

**From Afar  
(A la Distancia)**

**Edmundo Berumen  
Enero 2007**

Como buena parte de mis colegas, amigos, conocidos, y algunos familiares, viajé el pasado fin de año, y viajé fuera de México, a Palm Springs, California (¡vergel en medio del desierto, donde lo que no escasea es el agua!).

Los viejos amigos, nuevos conocidos, así como familiares largamente extrañados, preguntaron: ¿Cómo la vez, qué tal la elección? ¿Cómo te fue en el 2006, por quién votaste? ¿Qué dice México después del 2 de julio? ¿Por qué no te vimos en las encuestas? Who really won the election? ¿Cómo les fue a los encuestadores? ¿Qué onda con el IFE? ¿Qué pasó con el Peje, por qué bajó en las encuestas? ¿Qué tanto impactó lo de las “chachalacas” y los spots comparándolo con Chavez? ¿Ya se acabó el desmadre del PRD después de que tomó posesión Felipe Calderón? Can you imagine Mexico if Lopez had won, it would be like Venezuela, don't you agree? ¿Por qué no se hizo el “voto por voto casilla por casilla”? ¿Cómo empezó su primer mes Felipe Calderón? What economic perspectives do you see for Mexico? ¿Y cómo vez al PRI en el Congreso, en los estados, en el CEN? ¿Se va a deshacer el PRD del Peje? ¿Por qué no sancionó el TRIFE a nadie? Is it safe to travel to Mexico? ¿Qué se espera del Congreso, van a seguir los espectáculos que dan pena ajena o se van a poner a trabajar todos en iniciativas buenas para el país? Are the drug lords running the country? ¿Le va a ganar Beatriz Paredes a Enrique Jackson? ¿Apoya el PAN al Presidente? ¿Será mejor el 2007 que el 2006? Do you miss Fox? .....

Y a cada pregunta se intercala una opinión que dibuja la respuesta esperada; o se debate la respuesta ofrecida; o se comparte alguna confidencia: “a mi me dijo fulano que todo lo que pasó en el Congreso fue un “show” previamente acordado”; “a mi me consta que zutano que vive en McAllen le dio un millón de dólares para su campaña al PRD”; “yo vi cuando ...”.

Las percepciones desde lejos son sencillas, sin rebuscamientos, reducidas al lugar común, a las soluciones que a distancia se ven obvias sin la obstrucción de la maraña cotidiana de enredos sin fin entre partidos, personajes de la iniciativa privada, funcionarios electos o nombrados.

Todo es simple, lo que a México, y a los mexicanos nos conviene es trabajar para el bien común, el de las mayorías y minorías. Y no lo ven difícil, basta que unos y otros cedan aquí para ganar allá.

Y claro, en todo argumento sobresale la comparación de lo fácil que es allá, y lo complicado que es acá realizar cualquier trámite, cualquier negocio; obtener cualquier apoyo.

Para prosperar sólo hay que trabajar mucho y con ganas, y en corto tiempo se ven los resultados: ser dueño de un exitoso “car wash”; de un negocio de colocación y mantenimiento de todo tipo de pisos; dedicarse a comprar y vender maquinaria pesada para la industria de construcción (ya expandiendo su negocio a China); ser corredor de bienes raíces especializado en atender latinos; ser artesano convertido en artista cotizado; ser dueño de una clínica de fisioterapia; ofrecer servicios para llenar las declaraciones de impuestos una vez al año; ser pintor de brocha gorda con su brigada comando atareada a diario; trabajar desde su hogar en distintos servicios vía Internet o telemarketing; liderar un sistema de ventas de multiniveles; tener ....

Muchos alguna vez ilegales, pocos aún lo son, pero todos pagando sus autos, sus casas, sus gimnasios, sus espectáculos (impresionante el número y calidad de primeras figuras, anglosajonas, mexicanas y de otras nacionalidades), sus vacaciones, sus impuestos. Todos con sus hijos en buenas escuelas, y en horas de ocio los que ya están en “high school” ayudando en la empresa familiar.

