



Agosto - Septiembre  
2005

## Laberinto Azul



Número Actual

Números Anteriores

Editorial

Sitios de Interés

Novedades

Ediciones



Carr. Lago de  
Guadalupe Km. 3.5,  
Atizapán de Zaragoza  
Estado de México.

Tels. (52)(55) 58645613  
Fax. (52)(55) 58645613

Por *Octavio Islas*

Número 46

### El desvanecimiento de la "transición democrática"

Para atajar incómodos cuestionamientos relativos al objetable desempeño del "gobierno del cambio", y tras la sucesión de derrotas que ha conseguido acumular el Partido Acción Nacional (PAN) desde las llamadas "elecciones intermedias" (2003), la dirigencia del partido blanquiazul parece haber definido el "mensaje clave" que podría contribuir a garantizar la indispensable cohesión interna que requiere Acción Nacional para enfrentar los próximos comicios presidenciales: "la tesis del cambio inconcluso". De acuerdo con el referido concepto, seis años no bastan para edificar el "Nuevo México Democrático". Por tal motivo, en el 2006 Acción Nacional está emplazado a repetir el triunfo presidencial:

Pues la tarea del cambio político aún está inconclusa. Seis años no son ni serán suficientes para hacer eficaz la democracia, limpiar la vida pública de México, lograr el equilibrio pleno de los Poderes de la Unión, devolver a las instituciones públicas su vocación de servir a los ciudadanos y consolidar un gobierno humanista que afiance el Bien Común como sustento de convivencia social, superando el riesgo de regresión demagógica y autoritaria<sup>1</sup>.

El optimismo que en filas panistas consigue despertar la citada tesis, por ahora pospondrá la dura y penosa autocrítica que habrán de emprender directivos y militantes del partido blanquiazul después de los comicios presidenciales. El PAN seguramente perderá la presidencia de la República. -vale la pena cuestionarse si acaso algún día la ocupó-, y tendrá que definir su posición como partido opositor. Quizá la verdadera vocación del PAN sea jugar el papel de "oposición leal".

Una grave crisis de identidad abruma al instituto político que con más ideales que recursos fundó don Manuel Gómez Morín. La evidente devaluación que ha registrado la reputación del partido blanquiazul, particularmente en años recientes, obedece al progresivo abandono de sus principios de doctrina. En la ruta por el poder, Acción Nacional se volvió entidad pragmática, distante de ideario y principios. La perversa comodidad presupuestal consiguió transformar a los "místicos del voto" en políticos profesionales. Para colmo, connotados miembros de organizaciones ultraderechistas consiguieron ingresar en Acción Nacional hasta ocupar posiciones estratégicas en la dirigencia del partido y en el gabinete del presidente Vicente Fox.

### Propaganda *light* para el consumo de la sociedad del espectáculo

El oportunismo de la señora Marta Sahún y las costosas y arrogantes campañas *light* de Santiago Creel Miranda, Felipe Calderón Hinojosa -particularmente-, y la incipiente campaña de Alberto Cárdenas Jiménez, revelan la evidente crisis de identidad por la que atraviesa el PAN.

El esfuerzo propagandístico que despliegan los precandidatos del PAN de ninguna manera contribuye a estimular el esfuerzo

reflexivo de la ciudadanía. Los mensajes parecen destinados a pasivos consumidores de la "sociedad del espectáculo". Subordinados a la hegemonía del *rating* y evidenciando un abierto temor por el debate y la argumentación, en los spots de televisión los precandidatos del PAN deliberadamente omiten su militancia en el partido blanquiazul.

Las frases propagandísticas de los precandidatos de Acción Nacional se confunden en el laberinto retórico de promesas que expresan los precandidatos de otros partidos políticos. ¿Quién es capaz de advertir mínimas diferencias conceptuales en los mensajes de Enrique Jackson y Felipe Calderón? En el fondo ambos precandidatos coinciden en fórmulas electores de "mano firme y pasión por México. ¿Cómo distinguirlos?

Si efectivamente es muy poco lo que puede decirse en comerciales de televisión de veinte segundos de duración -como sostiene el precandidato Felipe Calderón-. ¿Entonces cuál es el sentido de gastar tanto dinero en propaganda televisiva?<sup>2</sup>. Si a Felipe Calderón en realidad le interesa distinguirse de Santiago Creel, bien podría optar por renunciar al despilfarro de la espiral propagandística de tiempos y espacios en radio y televisión. Procediendo de esa manera establecería un importante referente que marcaría una significativa diferencia respecto al derroche que representa la precampaña de Santiago Creel.

