

Sobre el terremoto en México: El 'reality show' para jodidos y los cleptobarones depredadores

CARLOS FAZIO :: 07/11/2017

El mito de la niña Frida y otras mentiras. ¿El padre Estado se aterró ante la súbita, eficaz y organizada solidaridad de los jóvenes?

En lo que resultó probabilísticamente algo casi increíble, 32 años después otro cataclismo azotó México un 19 de septiembre. Doce días antes, un sismo de 8.2 grados había devastado Chiapas y el Istmo de Tehuantepec. Sendos desastres telúricos provocaron caos, miedo, conmoción y desorientación. También indignación ante el oportunismo demagógico de un presidente Peña Nieto forjado en la cultura de los *celebrities*, y quien como todo hombre de acción, exudando su machismo de ocasión se multiplicó en la emergencia ávido de reflectores y publicidad.

Convertido por sus promotores de imagen en un personaje itinerante con el don de la ubicuidad –como un dios cuasi omnipresente proyectando poder, y como si tuviera todos los hilos del destino de la nación en sus manos para tranquilizar a sus ovejas–, con el correr de las horas y los días Peña Nieto realizó visitas relámpago a distintas zonas destruidas por los sismos, instrumentalizadas como *sets* de filmación reales.

Cada localidad devastada y cada actuación presidencial fueron cuidadosamente estudiadas y planeadas para obtener el mayor impacto del *celebrity* promocionado y como un espectáculo montado para su escenificación mediática. Se vio al mismo Peña Nieto de siempre, sirviéndose y aprovechándose de sectores populares afectados, para la consecución de sus fines privados y potenciar su imagen de *celebrity*; su marca-nombre registrada con sus *ratings* y sus *rankings*.

En esa dramática coyuntura afloró también el instinto de preservación de poder y aumento de utilidades de las televisoras oligopólicas al servicio de la plutocracia, con Televisa a la cabeza. Predecibles, con rigurosa congruencia de clase y conforme a su fría lógica mercantilista, los medios hegemónicos volvieron a concentrar la noticia como maniobra para la manipulación y el control de la (des)información suministrada a la población; para mantener a la chusma a raya (N. Chomsky).

Asimismo, a través de la pedagogía de la idiotización de los jodidos (Emilio *El Tigre* Azcárraga *dixit*, 1993); de la manipulación sistemática de una audiencia masiva aturdida e inerme –atrapada entre la angustia y el estrés agudo producidos por el terremoto y los rumores de réplicas–, buscaron desplazar, ocultar u opacar el papel de una multitud de jóvenes, que en una eclosión biofílica (tras un decenio signado por una sanguinolenta carnicería, crímenes de lesa humanidad, desaparecidos, terror de Estado y atrocidades indescriptibles), desbordaron su solidaridad en las calles de la Ciudad de México. Una vez más, los medios oligopólicos privados sustituyeron la veracidad de la noticia fáctica por el espectáculo (G. Debord, <https://lahaine.org/eT0E>); recurrieron a la espectacularización de la información, que remite a la sociocultura del infoentretenimiento –con su dramatización, su discurso de corte narrativo-emocional y su cuota de ficcionalización– como maquinaria de

desimaginación (H. Giroux). Otros dos objetivos, para nada secundarios, fueron obtener *rating* y maximizar sus utilidades al tope.

Desde la media mañana del 20 de septiembre, millones de telespectadores desconcertados y abúlicos asistieron a otro hecho singular: la eventual complicidad de la televisora de Emilio Azcárraga Jean –principal brazo propagandístico de la plutocracia imbricada con el sistema político mexicano–, en una maquinación o patraña monumental (Carmen Aristegui *dixit*), ajena a todo código de ética y/o protocolos en materia informativa (según el defensor de las audiencias Gabriel Sosa Plata y Artículo 19), señalada por diversos analistas como el montaje de un *reality show*: el caso de la niña *Frida Sofía*. Una *fake new* (noticia falsa) coestelarizada por el tapado más cercano a los afectos del Presidente, el secretario de Educación Pública, Aurelio Nuño, y el almirante José Luis Vergara, oficial mayor de la Secretaría de Marina (cuarto hombre con mando en el organigrama de la institución), brazo de las fuerzas armadas privilegiado por el Pentágono.

