

Atlas de la Seguridad y la Defensa de México 2012

Sergio Aguayo Quezada
Raúl Benítez Manaut
Editores

Malgorzata Polanska
Armando Rodríguez Luna
Anexo estadístico



CASEDE

Colectivo de Análisis
de la Seguridad con Democracia



Atlas **de la Seguridad** **y la Defensa** **de México** **2012**

Primera edición, diciembre de 2012

© Colectivo de Análisis de la Seguridad con Democracia A.C. (CASEDE)

Publicación a cargo del Colectivo de Análisis
de la Seguridad con Democracia, A. C.
Héroes de Padierna 166, Colonia San Jerónimo,
CP 10200, México DF

ISBN: 978-607-95380-4-0

Diseño y formación:
Adriana Méndez Raymundo y Elizabeth Díaz Aguirre

Cuidado editorial:
Atril, excelencia editorial,
por Elizabeth Díaz Aguirre y Diego Ignacio Bugada Bernal

Prohibida su reproducción parcial o total por cualquier medio
sin la autorización por escrito del editor.

Publicación disponible para su consulta en
www.seguridadcondemocracia.org

Esta publicación fue posible gracias a un donativo de Open Society Foundations.

Hecho en México
Printed in Mexico

Índice

Introducción: las violencias. Balance, efectos y prospectiva	11
<i>Sergio Aguayo Quezada y Raúl Benítez Manaut</i>	
Influencia de los cárteles mexicanos en Centroamérica	15
<i>Antonio L. Mazzitelli</i>	
El tráfico de metanfetaminas: Asia-México-Estados Unidos	25
<i>José Luis León Manríquez</i>	
El futuro del narcotráfico y los traficantes en América Latina	31
<i>Juan Carlos Garzón</i>	
El futuro de la cooperación entre México y Estados Unidos. Iniciativa Mérida	39
<i>Eric L. Olson</i>	
El desafío del tráfico de armas en México y Centroamérica	47
<i>Simone Lucatello</i>	
El tráfico de armas de Estados Unidos hacia México	55
<i>Georgina Olson Jiménez</i>	
Rastreado el dinero que da poder a las organizaciones criminales en Estados Unidos y México	63
<i>Celina Realuyo</i>	
Políticas de seguridad en México: análisis de cuatro sexenios	73
<i>Eduardo Guerrero Gutiérrez</i>	
Las comunicaciones criminales: el caso de las narcomantas	83
<i>Günther Maihold</i>	
La impunidad crónica y la violación de derechos humanos	93
<i>Mariclaire Acosta</i>	
Avances y retos de la reforma de justicia penal en México	101
<i>David A. Shirk</i>	
Las fuerzas armadas mexicanas en 2012	111
<i>Íñigo Guevara y Moyano</i>	
El rol de la corrupción en la reproducción institucional de la Policía Judicial de la ciudad de México	119
<i>Elena Azaola Garrido y Miquel Ángel Ruiz Torres</i>	
La organización y el comportamiento de la policía en el Distrito Federal	127
<i>Arturo Alvarado</i>	

Las comunicaciones criminales: el caso de las narcomantas

Günther Maihold¹

INTRODUCCIÓN

El análisis de la presencia del narcotráfico en México no debe centrarse sólo en la composición del *paisaje* cambiante de los cárteles, sino también en la imagen que ellos aspiran a dar de sí mismos. Por ello, además de estudiar la violencia como tal conviene atender a su carácter comunicativo. La comunicación –según la definición clásica– puede concebirse como “el proceso de intercambio de información entre un emisor y un receptor por medio de ciertos signos y códigos”,² los cuales ponen en evidencia la calidad del diálogo en una situación concreta, incluso en el caso extremo de la que acompaña a la violencia. Al abordar el tema de las *narcomantas* es preciso tener en cuenta a los diferentes emisores y receptores, todos ellos con una marcada pluralidad de voces y objetivos que alimentan acciones muchas veces conflictivas y contrapuestas:

- Las *autoridades del Estado* –desde el presidente hasta los mandos municipales, los servicios de inteligencia, la policía y las fuerzas armadas– que presionan a los medios para que limiten su cobertura de los hechos violentos con el argumento de no promover el interés “terrorista” de los narcotraficantes, sus cárteles y estructuras criminales;
- Los *actores violentos* o *protagonistas de la violencia* –individuos, cárteles, etcétera– que han encontrado diferentes canales para hacerse presentes e impulsar una estrategia publicitaria alternativa, a través de la cual tratan de generar interés y aceptación para sus objetivos;
- Los *medios*, que no solamente actúan reportando los hechos ocurridos, sino que se convierten (in)voluntariamente en actores de los sucesos. Solamente hay que recordar a los periodistas muertos en el ejercicio de su oficio y como consecuencia el diálogo con los cárteles que trató de inducir el 18 de septiembre de 2010 el diario *La Crónica de Juárez*, con un artículo titulado “¿Qué quieren de nosotros?”;³
- El *público* al que van dirigidos estos esfuerzos comunicacionales, el cual en el caso de México es diferenciado, variando de acuerdo con los intereses de los emisores por ganar legitimidad, enaltecer a ciertas personalidades o estilos de vida, defender su espacio, intimidar a otros o protagonizar ciertos actos. Por otro lado, las respuestas de los receptores de la comunicación por igual pueden extenderse desde la admiración o el apoyo hasta el repudio, reacciones que se articulan también de manera muy diversa.