La brecha entre los que les va mejor y los que no tanto si bien notoria no es hiriente, y les permite convivir y socializar sin discriminación, rencores ni envidias.

“Pero dinos, danos detalles del 2006, de la elección.” ¿Qué decir? ¡Tanto pasó! El 2006 fue un año que cansó; nos dejó fatigados el saltar de un asombro al siguiente, y al siguiente, y al siguiente, sin ver su fin. Unos causados por el Peje, otros por Fox, otros por los hijos de Marta, otros por la Cámara de Diputados, otros por IFE, otros por los medios, otros por los partidos, otros por TRIFE, otros por las muchedumbres, otros por... Cada sobresalto generó toneladas de adrenalina gastada en discusiones de banqueta, en el café, en el trabajo, en el hogar. No tardarán en salir varios recuentos y libros del histórico 2006, con ópticas y nivel de detalle distinto, algunos buenos otros no tanto.

Pero ahora, en vacaciones, desde fuera, ¿cómo escoger entre tantos eventos para una breve reseña a vuelo de pájaro? La memoria no ayuda, cada año es más selectiva en lo que guarda y lo que tira, propicia guardar recuerdos asociados a mi deformación profesional; y a riesgo de invertir sucesos en el tiempo intenté rescatar algunos centrados en el proceso electoral, tema que más interesaba.

**Enero 2006.** Mes del arranque de campañas. Al incorporarse Josefina Vázquez Mota a la campaña de FC se acrecentaron las especulaciones sobre usos indebidos, electorales, de padrones de asistencia social, y arribó la “secretaria” (motivo de mofas y denuestos continuos hasta la conclusión de su gestión) Ana Teresa Aranda como “Secretaria” de

SEDESOL, provocando una desbandada del segundo nivel. Víctor González Torres, el “Dr. Simi”, rindió protesta como candidato del PASC, misma que el IFE terminó anulando y que provocó al Dr. Simi a gastar cuantiosos recursos en desplegados y spots en radio y tv contra el Consejero Presidente del IFE a lo largo de todo el 2006. En el Congreso se debatía la “Ley Televisa” y entre pasillos y comisiones el sainete del tráfico de influencias de los hijos de Marta. Los Zapatistas iniciaron “la otra campaña”, ejercicio desangelado que pasó desapercibido sin pena ni gloria. FC estrena sus spots televisivos de valores (“Valor y pasión por México), seguridad y acercamiento a los jóvenes (“... jugársela con el México del futuro ..”). AMLO no saca spots en tv, ni busca entrevistas, se siente ganador, “indestructible” . AMLO lideró por 6 – 10 puntos sobre el segundo lugar en todas las encuestas excepto en la de GEA-ISA que detectaba el mismo nivel entre el AMLO y FC. (¿Y las tuyas? A nadie convence la explicación de que sí hicimos algunas mediciones nacionales y locales, pero que fueron, son, sólo del cliente, no para divulgar, ni entonces ni ahora. Y no, tampoco puedo decir el nombre del cliente. No lo creen, me dan por retirado de las mediciones electorales.).

**Febrero 2006.** Mes de deslindes. FC deslinda al PAN de la defensa de los hijos de Marta. Madrazo se deslinda de Arturo Montiel. La Cámara de Diputados se deslinda de “Gober Precioso”. RM se deslindó de Mario Marín. El IFE, la PROFECO y COFECO reprueban la “Ley Televisa”, el IFE arguye que pone en riesgo su capacidad de fiscalizar el gasto en campañas. Los Bribiesca se amparan contra acción de la Cámara de Diputados. FC estrena nuevos spots en tv sobre valores (“Yo también tengo las manos limpias.”), incorpora en uno a su familia, con Margarita Zavala en cuadro y con voz. AMLO estrena un spot en tv, pero no para su campaña, es para apoyar a los candidatos del PRD en las elecciones locales del Estado de México; sigue sin buscar entrevistas, que los medios lo busquen a él, el más probable ganador de la contienda. AMLO continúa liderando en todas las encuestas, incluso ahora en la de GEA-ISA con 8 puntos sobre el PAN, brinco brusco que llama la atención en el gremio.