Peña, Nuño, Televisa, la militarización de la protección civil por la Marina... y la voracidad de los *cleptobarones* (*robber barons*¹ del capital trasnacional ante el nuevo y lucrativo negocio de la reconstrucción. La poscatástrofe natural, como nueva oportunidad para que empresas depredadoras aprovechen el estado de choque y conmoción, y mientras los damnificados y la población se recuperan del trauma colectivo, se pueda aplicar una nueva versión del capitalismo del desastre y su terapia de choque económico (Naomi Klein), por los perversos fundamentalistas schumpeterianos de la destrucción creativa y el mercado total, que explotarán el tóxico coctel del miedo-desorientación producidos por los sismos en Chiapas y Oaxaca, vía las zonas económicas especiales (ZEE).

Para ello, a una semana del 19/9/17, mientras se profundizaba el mal humor social, Peña Nieto, los banqueros y los empresarios "marca *Forbes*" se pusieron de acuerdo en el uso de los recursos para la reconstrucción, incluidos los millonarios donativos de países y magnates y la ayuda humanitaria de la sociedad civil. La clase capitalista trasnacional vernácula creó el fideicomiso Fuerza México, que para mayor transparencia, se dijo, será administrado y vigilado por el sector privado; por ellos mismos, pues.

En un país controlado por la cleptocracia y signado por una añeja cadena de corrupción-impunidad-simulación, la retórica de la transparencia figura como un engaño para encubrir los cochupos y las transas del poder real, el gobierno y su capitalismo de cuates y compadres, en una nueva fase de despojo.

El mito de la niña Frida en el Rébs... amen

En medio de la confusión y la zozobra, los dos días que siguieron al terremoto del 19 de septiembre, los medios electrónicos, en particular Televisa como instrumento del oligopolio mediático de la plutocracia Forbes, se montaron sobre las ruinas del colegio Enrique Rébsamen, desplazando y casi invisibilizando otros edificios colapsados en la megaurbe capitalina y (por razones clasistas) las miles de viviendas destruidas en pueblos de Xochimilco, Iztapalapa, Tláhuac y en los estados de México, Morelos, Puebla y Tlaxcala –además de los del sureste del país–, donde presuntamente estaba atrapada, entre los

escombros, una menor de 12 años.

Hacia las 9:40 de la mañana del 20 de septiembre, coincidiendo con la presencia en el lugar del secretario de Educación Pública, Aurelio Nuño, Televisa comenzó su transmisión desde el semiderruido colegio, convertido en el epicentro icónico de la desgracia (Carlos Loret de Mola *dixit*). Dada su relación privilegiada con el gobierno federal, el puesto de transmisión de Televisa se instaló en el mismísimo centro de mando de la Secretaría de Marina (Semar), improvisado sobre un techo enclavado en la zona de riesgo; en un área exclusiva y con acceso directo a la información que emanaba de los responsables del operativo de rescate.

Bajo la conducción en los estudios de Denise Maerker, Carlos Loret de Mola y Joaquín López-Dóriga (que se alternaron a lo largo de una extensa transmisión en vivo), la reportera Danielle Dithurbide estuvo durante 30 horas en el primer círculo del operativo diversionista y de sedación mediático, junto al almirante José Luis Vergara –número cuatro en la jerarquía de la Semar y a la postre actor-villano protagónico del llamado canal de las estrellas–, y acompañada por el secretario de la SEP, Aurelio Nuño, uno de los delfines de Peña Nieto de cara a la sucesión presidencial.

Según el testimonio de Joaquín López-Dóriga, la noche de la tragedia llegó al colegio Rébsamen, caminó por la construcción colapsada y en un escenario caótico con 500 personas que daban órdenes y gritaban, se topó al presidente Peña Nieto en medio de la oscuridad. Dos maestras le informaron que bajo los escombros había 30 niños y ocho adultos atrapados y mostraron una lista de muertos y heridos. Pero el miércoles a media mañana la información había cambiado: ya nadie hablaba de los 30 niños y los ocho adultos: Desaparecieron. La atención se centró en una niña sobreviviente bajo las losas, a la que la Marina intentaba rescatar.

Evacuados de la zona de riesgo los otros medios de difusión (relegados a un corral, describió Carmen Aristegui), instaladas sus cámaras en el escenario idílico para melodramatizar la tragedia con la (des)información exclusiva del almirante Vergara, Televisa se adueñó de la historia e hizo girar el desastre en torno al rescate de la niña. Su fuente, el susodicho Vergara, afirmó: Hay una niña que aún escuchamos con vida. Y es ahí donde realizamos el mayor esfuerzo porque está muy complicado el rescate. Otro marino (del que nunca se supo su nombre) dijo que la niña movió la mano y pidió agua. Fue el mismo que presuntamente bautizó como Frida a la menor.

