

# Fox, ¿ahora, escuela para políticos?

JORGE CAMIL

“**A**quí puede venir el panista, el priísta, el perredista, el verde ecologista”, ofreció orgulloso y dicharachero Vicente Fox, como si estuviera ofreciendo frutas y legumbres en un mercado al aire libre. Se refería al Centro Fox, donde en este año electoral se inaugura el primer curso de *marketing* político denominado *Una campaña exitosa*. Al leer “*marketing* político” sabemos de inmediato que la ideología brillará por su ausencia. Estamos frente a un hombre que continúa obnubilado por el pragmatismo a la americana. El *time is money*, donde el propósito es ganar con verborrea y frases hechas. Así ganó la Presidencia. Nos atiborró de alimañas, tepocatas y víboras prietas, con la promesa de instalar un gobierno democrático. Todos recordamos la promesa de resolver el conflicto de Chiapas en 15 minutos.

Bueno, pues ahora este mismo hablador promete convertir en políticos ganadores a los aspirantes a puestos públicos en 2009. Todo en *fast track*, “con un día de entrenamiento intensivo”. ¡Como si se tratara de aprender a hacer enchiladas por televisión! Es obvio que el cocacolero sigue vendiendo, sólo que ahora vende “consejos electorales”.

Así continúa su próspera sociedad con Rob Allyn, el publirrelacionista texano que se jacta de haberlo llevado a la Presidencia, a la vez que aprovecha esa relación para promover las operaciones de sus clientes comerciales en México. Cada aspirante a diputado, presidente municipal o gobernador que tome el curso será un cliente en potencia. Una de las materias ofrecidas, “¿cómo manejar la imagen pública?”, delata el estilo de Allyn, verdadero autor de las “memorias” de Fox. Quienes las hayan leído saben que el libro tuvo tres fines comerciales: vender entre los directores de las principales multinacionales que operan en México una historia distorsionada de la supuesta transición mexicana hacia la democracia. (El libro es, decía yo, en un artículo titulado “Fox: historias de vaqueros” (*La Jornada*, 19/10/07), “una historia escrita para gringos, en la que aparecen caricaturas de México y de nuestro sistema político”.) El segundo propósito era presentar al mundo empresarial de Estados Unidos, tan proclive a premiar la audacia y el éxito, la “sorprendente” historia del granjerito que subió de repartidor a presidente de Coca-Cola, y que después derrocó a una de las más largas y siniestras dictaduras del siglo XX: un típico relato hollywoodense (Luke Skywalker derrotando a Darth Vader). El tercer objetivo era el más sencillo, pero el más peligroso: vender a incautos lectores extranjeros su coyuntural victoria electoral como una auténtica transición a la democracia. Entre extranjeros que desconocían nuestro entorno político en 2000 era fácil vender gato por liebre: alternancia por democracia.

El tipo no tiene remedio. Es obvio que sufre de protagonismo incurable. Ofrece compartir en el programa “secretos prácticos”. ¿Será en este módulo donde enseñará a hacer orejas de burro con las boletas electorales de 2009? ¿O quizá en el que revelará cómo darle la vuelta a la ley para fundar una asociación paralela al partido (¿recuerda Los Amigos de Fox?). Vendrán maestros de la Universidad George Washington (¿con lo que éstos saben de política nacional!) Él, por supuesto, ofrece impartir una clase. ¿Lo hará al almión con Martita, como en las “conferencias magistrales” que, instigados por



Continúa en siguiente hoja

Fecha <b>06.03.2009</b>	Sección <b>Opinión</b>	Página <b>22</b>
----------------------------	---------------------------	---------------------

Rob Allyn, impartieron en pueblos rabones de Texas y California para promover las "memorias"?

La campaña, el libro, y ahora los cursos de capacitación política, muestran a un Fox manipulado por Allyn; el hombre que arrastró al ex presidente por Estados Unidos para impartir conferencias, conceder entrevistas frente a medios electrónicos hostiles y firmar copias del libro en centros comerciales. Como el hombre propone y Dios dispone, la promoción del libro coincidió con las revelaciones de los negocios de Marta y su prole, y la falta de honradez de Fox. Así fue como presenciamos la patética imagen de un ex presidente intentando justificar su gestión frente a imberbes periodistas de CNN que lo acusaban de corrupción. "No Claudia (Palacios) no es cierto. Déjalos que investiguen, déjalos" (hablando del *jeep* rojo). Y después llamando en televisión "vulgar y pobre imbécil" al conductor de Telemundo que le preguntó sobre las propiedades de Marta Sahagún, mientras su manejador le gritaba imperioso tras bambalinas: "¡Vicente, tenemos que irnos!"

La imagen de un Fox manipulado no es ninguna novedad. Basta comparar al sencillo ranchero de Guanajuato antes y después de la boda, y después de las joyas y los vestidos de firma; antes y después de las ridículas aspiraciones presidenciales de Marta Sahagún; antes y después de las revistas del corazón, y de la anulación del matrimonio en la Rota.

Con el triste estado que guarda la política nacional, yo les recomendaría a los estudiantes de Fox que mejor se matriculen en la licenciatura para Payasos que ofrece la Universidad Mesoamericana de Puebla. Quedarían mejor preparados para triunfar en el cada día más insólito mundo de nuestra partidocracia. ■

[www.jorgecamil.com](http://www.jorgecamil.com)