Nuestro análisis parte del supuesto de que esta presencia ha alcanzado una penetración social y cultural de tal índole que será difícil revertirla, por ser ya expresión cultural estable y estar enraizada en las mismas sociedades.⁴ Esto no implica aceptar los horrores de la violencia, sino darse cuenta del hecho de que la convivencia cambia bajo sus efectos de tal forma que se reorienta el comportamiento del ciudadano y de las autoridades de una manera muy profunda.

¹ Investigador de El Colegio de México.

² Véase Bernhard Schäfers (editor), *Grundbegriffe der Soziologie*, Leske & Budrich, Opladen, 1995, pp. 154 y ss.

³ *La Crónica de Juárez*, “¿Qué quieren de nosotros?”, puede consultarse en www.diario.com.mx/notas.php?f=2010%2F09%2F18&id=6b124801376ce134c7d6

⁴ Günther Maihold, “Crimen organizado y seguridad en América Latina”, *Política Exterior*, núm. 143, Madrid, 2011.

Las narcomantas pueden considerarse un esfuerzo publicitario de los mismos cárteles que las colocan en espacios públicos –por ejemplo, en pasos peatonales– con la finalidad de atraer la atención de la sociedad civil y de los medios para que las reproduzcan y divulguen, y por esta vía generar una articulación alternativa a las comunicaciones de los actores gubernamentales.

VIOLENCIA Y COMUNICACIÓN

El presente documento pretende sustentar la tesis de que la comunicación funge en los casos seleccionados como complemento, sustituto o instrumento de la violencia, a partir de un análisis de las acciones tanto de los criminales como del Estado. El afán por legitimar el uso de la violencia se revela a través del interés por alterar la relación entre víctima y victimario, tratando de manipular la posición relativa de los actores violentos, quienes pretenden presentarse como víctimas de la acción estatal y de otros protagonistas del crimen. La constitución de comunidades de víctimas –apelando a una alianza imaginaria con los ciudadanos– y su representación en los medios pretende multiplicar los efectos de la brutalidad excesiva –por ejemplo, el desmembramiento de cuerpos de los adversarios depositados con *narcomensajes* en lugares públicos– para impactar a la población. La intención es doble: convertir al público, en principio pasivo, en copartícipe, transformándolo por un lado en testigo de una batalla campal entre los actores violentos, e intentando, por otro lado, que se transforme en querellante solidario frente a la fuerza pública y los competidores del emisor del mensaje. También se genera una *guerra de imágenes* en la cual las fuerzas de seguridad reaccionan ante el impacto de las fotos de cuerpos mutilados con tomas fotográficas de capos abatidos por los órganos de seguridad del Estado. Esta competencia visual de la violencia desenfrenada está minando las bases de la convivencia ciudadana y la cohesión social; daña la confianza en el prójimo y en las instituciones tan profundamente que los efectos del miedo y del horror parecen incontrolables. El espanto ante las escenas de violencia es multiplicado por los medios de información, los cuales contribuyen así a generalizar en la sociedad civil una sensación de victimización que anula las perspectivas del futuro ante el embate del presente.

La comunicación de la violencia a través de los fenómenos señalados parece tener los efectos de una parálisis en las sociedades que la padecen, pues la situación traumática las *congela*, por lo que pronto suspenden la acción colectiva. Tal situación prevalece hasta que se logra restituir la conciencia y la solidaridad ciudadanas ante los fenómenos de crueldad y congoja.

En este entorno violento, los medios de comunicación se ven impelidos a reubicar su papel en la sociedad, no solamente por el temor de que sus empresas y los periodistas que las integran sufran las consecuencias, sino también por la censura y la autocensura que otros o ellos mismos se imponen. La no-publicación de mensajes recibidos por parte de los actores violentos tiene igualmente un efecto sobre su libertad de expresión, como es el caso de la presión ejercida por las instancias gubernamentales para frenar la distribución de los mensajes que los cárteles envían a la ciudadanía. Por lo tanto, se genera una lógica de perversión política en el funcionamiento de los mismos medios, lo cual anula su autonomía y su capacidad de promover en la población una conciencia crítica. Al margen de tal situación siguen apareciendo comunicaciones de carácter *interno* o *externo*; es decir, mensajes implícitos, a veces encubiertos para el entendimiento público por el *caló* que emplean los narcotraficantes o por claves sólo comprensibles para la gente que se encuentra dentro del negocio; y mensajes dirigidos al público en general más allá de los actores criminales.