Poco después, Aurelio Nuño Mayer declaraba a López-Dóriga: "Está plenamente acreditado que hay una niña con vida [...] con la que se está en comunicación [...] a la que se le ha hecho llegar agua [...] el operativo de rescate cada vez está más cerca de ella". (Para entonces, la Marina –involucrada en probables crímenes de lesa humanidad– llevaba un par de horas simulando movilizar ambulancias militares y volaba camillas con oxígeno y suero conectados listos para auxiliar... a la niña.)

La transmisión de Televisa citó en extenso esas versiones y se fue construyendo una trama cuya narrativa se viralizó mundialmente. El clímax de la transmisión fue hacia las 22:30, justo en el horario del noticiario estelar de Televisa que dirige Denise Maerker, que rompió índices de audiencia. El *rating* del *show* de Televisa provocó que otras cadenas electrónicas se enlazaran para observar el milagro del rescate de la niña de los escombros, cuyo nombre,

Frida Sofía, había sido mencionado sin confirmar por la reportera Dithurbide desde las 18:19 horas. El almirante Vergara confirmó el dato y el nombre de la niña se volvió *trending topic* en Twitter y Televisa.

A las 22:45 el mando militar corroboró a *El Financiero Tv* lo que había declarado a Televisa. Es decir, la niña hablaba, se comunicaba, movía la manita, bebía agua. A las 23:30 horas, el secretario de Educación, Nuño, quien supervisaba el operativo de salvamento, informó que ninguna persona se había identificado como familiar de la menor. Declaró a Televisa: Llevamos muchas horas intentando contactar a los familiares y no hemos tenido éxito.

El dato generó dudas y suspicacias. Y poco después el *show* televisivo comenzaría a derrumbarse. ¿Por qué el mito Frida? ¿El padre Estado consideró peligrosa y se aterró ante la súbita, eficaz y colectivamente organizada solidaridad (sin visos de corrupción) de los *millennials*? ¿Temió una reacción en cadena? ¿Por eso encapsuló militarmente edificios siniestrados de la capital, quiso acelerar su demolición y como parte de una operación de guerra psicológica fabricó el mito Frida para quitar a los jóvenes de la calle y retomar el control?

¿Los expertos en relaciones públicas (propaganda) y el arte de la decepción (engaño) de la Marina, fabricaron a la niña Frida para hipnotizar y narcotizar a una audiencia traumatizada (presa del *shock* y el pavor) mediante sofisticadas técnicas de la manipulación afectiva (Mausfeld) con la finalidad de redireccionar (o desviar) la atención y/o generar cierta apatía moral en un sector de la población? ¿El hilo de vida simbolizado en la niña de los escombros, fue manufacturado para manipular y administrar la potencial indignación de la gente ante los encapsulamientos militares?

Perra “Marina” mata a *fake* Frida

Cuando la tierra se mueve se pierden seguridades reales y simbólicas; se entra en un estado de máxima desprotección, un momento cercano, quizás, a la tortura de soportar que el piso firme oscila bajo los pies con un temblor que pareciera durar siglos. Pero un cataclismo genera también impacto social, y en ocasiones la solidaridad tiende a modificar la relación sociedad política-ciudadanos de a pie, y pueden diluirse las posiciones de dominación de clase de los que mandan sobre la sociedad civil, que es lo que más temen.

Fue precisamente eso lo que ocurrió el 19-S: la acción solidaria sin atisbos de corrupción de los llamados *millennials* aterró al sistema. Toda una generación de jóvenes a la que solía verse ajena a la realidad, presa de la apatía en materia política y absorta en los confines del ciberespacio –dado su uso adictivo de la tecnología– y con poco sentido de comunidad, puso los pies en la tierra el 19 de septiembre: salió al mundo de lo real, a la calle, para enfrentar la tragedia, levantar escombros y apoyada en las redes electrónicas –de las que son expertos– a organizar con inteligencia, creatividad y disciplina la ayuda, y en muchos casos para tomar el control de las tareas de rescate y atención a damnificados.

Hijos de la aldea global, pero renuentes a aceptar al corrupto y criminal centralismo autoritario neoliberal y su burocracia de Estado piramidal –como reflejo de una idea

vertical del ejercicio del poder—; habituados a dinámicas horizontales y a comunicarse con los 140 caracteres que posibilitan los corredores digitales, en cuestión de minutos una avalancha de jóvenes dispuestos a ayudar rompieron el mito de una juventud ensimismada, egoísta y poco solidaria, y como dijo Javier Aranda Luna, fueron el mejor termómetro para medir la salud de una ciudad rota.

