Messico, inizia la Telecracia peñista

Data: Invalid Date | Autore: Andrea Intonti



CITTÀ DEL MESSICO (MESSICO), 15 LUGLIO 2012 -Seconda parte del nostro approfondimento sul nuovo presidente del Messico. La prima parte è stata pubblicata ieri.

L'intesa degli ex (presidenti). Vicente Fox e Carlos Salinas de Gortari. Presidenti di schieramenti opposti che oggi si ritrovano nel ruolo di principali sponsor politici di Peña Nieto. È proprio l'eredità di Salinas – Presidente della Repubblica dal 1988 al 1994 – che, dicono vari commentatori, dovrà essere raccolta dal nuovo presidente. Tra questi Carlos Navarrete Ruiz, presidente del Senato della Repubblica, secondo il quale proprio Salinas – noto più per gli scandali e i sospetti di connivenza con i cartelli che per il proprio operato - è il vero coordinatore della campagna elettorale che ha portato il giovane avvocato allo scranno più alto del potere politico messicano.

Il "tradimento" di Vicente Fox, in accordo con quanto scoperto dalla già citata Anabel Hernández, è maturato quando il presidente Calderón ha riaperto – tra agosto e settembre dello scorso anno – un'indagine nei confronti della "*Fundación Vamos México*", diretta dalla moglie di Fox, Marta Sahagún. Ai due vengono contestati soprattutto l'illecito arricchimento attraverso la fondazione, atti di corruzione, nonché il traffico di influenze praticato dalla ex primera dama. I rapporti tra Fox e Peña Nieto, comunque, vengono assicurati fin dai tempi della presidenza dell'Estado de México di quest'ultimo attraverso il Centro Fox, del quale all'epoca il neo-presidente era uno dei clienti principali per i corsi – milionari – organizzati dal centro per l'amministrazione pubblica. «Il livello e la quantità dei corsi, nonché le persone che vi partecipavano non giustificavano la grande quantità di denaro che il governo dell'Estado de México pagava», racconta una fonte consultata dalla Hernández per *Reporte Indigo*. L'ex presidente si è difeso sostenendo che il suo appoggio al Pri non può

considerarsi un appoggio vero e proprio in quanto la consulenza data al partito «non è fatta come persona fisica».[MORE]

El Chapo vota Pri?Per dare fin da subito l'idea del "nuovo", Peña Nieto ha specificato che la sua Amministrazione vedrà nell'economia e nel lavoro i due punti di maggior importanza. Immediatamente dopo, ma comunque su un gradino inferiore, la lotta ai cartelli della droga. Questo avrà fatto tremare i polsi a qualche vecchio elettore – di qualunque estrazione e partito – memore di quel Partido Revolucionario che fu al governo per 70 anni tra corruzione e patti con i narcos, verso i quali, ha assicurato Peña Nieto, non ci saranno «né patti, né tregue». «Arrestare i boss non è più la nostra priorità in sé» - ha annunciato il neo-presidente - «abbiamo poche risorse e dobbiamo scegliere dove indirizzarle».

Vallo a spiegare ai cartelli, in particolare al Cártel de Sinaloa (fino ad ora protetto dal governo), quello di Juárez, i Beltrán-Leyva e gli Zetas che nel cosiddetto "triangolo dorato" degli Stati di Chihuahua, Durango e Sinaloa sono arrivati quasi ad unire le proprie forze pur di portare voti al Partito rivoluzionario. Come? Niente di più semplice: «Se vince il PAN o se voti il PAN, ti bruciamo casa e facciamo soffrire la tua famiglia» è stato il loro slogan scelto per lo Stato di Chihuahua. Nello Stato di Durango hanno minacciato di morte i candidati degli altri partiti, mentre a Sinaloa hanno bloccato le strade facendo passare solo quelli del Pri e dell'Istituto Federale Elettorale (IFE).

