

## DRESSER

Se posiciona la marca. Todo con tal de que regrese el poder. Alianzas entre el guapo y los corruptos. El “golden boy” es actor de un espectáculo muy bien producido.

# Modelo bombón

DENISE DRESSER

El copete acicalado. La sonrisa diamantina. La novia famosa. El gobierno dadivoso. La publicidad omnipresente. La pantalla alquilada. La alianza del guapo y los corruptos. Los componentes centrales del modelo de competencia política que el PRI construye y con el cual logra ganar. Los ingredientes fundamentales de la estrategia que el PRI despliega y con la cual logra arrasar. Una ecuación cuidada, perfectamente planeada: cara bonita + dinero + televisoras + publicidad + PRI dinosáurico = triunfo electoral. Una fórmula concebida en el estado de México y ahora instrumentada exitosamente a nivel nacional. Una fórmula patentada por los artífices de la “experiencia probada”, en busca de algo que puedan vender como “nueva actitud”. El modelo bombón. El modelo *golden boy*. El modelo Peña Nieto.

Con resultados a la vista y confirmados en esta elección. Distrito tras distrito, presidencia municipal tras presidencia municipal, diputación tras diputación, estado tras estado. Corredores azules que se vuelven tricolores; bastiones panistas que pasan a manos priistas; territorios del PRD que dejan de serlo. Guadalajara y Zapopan y Cuernavaca y Toluca y Ecatepec y Tlalnepantla y Atizapán y Naucalpan. Tan sólo en el estado de México, el triunfo en 40 de 45 distritos electorales. El PRI, beneficiario del voto de castigo por una eco-

nomía que se contrae más del 7 por ciento. El PRI, beneficiario de la inseguridad que la popularidad presidencial no logra remediar. El PRI, beneficiario de un PRD que se devora a sí mismo y un PAN que se traiciona a sí mismo. Pero más importante aun, el PRI beneficiario de la mejor inversión que ha hecho en tiempos recientes: la campaña publicitaria permanente que lleva a miles de mujeres a exclamar –en mítines de campaña– “Peña Nieto bombón, te quiero en mi colchón”.

El Astro boy de Atlacomulco, una criatura concebida por la dinastía política más importante del país que ahora busca dominarlo de nuevo. El político Potemkin, producto de un entramado de intereses políticos y empresariales que combina la modernidad mediática para llegar al poder, con los

viejos métodos para ejercerlo. El mexiquense metrosexual construido con carretadas de dinero: por lo menos 3 mil 500 millones de pesos en cuatro años de autopromoción mediática descritos por Jenaro Villamil en su nuevo libro *Si yo fuera presidente: el reality show de Peña Nieto*. El posible candidato presidencial, seleccionado, asesorado y adiestrado por personajes como Arturo Montiel y Alfredo del Mazo y Carlos Salinas de Gortari y ejecutivos de Televisa y muchas manos más que peinan el copete. Venden el producto. Posicionan la marca.

Enrique Peña Nieto, emulando a diario la estrategia salinista basada en la inauguración de grandes obras y el cumplimiento de pequeños compromisos. Promocionando a diario la lista de libramientos construidos, tractores regalados, apoyos económicos entregados. Ejemplo de lo que Octavio Paz llamó el “Ogro Filantrópico”; ese Estado que no construye ciudadanos sino perpetúa clientelas. Millones de mexicanos educados para vivir con la mano extendi-



Fecha <b>13.07.2009</b>	Sección <b>Primera</b>	Página <b>19</b>
----------------------------	---------------------------	---------------------

da, parados en la cola, esperando la próxima dádiva del próximo político. Como los 9 mil que se aprestaron a celebrar el cumpleaños de Mario Marín hace unos días y los 200 que hicieron cola para abrazarlo. Como aquellos para quienes la corrupción se vale cuando es compartida. Como aquellos que volvieron a votar por el PRI en el estado de México, a pesar de las marrullerías de Arturo Montiel y las marometas llevadas a cabo por su sucesor para encubrirlo.

Enrique Peña Nieto, actor de un espectáculo continuo, perfectamente producido, escenificado y actuado en la pantalla más grande del país. El candidato de "El Canal de las Estrellas" que hasta novia le consiguió. El candidato que las televisoras hacen suyo y se encargan de edificar. Con promoción política disfrazada de infomercial; con paquetes publicitarios que incluyen la compra de entrevistas en los principales noticieros; con la cobertura de un romance que recibe más atención que la guerra contra el

narcotráfico; con el silencio televisivo que se guarda sobre el caso de Atenco o los feminicidios en el estado de México o cualquier tema controvertido que podría evidenciar las fauces del joven dinosaurio. Hay

un Plan de Trabajo que Televisa ha puesto en marcha y cuyas instrucciones Peña Nieto sigue al pie de la letra: te doy la pantalla desde la cual propulsarte y me das una presidencia a la medida de mis intereses. Un trueque permanente de favores, dinero, gestión política a cambio de impunidad y promoción mediática.

Como advierte Julio Scherer García, la fórmula Peña Nieto es sencilla: comprar el tiempo en la televisión, corromper y corromper, mentir y mentir, aprender que a los aprendices se les puede y debe aprovechar. Todo para apoyar al joven muñeco, atractivo por su presencia física, a costa de la inteligencia y la pulcritud moral. Todo para que el poder regrese a las manos de la mafia. Todo para que el PRI vuelva a Los Pinos.