**Marzo 2006.** Mes de la chachalaca. FC advierte que en “la gente” no hay conciencia del “verdadero peligro” que representa AMLO; FC denota desesperación replicó AMLO. Se anuncian los debates entre candidatos a presidente, AMLO no se define al respecto. El Senado rechaza congelar la “Ley Televisa”, ésta se aprueba. FC estrena spots de apoyo a las mujeres que trabajan (“Mi compromiso es que las mujeres que trabajan estén tranquilas.” “... horarios flexibles de trabajo.”), a la vivienda (“Con Felipe Calderón vamos por más vivienda.”), actualiza versiones de “las manos limpias”, de oportunidades de empleo (“Mi compromiso es crear oportunidades de trabajo para que vivas mejor.”), de soluciones (“Soy el candidato de las propuestas, y voy a ser el Presidente de las soluciones.”), de mejor vida (“Yo voy a conducir a México al futuro), de apoyo al estudio (“... conmigo tu chamba será estudiar.”), de consolidación del cambio (“El cambio va a seguir y vamos por más. ¡Mucho más!”); abandona el slogan “Valor y pasión por México” y estrena el de “Para que vivamos mejor.” El PAN inicia campaña de spots

alusivos a “López Obrador. Un peligro para México.”, se cuestiona la calidad y endeudamiento del segundo piso, se inician las comparaciones con Hugo Chavez y el “Cállate chachalaca.” (“No a la intolerancia.”). AMLO sigue sin sacar spots en tv, tampoco salen institucionales de su partido en apoyo a la candidatura presidencial; se empieza a notar su presencia en entrevistas en radio, menos en televisión. Inicia una tendencia a la baja en el liderazgo de AMLO en las encuestas, reduciéndose su ventaja respecto al PAN, y GEA-ISA vuelve a detectar una ligera ventaja del PAN sobre el PRD, nuevo brinco brusco al “caer” 12 puntos AMLO, que vuelve a llamar la atención en el gremio; a partir de aquí GEA – ISA siempre mantendrá arriba a FC.

**Abril 2006.** Mes del primer debate. La Suprema Corte de Justicia ratifica la orden al Presidente Fox de suspender los anuncios en que difunde personalmente sus obras de gobierno. AMLO acusa a Televisa de utilizar sus programas para desprestigiarlo. Varios analistas escriben sobre el descenso de AMLO; si es irreal, si es pasajero, si logrará frenarlo, si lo revertirá. Los preparativos del debate entre candidatos a Presidente determinan que aunque sólo participen cuatro candidatos se incluirá una quinta silla o atril. Los discursos de campaña, los spots negativos, los artículos, los comentarios adicionales a la noticia (posición del medio o del comentarista), empiezan a desbordar las divisiones partidistas y a polarizar a la población. El PAN anuncia que sacará del aire cuatro spots donde ataca a AMLO, para acto seguido estrenar dos en donde lo critica por no asistir al debate. El debate se lleva a cabo el 25 de abril, sin la presencia de AMLO, con su atril vacío, con algunas descalificaciones cruzadas entre los cuatro participantes, pero mayor tiempo dedicado a sus propuestas en los cinco temas abordados. FC actualiza spots sobre la consolidación del cambio y el empleo (“Felipe Calderón, Presidente del empleo.”), y una serie que toma escenas del debate (y días antes) para resaltar distintos temas (“¿Cómo sacar a México adelante, sin deudas. FC te lo va a decir.” “Pero, ¿cómo generar mejores empleos y salarios. FC te lo va a decir.” “López Obrador no estuvo en el debate, porque no podía explicar el desempleo en el D.F.” “Quien gane menos de cinco mil pesos al mes, no pagará impuestos por trabajar. ... López Obrador te dio la espalda.” “Para la primera vez que te contraten, las cuotas al Seguro Social por el primer año van a ir por cuenta del Gobierno Federal. ... López Obrador te dio la espalda.” “Ya basta que no te contraten porque estás embarazada o que te paguen menos por ser mujer. ... López Obrador te dio la espalda.”). El PAN los complementó con spots remachando el tema de “López Obrador un peligro para México.”, criticando de paso un spot de Elena Poniatoska, y refrescando la memoria sobre los video-escándalos de Bejarano y los fajos de dólares. AMLO sigue sin sacar spots en tv, tampoco salen institucionales de su partido en apoyo a la candidatura presidencial; tampoco aprovecha ni busca presencia en tv ligada al debate en el que no participó. La tendencia pronunciada a la baja de AMLO es ya franca, como lo es la creciente de FC; por primera vez el promedio de siete casa encuestadoras serias da una ligera (no significativa) ventaja de dos puntos a FC sobre AMLO.

