



PAN: una campaña presidencial

Ahora aplican la venganza como sinónimo de justicia. **Florestán**

El *modus operandi* de la campaña electoral del PAN representa un cambio fundamental en la manera de hacer política en México.

En el priato, los presidentes de la República hacían campaña por sus candidatos, convirtiendo el proceso en algo inequitativo.

El método fue adoptado por Vicente Fox, como muchos otros recursos priistas que había condenado como candidato y aplicó como Presidente de la República.

Su intervención en los procesos de 2003 y 2006 fue obscena.

En la intermedia de su gobierno, hace seis años, lanzó una intensa campaña a favor de los candidatos de su partido a la Cámara de Diputados, y no le fue bien: logró apenas 151 curules en San Lázaro; tres años después, en 2006, el PAN sumó 206 y se convirtió en la primera fuerza política.

Ahora, el PAN, y sin duda Felipe Calderón, invirtieron esa estrategia y en lugar de que el Presidente hiciera campaña por los candidatos de su partido, su partido la está haciendo por el Presidente, en una operación que busca montarse en el reconocimiento de Calderón que, bien o mal, es superior al de los partidos y sus candidatos, juntos.

Por eso, los *spots* panistas se centran en el elogio del Presidente y no en las prendas del partido, y menos de sus candidatos.

¿Ha escuchado, por ejemplo, alguno que hable del paso de Josefina Vázquez Mota por la SEP o antes por Sedesol con Fox? ¿O alguno

que recuerde el de Francisco Ramírez Acuña por el gobierno de Jalisco o la Secretaría de Gobernación? ¿O de César Nava por la dirección jurídica de Pemex o la secretaría privada de Los Pinos?

Nada. Ni una palabra. No hay de dónde.

La campaña del PAN está centrada en la política presidencial en materia de combate al crimen organizado y asuntos económicos. En concordancia, el discurso Calderón va en línea con los *spots* panistas.

Y ni por eso la oposición priista ha subido al Presidente de la República a la pugna electoral.

Veremos el día 6 a quién le redituó esa estrategia. Si al PAN o al PRI.

Retales

1. CEMEX. Cemex vendió los activos australianos de Rinker, que compró en 2007, manteniendo los de Estados Unidos, que son la mayoría de sus operaciones. Sólo se deshizo de una pequeña parte de Rinker;

2. SCT. Juan Molinar revisa una y otra vez la actuación de su director jurídico, Gerardo Sánchez Henkel, heredado de la administración Téllez. A algunos no les gusta su protagonismo, otros afirman que es necesario ante el diluvio que se les viene; y

3. FALSO. Dice López Obrador que se manipularon las escenas de la imposición de su pelele, *Juanito*, en Iztapalapa. Falso. El video sólo reflejó lo que allí sucedió. Lo que pasa es que, como a la mayoría de los mexicanos, López Obrador al verlo no se gustó y por eso culpa e insulta al emisario. Nada nuevo.

Nos vemos mañana, pero en privado. ■■
lopezdoriga@milenio.com

