

GRANADOS CHAPA

Colérica reacción tuvo Televisa luego que Carmen Aristegui entrevistara en su programa de radio a Jenaro Villamil, plática en la que se dieron a conocer millonarios acuerdos entre el gobernador Enrique Peña Nieto y la televisora.

PLAZA PÚBLICA

Peña Nieto ante las cámaras

MIGUEL ÁNGEL GRANADOS CHAPA

A Enrique Peña Nieto se le ve todos los días en el principal noticiario nocturno de Televisa. Las más de las veces su presencia en la pantalla resulta de nimios actos administrativos. En otras oportunidades se le muestra en plena campaña electoral, la suya, aprovechando la que concluirá el próximo miércoles. El gobernador del estado de México patrocina, con recursos y su compañía, a candidatos priistas en las entidades que renuevan poderes dentro de una semana. Así, se le ve en San Luis Potosí y Querétaro, donde no hay gobernador priista que sienta celos de su activismo.

La omnipresencia de Peña Nieto ante las cámaras de Televisa deriva de dos factores, uno preponderantemente financiero y político el otro, aunque es difícil trazar la línea divisoria entre ambas comarcas. El proyecto político, ostensible e identificado claramente por no pocos observadores de la vida pública consiste en que Peña Nieto sea el próximo presidente de la República, a partir de la abrumadora difusión de su imagen, para que sea precisamente un producto neto de la televisión y la mercadotecnia. La razón pecuniaria de su presencia consiste en el derroche de recursos de la hacienda mexiquense que se han destinado a Televisa desde el sexenio de Arturo Montiel, con el propósito de hacer tersa su salida del gobierno y preparar el advenimiento de su heredero, su sobrino comprometido a guardarle las espaldas, misión que ha cumplido rigurosamente.

Ya se ha probado la eficacia de la estrategia comunicacional de Televisa en torno a Peña Nieto. Ya lo hizo gobernador del estado de México y se afana en erigirlo como el sucesor de Felipe Calderón. Cuando entre 2004 y 2005 se decidía el nombre de quien sucedería a Montiel, el joven diputado, jefe de la Junta de Coordinación Política que había pasado por

dos encargos administrativos que no facilitaban la proyección de su imagen, era casi un desconocido. Los ilusos aspirantes a la candidatura priista, entre ellos Carlos Hank Rohn, creían que los índices de reconocimiento público y popularidad contarían a la hora de resolver la sucesión. De haber sido así, Peña Nieto no estaría donde está hoy. Por su edad y la brevedad de su trayecto público apenas llegaba a un 10 por ciento de preferencias entre priistas, lo que hacía suponer que lo identificaban sólo los políticos profesionales y los lugareños de Atlacomulco, que lo sabían miembro de familias que han gobernado el estado de México al amparo de aquella denominación geográfica.

Pero en cuanto Montiel dio el dedazo y los resignados precandidatos se sumergieron ante la decisión, la televisión empezó a obrar el milagro. Una dispendiosa campaña sufragada desde las arcas públicas dotó a Peña Nieto de una proyección que se reflejó en las urnas, con un triunfo que Montiel acaso creyó que prefiguraría el suyo propio en la contienda interna del PRI por la candidatura presidencial. El descomunal gasto, de cientos de millones de pesos, destinado a simular una presencia política carente de sustancia se completó con asesorías que hicieran del inminente gobernador una eficaz figura mediática, la encarnación de un sujeto ficticio.

Los contratos que fundaron el proyecto compartido entre Peña Nieto y Televisa, y otros documentos relativos a sus estrategias, fueron incorporados a sucesivos reportajes que el periodista Jenaro Villamil publicó en el semanario *Proceso* a partir de octubre de 2005, un mes después de la toma de posesión del rutilante gobernador, modelado hasta en su apariencia conforme al objetivo político de presentarlo como ejemplo del nuevo priista, un político joven y moderno. Al paso de los años, los abundantes materiales que en esa dirección acumuló el



periodista, experto en procesos políticos, en televisión y en el más amplio terreno de las telecomunicaciones, le permitieron escribir el libro *Si yo fuera presidente. El reality show de Peña Nieto*. Concluida en mayo pasado, la obra (con una presentación de Julio Scherer García) empezó a circular hace apenas unas semanas. El carácter profesional de la investigación que da sustento al libro se evidencia en el hecho de que lo publica Random House Mondadori, en su sello Grijalbo, cuyo catálogo incluye amplia porción de la bibliografía que permite analizar la situación mexicana contemporánea.