**Mayo del 2006.** Mes de Atenco. Imposible, imperdonable no detenernos a recordar Atenco y los vendedores de flores. Revivió el machete, los petardos, las pedradas; hubo al menos un muerto reconocido. Quedaron documentados en tiempo real las agresiones de los pobladores y los abusos de los policías. Las secuelas de ambos subsisten. Se recuerda uno de los eventos que marco para siempre como débil la gestión de Fox, el fallido proyecto del nuevo aeropuerto. Todos toman bando en pro o en contra de las acciones policiacas, la polarización se hace presente vía este evento. Finalmente AMLO y el PRD entran al juego y estrenan spots críticos de las promesas de empleo del gobierno del PAN y de Calderón (“La triste realidad es que ambos han creado cero empleos.” “Ponte buzo. ¿Cuáles vochos? ¿Cuál changarro?” “El PAN prometió 7 millones de empleos, se perdieron más de 300 mil. Ponte buzo.” “Calderón cómplice del PRI. Daño: más de un millón de empleos perdidos.” “Calderón, con tus manos sucias firmaste junto al PRI el fraude de la historia: el FOBAPROA.”). FC responde con spots con imágenes del lleno en la plaza monumental de toros México, actualiza los de empleo dirigidos a jóvenes y pequeños comercios, de mano firme contra la delincuencia, (“Un Presidente comprometido con tu seguridad.”), dirigidos al futuro de los niños (“Un México mejor para ellos.”), testimoniales de gente común y algunos personajes (Kikin Fonseca). El PAN los complementó con spots criticando el modelo económico y la gestión de AMLO en el DF, resaltando el slogan “López Obrador un peligro para México”, declarando mediante citas asociadas al linchamiento en Tlalpan en el 2001 que acepta la barbarie y que se rompa la Ley, en otros lo ridiculiza (“estrategia de la avestruz”), y desmienten sus dichos sobre el FOBAPROA. En el promedio de las siete casas encuestadoras se amplía la ventaja de FC sobre AMLO a cuatro puntos, ahora sí significativa.

**Junio del 2006.** Mes del cierre de campañas. Oaxaca, Oaxaca, Oaxaca; el conflicto cotidiano que se dejó crecer y salir fuera de control por las autoridades locales (Gobernador), federales (SEP, SG) y los Pinos. Los maestros hacen sentir su presencia y capacidad perturbadora en Oaxaca y en el DF. El conflicto seguirá muchos meses después con facetas violentas y muertos de por medio; aún hoy no tiene solución. FC se topa con parientes incómodos, no importa que sean parientes políticos (cuñado); el tema resonará en el Congreso donde se solicita la comparecencia de los Secretarios de la SCHP, SEDESOL, SAT, PEMEX, y en declaraciones de la SFP. En el segundo y último debate entre candidatos presidenciales, al que ahora sí asistió AMLO, saca el tema del FOBAPROA y el del cuñado incómodo; el cuñado incómodo hace resonancia en el post-debate. AMLO ahora sí busca entrevistas, menciona a diestra y siniestra su nunca exhibida encuesta en donde según el lleva una ventaja de 10 puntos sobre FC, y más sobre el cuñado incómodo. Inexplicablemente ni AMLO ni el PRD estrenan spots de tv. En tanto, FC y el PAN siguen actualizando y estrenando hasta 45 (cuarenta y cinco) spots de tv, agregan a sus cierres: “Con mano firme y una economía fuerte, vamos a llevar a México al futuro para que vivamos mejor.”. Los del PAN remachan sus críticas a AMLO: nos traerá más deuda, es mentiroso, se le compara con López Portillo y Salinas. El Consejo Coordinador Empresarial tercia con spots que de manera implícita pero obvia

