compleja relación con los medios noticiosos. Invierte dinero en una selección de compañías televisivas y periodísticas y dice que ve un futuro brillante para aquellas compañías mediáticas que se adapten. Pero cuando los medios noticiosos enfocan sus reflectores a él, a veces da la impresión de que lo que quiere es que lo dejen solo y en paz para hacer más dinero”.

Estos días, los medios le han puesto enfrente los reflectores al ingeniero por culpa del ingeniero. No supo medir sus palabras. Su discurso fue confuso. Dejó espacios para la especulación. Solito se enredó y acabó atizando el fuego de viejos prejuicios que hay sobre él. Llama la atención la cantidad de gente que efectivamente cree que **Slim** quiere profundizar la crisis para él ganar más dinero. Va ya problema de relaciones públicas que tiene.