

Fecha 26.05.2009	Sección Primera-Nacional	Página 8
----------------------------	------------------------------------	--------------------



El misterio de Chigurh

El objetivo de la “contracampaña” de los “halcones del tri” es debilitar el principal activo que tiene el PAN: el Presidente.

El enredo crece. La sospecha de los duros del PRI es que hay “amarres” de **Beatriz Paredes** con su “amigo” el presidente **Calderón**. Ese es el fondo del asunto. Por eso desoyeron las recomendaciones de prudencia de la jefa nacional e iniciaron la “contracampaña” en el mismo medio en el que *germancito.com* le declaró la guerra al tricolor: internet.

El sábado les adelantamos en este espacio lo que se venía. La utilización de todos los medios legales —y no tanto— para responder a los ataques del PAN que han vinculado al PRI con el narco, la inmoralidad y la corrupción. El objetivo de la “contracampaña” de los “halcones del tri” es debilitar el principal activo que tiene Acción Nacional: el Presidente de la República.

En el carril de **Beatriz**, a quien los duros del tricolor “no ven ni escuchan” en sus recomendaciones de “no caer en la provocación”, también hay movimiento. Su representante ante el IFE, **Sebastián Lerdo de Tejada**, solicitó a las autoridades electorales que se prohíba el uso del concepto de que hay que votar por el PAN para apoyar al Presidente de la República. En otras palabras, piden que se retiren del aire los *spots* de **Iridia Salazar** y **El Místico** que difunden ese mensaje. Si no lo pelan en el IFE, como ya ha sucedido, se irá al TEPJF “y apuesto 100 pesos a que la gano”.

Lerdo, por lo demás, asevera que es “absolutamente falsa” la versión de que **Paredes** ya pactó con **Felipe**. Explica que las sospechas de los duros del tricolor tienen sobre la conducta de su jefa, se deben al “clima de polarización” derivado de la diferencia de criterios para responderle a *germancito.com*.

A **Felipe** ya le tiraron el primer golpe. En la famo-

A Felipe ya le tiraron el primer golpe. En YouTube hay un video que cuestiona el papel que jugó durante la crisis sanitaria.

Continúa en siguiente hoja



Fecha 26.05.2009	Sección Primera-Nacional	Página 8
----------------------------	------------------------------------	--------------------

sísima página de YouTube hay un video que cuestiona el papel que jugó durante la crisis sanitaria ocasionada por el virus de la influenza humana. El video está firmado por *Anton Chigurh*, nombre de guerra del “consultor” recién contratado por los duros del PRI para la contracampaña. Dicen que es más duro y que cobra más caro que **Antonio Solá**, su equivalente en el PAN.

No sabemos a quién se le ocurrió bautizar al estratega con ese nombre. **Pascal Beltrán del Río**, director de **Excelsior**, recordó en su dominical columna que es un personaje de la película *Sin lugar para los débiles*, de los hermanos **Coen**. Basta con una visita a Google para darnos cuenta de la calidad del personaje: “Anton Chigurh personifica la violencia y la muerte”, dice Wikipedia.

En el CEN del PAN se discutieron el pasado domingo las razones del PRI para bautizar con ese nombre al consultor. “La conclusión que sacamos es que se están proyectando”, dijo **Héctor Villarreal**, vocero del azul, quien, irónico, se pregunta si *Chigurh* irá a ser “candidato” a la dirigencia del tricolor.

En la página del PAN, por cierto, acusan ya a **Enrique Peña Nieto** de haber contratado al singular estratega.

El portavoz vaticinó que el video del misterioso consultor se le revertirá al PRI. “Las organizaciones internacionales vinculadas con la salud han aplaudido las medidas que se tomaron para controlar el virus. ¿Las van a descalificar también? No entiendo por qué *Chigurh* les cobra tan cara una producción que se puede hacer con tres pesos”, dijo, con desdén.

■ Por lo pronto, *Chigurh* ya anunció que el próximo video que se dará a conocer “dejará mudo” a **Germán Martínez**, dirigente nacional del PAN. La reacción se produjo luego de que el panista calificara la contracampaña como “una pobre respuesta”.

En un mensaje enviado masivamente por internet, el “estratega” del PRI responde a los cuestionamientos del PAN, en el sentido de que los patrocinadores de la contracampaña no dan la cara. “Mis clientes priistas firmarán mis videos cuando **Felipe Calderón** firme los de **Germán Martínez**”, dice.

■ El dato fue solicitado por el PAN del Edomex al Instituto Mexiquense de Acceso a la Información. La campaña que hizo la famosísima **Lucero** para el gobierno de **Enrique Peña Nieto**, proyectada en las pantallas entre el 16 de febrero y el 30 de abril, tuvo un costo de 66 millones 235 mil 352 pesos. “El dinero es del erario, la producción fue obsequio de los ‘poderes fácticos’,” aseguran los panistas.

<http://panchogarfas.blogspot.com>