Fue en ese contexto que militarizaron la emergencia y fabricaron el mito niña Frida Sofía. Papá Estado consideró peligrosa la súbita, eficaz y colectivamente organizada solidaridad de los *millennials*, se aterró y encapsuló militarmente edificios colapsados y quiso acelerar su demolición como parte de una operación de guerra psicológica para quitar a los jóvenes de la calle y retomar el control de la población.

Ficción mediática al fin, la niña-símbolo de una unidad nacional resquebrajada nunca aparecería, y la noticia que logró el mayor *rating* en la cobertura del sismo terminó en una situación anticlimática: no habría final feliz que enalteciera la mercantilista sensibilidad melodramática de Televisa ni las operaciones psicológicas (*ops sic*) propias de la guerra híbrida (Mattis/Hoffman); tampoco foto de la victoria de Aurelio Nuño con Frida Sofía sobre las ruinas del colegio Rébsamen.

Violada la ética periodística, sepultada bajo los escombros mediáticos la fallida operación Frida Sofía, la Secretaría de Marina (Semar) se vio obligada a hacer un rápido control de daños. Y como por arte de magia hizo irrumpir en el mismo escenario escolar, como heroína sustituta (pero real) de la *fakeniña* Frida, a una perra labrador del equipo de binomios caninos de la institución, de idéntico nombre y con el mismo objetivo propagandístico: ganar las mentes y los corazones de la población.

Según Ivin Jauvert, investigador vinculado al colegio de marras, la realidad entre los escombros fue caótica, aterradora, había polvo, histeria, era un campo de guerra, como un infierno del Dante. En un escenario de guerra como el descrito, es previsible que el aparato de relaciones públicas de la Semar haya visto la oportunidad para emplear las técnicas de las *ops psic*, según las cuales, concebido como objetivo militar, el punto más crítico del ser humano es su mente.

En la nomenclatura castrense, el concepto de operaciones psicológicas (propaganda) está relacionado con objetivos y herramientas que buscan explotar las vulnerabilidades (miedos, necesidades, frustraciones) e influir en la conducta de la población civil y del enemigo, con miras a alterar y controlar opiniones, ideas y valores, y en última instancia cambiar las actitudes según líneas predeterminadas. Y eso incluye a mujeres y niños, porque en una guerra no declarada (híbrida o irregular) no hay leyes que protejan a los no combatientes.

Sin que se conociera sanción alguna a los almirantes Sarmiento y Vergara por su responsabilidad directa en la *fake new* Frida Sofía (operación de distracción para desviar o dirigir la atención de la gente hacia otra parte a través de los medios y la industria del entretenimiento), los expertos en comunicaciones de la Semar introdujeron en la escena del desastre a una perra rescatista —seleccionada de un grupo de 270 canes adiestrados en todo México—, como representación simbólica de la marca-logo Marina, destinada a convertirse en heroína de niños y adultos. Una perra *celebrity*, semiantropomorfizada con *goggles*, chaleco *look* de la Marina y zapatitos azul marino, concebida como símbolo a

explotar con fines publicitarios de ocasión.

Pronto #TodosSomosFrida se volvió la sensación de las redes electrónicas.

Twitter le rindió homenaje y la superheroína de cuatro patas que todo México ama dio la vuelta al mundo. En Japón, por su chaleco, creyeron que Frida se llamaba... Marina. Amén de la consabida foto de Peña Nieto con la perra, proliferaron poemas, dibujos, murales, calcomanías y peluches, todos con el infaltable logo Marina. El furor autogenerado llevó a los publicistas de la Semar a organizarle un homenaje durante el duelo de la eliminatoria mundialista México-Trinidad y Tobago, y el 14 de octubre el convivio *Un día con la Marina*, donde según la prensa, *Frida* atrajo multitudes y enamoró familias.

La operación mediática de lavado de imagen resultó todo un éxito. Un mes después del terremoto, la marca icónica y en clave de *celebrity* de la perra *Frida-Marina*, hizo olvidar la *fake new* y el mito de la niña Frida Sofía, y la población, incluidos los *millennials*, parecían haber regresado a su parda normalidad (J. Villoro *dixit*).

Nota: 1.□ El término clásico *robber baron* fue acuñado por *The New York Times* en 1859 para referirse a Cornelius Vanderbilt y John D. Rockefeller. El Oxford Dictionary define *robber baron* como un plutócrata despiadado e inescrupuloso. En este texto lo adaptamos como cleptobarones (de)predadores.

La Jornada

<https://www.lahaine.org/mundo.php/sobre-el-terremoto-en-mexico>