



Operación misión cumplida (I)

CARLOS FAZIO :: 20/01/2016

Aderezado con contradictorias versiones oficiales, filtraciones y declaraciones anónimas, la dosificación del guión sobre la captura del Chapo no es creíble

El viernes 8 de enero, 19 minutos después del mediodía, en la cuenta oficial de la Presidencia, Enrique Peña Nieto anunció la recaptura del enemigo público número 1 de México y Estados Unidos. Con un lenguaje de comandante en jefe, emulando a George W. Bush y Barack Obama, el mandatario mexicano *tuiteó* en su cuenta @EPN: Misión cumplida: lo tenemos. Quiero informar a los mexicanos que Joaquín Guzmán Loera ha sido detenido.

A diferencia del 22 de febrero de 2014, cuando la edición en Internet de *The New York Times* y la agencia AP difundieron la imagen de la segunda captura de *El Chapo* Guzmán en un hotel de Mazatlán, Sinaloa, ahora, a seis meses de que uno de los gerentes operativos de la corporación criminal conocida como *cártel* de Sinaloa se escapó del penal de máxima seguridad de El Altiplano (11 de julio de 2015), sumiendo en el mayor ridículo a su administración, Peña Nieto -al igual que cuando Bush lanzó su misión cumplida en Irak desde la cubierta del portaviones *USS Abraham Lincoln* el 1º de mayo de 2003 y cuando ocho años después Obama anunció al mundo que la CIA había encontrado y dado muerte a Osama Bin Laden- quiso ser él, personalmente, quien diera la noticia sobre la reaprehensión del mítico megamillonario de la revista *Forbes*.

Dieciséis minutos después *El Chapo* se posicionó como tendencia en las redes sociales, y en menos de una hora ese *tuit* presidencial había rebasado las 70 mil repeticiones. El *hashtag* #ChapoGuzmán superó el millón de menciones en cuatro horas y se convirtió en *trending topic* mundial en Twitter. Ya entonces había comenzado el montaje de una gran operación propagandística dirigida a intoxicar a la población con la recaptura del capo desechable, que para su rápida puesta en escena requirió de la actuación principal de Peña Nieto y miembros de su gabinete de seguridad nacional y la colaboración de propietarios y reporteros de medios corruptos.

Aderezado con contradictorias versiones oficiales, filtraciones y declaraciones anónimas, la dosificación del guión, dirigido a trabajar sobre la siquis colectiva con mensajes triunfalistas y autolaudatorios, puso énfasis en la fortaleza de las instituciones nacionales, la vigencia del estado de derecho y el arduo y profundo trabajo de inteligencia, en el contexto de un operativo coordinado por los titulares de todas las dependencias que integran el gabinete de seguridad nacional, quienes incluso aparecieron a cuadro en televisión dos veces el viernes 8. No existe delincuente que esté fuera del alcance del Estado mexicano, sintetizó entonces el secretario de Gobernación, Miguel Ángel Osorio.

Pero los dichos de Peña Nieto, Osorio y la procuradora Arely Gómez contrastaron ese día con el primer comunicado de la Secretaría de Marina (Semar), que presentó el suceso como un hecho aislado, resultado de una denuncia ciudadana anónima sobre la presencia de hombres armados en una casa de Los Mochis, Sinaloa. En el correr de la mañana, cuando

crecía la excitación periodística, la Marina divulgó dos imágenes inexplicables, según su secuencia: la primera exhibía a Guzmán Loera en actitud pensativa, sentado en un auto con los brazos cruzados y su mano izquierda sobre el mentón; en la segunda ya aparecía esposado sentado sobre la cama de un motel.

En las grandes operaciones de intoxicación se suele diseminar imágenes y datos difusos que alimentan las especulaciones y los fantasmas de los medios, que sin saberlo contribuyen a la puesta en escena de la trama; la sutileza consiste en no confirmar ni desmentir datos, lo que en la jerga de las operaciones psicológicas se llama dejar escapar la información. Con sus lagunas (des)informativas, la narrativa oficial indica que el operativo de un grupo de tarea de la Marina comenzó a las 4:40 horas; el enfrentamiento duró cerca de 40 minutos, 15 dentro de la vivienda; Guzmán Loera y su lugarteniente Iván Gastélum escaparon por un pasadizo secreto que daba al drenaje. Cuando a las 6:00 horas los marinos encontraron la entrada a un túnel escondido en un clóset, *El Chapo* les llevaba 90 minutos de ventaja en su fuga; 800 metros adelante, él y Gastélum salieron por una alcantarilla, tomaron un auto y hacia las 10 de la mañana, 10 kilómetros adelante, sin disparar un solo tiro, se entregaron a dos patrulleros que les hicieron el alto por conducir con exceso de velocidad. Para resguardarlos, los uniformados los llevaron al motel Doux, adonde llegó el grupo de élite de la Semar. Muchas inconsistencias y, simplemente, los tiempos no checan.

La Marina filtró a Televisa un video de 15 minutos del momento en que un comando de élite tomó por asalto la casa en Los Mochis. Además, el conductor Carlos Loret de Mola recreó el hecho en una visita guiada por el mando del operativo. Salvo un militar que aparentemente resultó herido antes de entrar a la vivienda, a partir del propio relato del jefe de la misión y las imágenes de cómo iban avanzando sus hombres en el interior del inmueble de dos pisos, no se entiende cómo el cinturón de seguridad del “narco más poderoso del mundo”, compuesto por más de 10 hombres armados con fusiles AK-47 y R-15, granadas, tres Barret .50 y dos lanzacohetes RPG, no haya generado ningún rasguño a sus oponentes. Más insólito: en el fragor del combate aparece a imagen un hombre parado, sin uniforme ni armas. ¿Qué hacía allí?

Después, la Semar organizó un caótico *Marina tour* para más de 100 reporteros y camarógrafos, sin que se apreciara indicio alguno de salvaguardar evidencias judiciales de un enfrentamiento saldado con cuatro muertos.

La narrativa oficial se asemeja a la terrible historia de la soldado Jessica Lynch, que en 2005 convulsionó a la sociedad estadounidense cuando, después de ser capturada, torturada y violada por los esbirros de Sadam Hussein, fue rescatada a sangre y fuego por un comando de fuerzas especiales, en lo que a la postre resultó ser un montaje inventado por un gabinete de comunicación, The Rendon Group, promocionado en artículos falseados de *The New York Times* y *The Washington Post* para movilizar el ardor patriótico. La epopeya resultó una farsa.

La Jornada

<https://www.lahaine.org/mundo.php/operacion-mision-cumplida>