Santiago Creel  
"¡Yo elijo al mejor! Santiago. Precandidato a Presidente".

Santiago Creel Miranda, quien no precisamente es reconocido como panista por convicción política, es el precandidato del partido blanquiazul que más dinero ha gastado en anuncios en radio y televisión como en consultores de imagen pública.

Dada la inexistencia de una ley que regule el origen y monto de los recursos destinados al desarrollo de las precampañas, en tan sólo un mes el "primer secretario de Gobernación del Nuevo México Democrático" destinó más de 23 millones de pesos en la promoción de su imagen pública. Sin embargo, de acuerdo con *El Universal*, el valor comercial de los espacios contratados por Creel en realidad asciende a más de 100 millones de pesos<sup>3</sup>.

Es posible identificar algunos rasgos distintivos de la personalidad de Santiago Creel en sus video spots como en su sitio web. En el video spot "Mayoría", Creel evita establecer contacto visual con la cámara. El televidente simplemente es testigo del monólogo que dicta el "primer secretario de Gobernación del Nuevo México Democrático", quien revela "de forma espontánea" algunas de las razones por las que desea ser presidente de México. ¿A quién se dirige Santiago Creel? El mensaje parece destinado al selecto núcleo de mexicanos que Manuel Buendía designó como *barones de la democracia*.

En el sitio web de Santiago Creel <<http://www.panistasconsantiago.org>> es posible advertir su clara obsesión por gozar de una positiva imagen pública. Véase el apartado "Identidad Gráfica", por ejemplo. En la escueta información que ofrece el referido sitio web, abundan frases optimistas y desproporcionados calificativos: (Creel) "Garantiza que el PAN repita el triunfo presidencial en 2006, "es el más preparado", "es prudente", "es un estadista", "es honesto".

Si en su desempeño como "Primer Secretario de Gobernación del Nuevo México Democrático", Santiago Creel asumía con naturalidad evidentes contradicciones, la misma norma es posible advertir en su sitio web. El contenido de la sección "Sospechoso", por ejemplo, representa la rotunda negación de las tesis incluidas en el apartado "Ideas Fuerza". Si en su gestión como titular de la Secretaría de Gobernación del Nuevo México Democrático", Santiago Creel se distinguió por resolver los asuntos a medias, su sitio web se ajusta perfectamente a la misma norma de conducta. El domingo 31 de

julio aparecían en construcción las secciones "Únete a la red", "Participa", "Propuesta a México".

Archivos multimedia

[Manual de identidad gráfica de Santiago Creel \(PDF\)](#).

Spots de televisión (WMV)

[Versión 1](#)

[Versión 2](#)

[Versión 3](#)

Felipe Calderón

"Mano Firme. Pasión por México".

En los video spots de campaña, Felipe Calderón sonríe como *cualquier mexicano* dispuesto a contagiarnos de su "pasión por México", y para que no quede duda alguna de su sencillez, en el sitio web de Felipe Calderón <<http://www.felipe-calderon.org/>>, el precandidato predilecto de la aristocracia panista permite "bajar de la Red" el tema musical de su campaña, en versiones original, pop, cumbia, salsa y banda. Felipe Calderón bien podría haber adoptado el lema de campaña que utilizó la misteriosa Yeidckol Polevnsky Gurwitz: "alguien como tú".

El sitio web de Felipe Calderón rinde tributo a la mercadotecnia política. La doctrina del partido y su propuesta de gobierno representan temas secundarios. Destaca, en cambio, una interesante liga que remite a la "Tienda Virtual", en la cual es posible adquirir llaveros metálicos con la silueta de Felipe Calderón, brazaletes azules "mano firme pasión por México", brazaletes amarillos "mano firme pasión por México", frisbees, e inclusive permite realizar donaciones a la precampaña de Calderón. Ignoramos si Transparencia Mexicana efectivamente conozca la existencia del referido tendajón virtual y le supervise.

El apartado "Promocionales" admite estrechas semejanzas con la sección "Identidad Gráfica" del sitio web de Santiago Creel. En los hechos Felipe Calderón y Santiago Creel rinden culto a la mercadotecnia de la imagen. ¿Cómo distinguirles? Si reparamos en el caso de Felipe Calderón, el narcisismo representa privilegio de origen y de sangre -azul, por supuesto-. Sólo ello le distingue de Creel.