I cittadini messicani, quindi, possono tornare a fare sonni (poco)tranquilli. Tagliente il commento di Rubén Luengas, giornalista di Telemundo: «Dire che il denaro dei narcos non è coinvolto in questa campagna è come dire che Mickey Mouse non è coinvolto in Disneylandia»

Telecracia peñista. Alle notti insonni dei cittadini, comunque, ci penserà Televisa, il più importante tra gli spin doctor utilizzato da Peña Nieto (o forse è Peña Nieto ad essere il politico più importante nelle mani di Televisa).

Al di là del "chi gestisce chi", comunque, quel che è certo è che i rapporti tra il neo-presidente e la prima televisione messicana sono noti già da tempo. Nel 2005, infatti, il settimanale Proceso uscì con un'inchiesta in merito (all'epoca Peña Nieto era governatore dell'Estado de México), nella quale si portavano le prove dei rapporti tra l'Estado de México, Tv Promo, di proprietà di un dirigente di Televisa, Alejandro Quintero, e Radar Servicios Especializados (entrambe concessionarie del Grupo Televisa) nel quale si parla esplicitamente di una campagna globale per proiettare Peña Nieto come candidato alla Presidenza della Repubblica (qui e qui).
Poche settimane fa il quotidiano britannico The Guardian ha dedicato più di un articolo alla vicenda, portando a conoscenza dei lettori non solo quanto già scriveva la rivista messicana, ma anche che una "unità segreta" del network televisivo ha creato e finanziato una campagna in favore di Peña Nieto e contro Andrés Manuel Lopez Obrador, da sempre descritto dalla televisione come un "sovvertitore dell'ordine messicano". Costo dell'operazione, per Peña Nieto, 742 milioni di pesos (circa 55 milioni di dollari) di cui solo 691 milioni (51) per spot e per l'acquisto di spazio nei notiziari e nei programmi di spettacolo. Tra i vari punti della "Proposta di lavoro", come il piano è stato nominato, «la creazione di una campagna istituzionale attraverso spot televisivi nei quali iniziare a quantificare le promesse mantenute ad un certo numero di giorni dal governo. Si propone che questa campagna venga trasmessa maggiormente nei blocchi locali ed in forma più sporadica (quando l'occasione lo permette) a livello nazionale». E ancora, come si può leggere nell'approfondimento che ne fa Jenaro Villamil, Televisa raccomanda la «realizzazione di un avvicinamento tra il governatore ed i principali opinion-leader nei media locali e nazionali, così come verso settori considerati prioritari, in modo tale da stabilire le basi per una relazione positiva tra i media ed il governatore. Durante questo

avvicinamento «consideriamo che valga la pena comunicare[...]lo spirito di vicinanza dell'amministrazione con la gente». Per fare questo, gli obiettivi che Televisa fissa per se stessa sono tre: «mantenere ed accrescere la simpatia e l'approvazione dell'opinione pubblica [verso Peña Nieto, ndr]; generare scenari favorevoli per il lavoro del governatore ed il suo progetto politico-governativo nell'opinione pubblica; promuovere e consolidare il riconoscimento positivo dell'amministrazione 2005-2011 nei due livelli con lanci regionali e nazionali».
È bene ricordare che in Messico, così come in Italia, è proprio la televisione ad essere il principale mezzo di informazione per la cittadinanza, in particolare con il duopolio di Televisa e Tv Azteca.

Tra i grandi sostenitori dell'amministrazione Peña Nieto, inoltre, figurano il gruppo edile GEO, che ha procedimenti in corso in vari Stati del Messico per le pessime condizioni delle case che costruisce nonché Blanca Treviño de la Vega, che fa parte del consiglio di amministrazione della multinazionale Wal-Mart, che in Messico è accusata di corruzione.

La campagna elettorale di Peña Nieto è stata improntata al caratterizzarlo come “l'uomo della provvidenza”, il “nuovo che avanza”. Alla luce di quanto testé scritto, probabilmente, sarebbe più corretto sostenere che il nuovo governo non è altro che una passata di vernice fresca.

(foto: sopitas.com)
Andrea Intonti [http://senorbabylon.blogspot.it/]

Articolo scaricato da www.infooggi.it
https://www.infooggi.it/articolo/messico-inizia-la-telecracia-penista/29357