Simultáneamente, amparado también con el sello de otra editorial prestigiada, Planeta, apareció *Negocios de familia*, que se presenta como una "biografía no autorizada de Enrique Peña Nieto y el Grupo Atlacomulco". Muestra en su portada una pintura con la figura del gobernador. Sus autores son Francisco Cruz Jiménez, que a partir de sus comienzos en la prensa mexiquense ha hecho su carrera periodística en la agencia Notimex y los diarios *Reforma*, *El Universal*, *Monitor* y *Centro*; y Jorge Toribio Cruz Montiel, investigador político, autor de *El Grupo Atlacomulco. Revelaciones 1915-2006*.

Semejantes en su materia, los libros difieren en su enfoque y contenido, pero ambos coinciden en la fuerte carga mediática que da peso al objeto de su estudio. Cruz Jiménez y Cruz Montiel concluyen su libro diciendo que "gracias a la publicidad pagada, su imagen se

prodiga profusamente, a veces hasta la exageración", mientras que Villamil lo percibe como "un híbrido político que combina una aparente modernidad mediática de los líderes de la nueva generación con los métodos más arcaicos de ejercer el poder".

Carmen Aristegui entrevistó por separado a los autores de ambos libros en su programa de *Noticias MVS*. La conversación con Villamil, como su texto mismo, giró en torno a la relación del gobernador y Televisa. Tuvo lugar el lunes 22 y dos días más tarde mereció un colérico mensaje del consorcio televisivo. Bajo el título *Carmen Aristegui y Jenaro Villamil mienten*, la empresa de la familia Azcárraga pretendió no sólo desmentir afirmaciones del libro y la entrevista, sino mofarse del autor y zaherir a la periodista, desde el despecho que le causaron las

revelaciones de la inquisitiva comunicadora sobre su despido de XEW en enero del año pasado. En el inútil intento de desprestigiarla (propósito en que también falló el año pasado) Televisa se atreve a decir que "Carmen Aristegui ha hecho de la diatriba a Televisa su modus vivendi". Todo el mundo sabe que el modo de vivir de la periodista es otro, lo más lejano de aquel objetivo que sería miserable por sí mismo. El modo de vivir de la periodista, que es su modo de trabajar, se manifiesta en su labor cotidiana en CNN en español, que le mereció una de las mayores distinciones del mundo periodístico, el premio María Moors Cabot; en su

nueva emisión informativa, cuyo éxito había sido anticipado por su trabajo en la W, a diferencia de lo afirmado por Televisa; y en el extensísimo reconocimiento público sobre sus calidades ética y profesional.

El consorcio Azcárraga enumeró seis mentiras. Tanto Aristegui como Villamil las respondieron el propio 24 de junio, apenas aparecido el profuso desplegado de Televisa, difundido con amplitud en la prensa capitalina (motivo por el cual los interlocutores se felicitaron de que la parte más poderosa del duopolio entrara al terreno de la discusión aunque fuera de ese modo alebrestado). Villamil blandió los contratos sobre la relación del gobierno mexiquense y Televisa que muestran que es esta empresa, y no él, quien miente. Sobre otras respuestas del consorcio, cualquier televidente puede saber que falta a la verdad. Justifica, por ejemplo, la asiduidad de la cobertura a Peña Nieto pretendiendo que la misma abarca a "la política, la economía, la sociedad y cultura mexiquenses". Ningún usuario del Canal 2 dejaría de conocer, si ese aserto de Televisa fuera verdadero, al menos el nombre, ya no digamos la actuación, de los presidentes del Congreso local y del tribunal superior, el del rector de la universidad pública, el de los dirigentes sociales, que casi nunca son objeto de la atención de la televisora (como no lo son los de ninguna entidad de la República).

Aseguró Televisa que su respuesta está destinada a que el público de Carmen Aristegui y Jenaro Villamil "tenga un verdadero acceso a la información plural", lo cual debería ocurrir en su pantalla, donde en cambio son frecuentes silencios, omisiones que se hacen evidentes porque sus propios periodistas no incurren en ellos en sus espacios propios.

Correo electrónico: miguelangel@granadoschapa.com