Archivos multimedia:

[El reto de México \(PDF\)](#).

[Estado de derecho y desarrollo humano sustentable \(PDF\)](#).

[Manual de identidad gráfica de Felipe Calderón \(PDF\)](#).

Tema de campaña de Felipe Calderon (WMA)

[Versión banda](#)

[Versión cumbia](#)

[Versión original](#)

[Versión pop](#)

Imágenes de la tienda virtual de Felipe Calderón

[1](#)

[2](#)

[3](#)

Video promocional (WMV)

[Versión 1](#)

[Versión 2](#)

[Versión 3](#)

Alberto Cárdenas Jiménez

"Con el corazón por delante".

Alberto Cárdenas Jiménez nació el 4 de abril de 1958 en Zapotlán El Grande (antes Ciudad Guzmán), Jalisco, tierra donde su piel y su alma se curtieron a golpe de sol, aire y dedicación: alternaba la ardua labor de cultivar la tierra con los estudios, hasta que se tituló como ingeniero industrial en el Instituto Tecnológico de Ciudad Guzmán<sup>4</sup>.

Alberto Cárdenas Jiménez, ex gobernador de Jalisco, sería el perfecto candidato de don Joaquín Pardavé en su clásica interpretación de don Susanita Peñafiel, pues sintetiza los nostálgicos ideales del México rural y del tiempo del movimiento cristero.

Alberto Cárdenas mantiene dos sitios web:

<<http://www.albertocardenas.org>> y <<http://www.albertocardenas.org.mx>> El primero parece abandonado y debería ser retirado de Internet. En el segundo sitio destacan dos apartados: trayectoria y pensamiento. Estas son algunas de las tesis consignadas en el apartado pensamiento:

**Democracia:**

Hay quienes piensan que la democracia es continuar con todas las componendas, convenios o canonjías que el sistema del siglo XX propició; otros creen que democracia es estirar la cuerda al límite, queriendo poner de rodillas a la contraparte en cada problema. Muchos más, creemos que la democracia es participar permanentemente en cada tarea que demande el país y la sociedad. La democracia no es sólo ir a votar y dejar suelto al gobierno; requiere que los ciudadanos nos peguemos con el mismo gobierno y con sus funcionarios en cada acción, en cada presupuesto, para que nuestra democracia dé ese tirón definitivo".

**Participación:**

La participación en todos los ámbitos es fundamental, desde corresponsabilizarse en no tirar basura para mantener un país limpio, hasta la exigencia del cumplimiento de metas y promesas a los políticos y gobernantes de todos los partidos". En sus video spots, Alberto Cárdenas adopta el tono de dirigente agrario y su interpretación definitivamente resulta tan desafortunada como poco convincente. Cárdenas definitivamente no tiene posibilidad de ganar la contienda interna en el blanquiazul.

### **La del estribo...**

A Manuel Espino Barrientos –presidente del CEN del PAN y connotado miembro de la ultraderechista organización "El Yunque"-, se le atribuye haber afirmado que era preferible perder la Presidencia de la República que perder el partido.

El riesgo, sin embargo, es perder la Presidencia de la República y perder también el partido... Ello no debe ocurrir. La contribución del PAN al desarrollo de nuestra aún incipiente democracia admite ser considerada trascendental y generosa. Sólo los panistas podrán rectificar el rumbo perdido.

---

### **Notas:**

<sup>1</sup> En <<http://www.panistasconsantiago.org>> (¿Qué partido queremos?). Fecha de consulta: 30 de julio, 2005.

<sup>2</sup> Ricardo Gómez: "Calderón no quiere parecerse a Creel. En *Diario Monitor*. Martes 26 de julio de 2005, p. 4 A.

<sup>3</sup> Carlos Tello Díaz: "El Despilfarro". En *Proceso*, número 1500, 31 de julio de 2005, p.67.

<sup>4</sup> En <<http://www.albertocardenas.org.mx/web/>> (Trayectoria). Fecha de consulta: 30 de julio, 2005.

---

Dr. Octavio Islas

Director de Proyecto Internet -Cátedra de Comunicación Estratégica y  
Cibercultura del Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México, México.