van en contra de AMLO (“Apostarle a algo distinto es retroceder. Defendamos lo que hemos logrado.”). El monitoreo de noticiarios de radio y televisión del IFE cierra reportando 2,514 notas valoradas en forma “negativa” contra la CPBT, 1,499 negativas contra la APM, y 965 negativas contra el PAN. El promedio de las casas encuestadoras se reduce a una diferencia no significativa entre FC y AMLO, algunas con FC ligeramente arriba, otras con AMLO ligeramente arriba. El gremio anticipó lo que vendría el 2 de julio de 2006, una elección muy cerrada donde los ejercicios de encuesta de salida y conteos rápidos tendrían dificultad para identificar al ganador.

Apenas voy a la mitad del año y ya noto cansancio, aburrimiento en días festivos, aún con mi cautiva y bien dispuesta audiencia. Líneas arriba lo advertí, el 2006 fue un año que fatigó. Más vale que cierre rápido para darle paso al ponche, las colaciones, los juegos de salón, los chistes, las remembranzas de anécdotas familiares.

**2 de julio del 2006.** Y como toda fecha y evento fatal llegó el 2 de julio del 2006. Viví de cerca un ejercicio de encuesta de salida y conteo rápido. Puedo testificar que a lo largo del día los distintos cortes de estimación del resultado final mostraron incapacidad para identificar a un ganador entre AMLO y FC, lo claro fue el lejano tercer lugar de Roberto Madrazo (excluido de la reseña anterior en obviedad de tiempo). Así pasó con los ejercicios de las dos empresas televisoras, los tres del IFE, los de otras encuestadoras. Hubo un ganador el 2 de julio del 2006. Los resultados de las encuestas de salida y conteos rápidos anticipaban que tampoco el PREP lograría identificarlo. Habría que esperar a que el IFE concluyera el cómputo distrital, y luego el TRIFE se pronunciara al respecto una vez resueltas las impugnaciones que surgieran.

Ya no me meto a todo lo sucedido después del 2 de julio del 2006. Pero sí intento contestar algunas de las preguntas pendientes.

According to our prevalent election rules and regulations, Felipe Calderón did win the election, really.

Al gremio le fue bien, dio cabal cuenta de lo difícil de la campaña y lo cerrado que sería la jornada electoral.

El IFE se desgastó no por deficiencias operativas en la organización de la jornada electoral, fue por falta de definición clara y contundente a lo largo de la campaña, el día de la elección y en el debate post-electoral.

Si acaso el Peje era indestructible desde fuera, si fue autodestructible, y en ello se empecinó.

No, I can not imagine Mexico following the footsteps of Venezuela with Chavez even if AMLO had won.

No se hizo el voto por voto casilla por casilla apegándose estrictamente a norma, pero quizá hubiese sido mejor conceder. No creo que hubiera variado el resultado del ganador.

I'm confident in Mexico's economic perspectives, both in the short run and in the long term.

Sorpresivamente el PRI va bien en la Cámara de Diputados y en el Senado, está siendo el fiel de la balanza y en general de manera responsable. En la elección de Presidente del CEN se ve fuerte a Beatriz Paredes, y pienso que ella trabajaría bien con el nuevo gobierno y los otros partidos.

Of course it's safe to travel to Mexico. Though different, safety risks don't differ much from those in the USA in large urban areas or small towns.

Hay visos de que el Congreso sí está dispuesto a trabajar para el bien de México, si no en todo, sí en un número relevante de iniciativas importantes.

No, the drug lords, though very powerful, are not running Mexico. Recognition of this problem is increasing by the day and this is a first step to stop it's growth and then reduce it's presence.

And no, as of today (and even January 2007 as I write this) Fox is not missed, not in the "red", "brown" or "green" circles.