Empíricamente resulta difícil distinguir entre los efectos primarios y secundarios de estos mensajes. En el caso que nos ocupa son los narcotraficantes quienes se encargan de colocar las mantas, pero existen otras que fueron elaboradas por las corporaciones policíacas que sirven, al igual que aquéllas, para autolegitimar a las corporaciones y construir una imagen de valentía y dominio del espacio en disputa. Sin embargo, en esta ocasión tomaremos como punto de partida la comunicación de la violencia asimétrica entre las organizaciones criminales y el Estado, pues los mensajes suscritos en las narcomantas remiten a una realidad de disputas entre cárteles y a conflictos con las fuerzas armadas que la mayor parte del público desconoce. Ante esta situación habrá que revisar detalladamente, en los diferentes espacios de los escenarios nacional e internacional, los intereses comunicativos del crimen organizado, los cuales no solamente se asocian a su deseo de autolegitimarse y a su interés por ser aceptado por la población, sino también a la necesidad de criticar el proceder estatal por exagerado y de poca contundencia.

La propensión de los actores violentos por controlar tanto los espacios territoriales como los mediáticos los ha llevado a una competencia comunicativa con las instancias del orden público. Este marco es estructurado por el Estado a través de leyes, reglamentos y códigos de conducta que, en conjunto, intentan comprometer políticamente a los medios para que supriman la cobertura de los hechos que causen simpatía por los intereses del crimen organizado. De hecho, la pregunta central a este respecto se orienta a indagar si el consumo de los mensajes y comunicaciones por parte de la población realmente puede interpretarse como una aceptación de los intereses políticos de los actores violentos. Sería oportuno averiguar si los esfuerzos por atraer la atención pública no se han visto transformados en espacios mediatizados, donde los actores ya no tienen el protagonismo que se atribuyen a sí mismos. Habrá que abrir la perspectiva más allá del punto de vista del emisor de la comunicación cubriendo, por un lado, el nivel horizontal entre los diferentes cárteles y el Estado y, por el otro, los mensajes dirigidos a la sociedad. Estos esquemas de comunicación siempre tienen características muy diferenciadas, que a través de la formación de los códigos propios del *narcocaló* varían hacia formatos que sean propios del mismo auditorio. Es importante considerar la estructura del mensaje, que por medio de su carácter retador, intimidante, amenazador, etcétera, trata de despertar diferentes sentimientos en el público.

CÓDIGOS DE LA (RE)PRODUCCIÓN SIMBÓLICA Y CULTURAL DE LA VIOLENCIA

La comunicación del *narco* ha establecido distintas lógicas dependiendo de los públicos a los cuales se dirige. El marco en el cual se lleva a cabo este esfuerzo comunicacional se caracteriza por la rivalidad simbólica,⁵ a veces con respeto al mismo referente social de apoyo, ya que “al monopolio de la violencia legítima detentado por el Estado le acompaña el monopolio de la violencia simbólica”.⁶ Conviene recordar que en el caso de los *narcocorridos* existen espacios artísticos de sus autores que no necesariamente responden a los mismos intereses de los protagonistas del narcotráfico, pero que desde el punto de vista de los receptores pueden ser interpretados como una alabanza al empleo de la violencia o de los estilos culturales subyacentes a la actividad criminal.

Entre los efectos que el narco desea producir con sus mensajes está el intento por encontrar la solidaridad de la sociedad en su batalla contra el gobierno. Tal interés se encuentra bien articulado en una sociedad como la mexicana, que siempre se ha caracterizado por el

⁵ Véase Luis A. Astorga, *Mitología del “narcotraficante” en México*, Universidad Nacional Autónoma de México-Plaza y Valdés, México, 1995, p. 35.

⁶ *Ibid.*, p. 42.

desdén ciudadano respecto del poder estatal y por la distancia en relación con el gobierno federal en turno. En la precariedad del vínculo entre ciudadanos y autoridades se ubica el interés de las organizaciones criminales por establecer un lazo con el público. De ahí que muchos de sus mensajes reflejen la crítica a la gestión gubernamental, asociándola siempre con la corrupción, la parcialidad en favor de ciertos grupos y su incapacidad para generar los beneficios que la población espera.

Como apunté arriba, uno de los contenidos centrales de los mensajes es la denuncia de la corrupción gubernamental. Se trata de un argumento fácilmente generalizable, ya que se apoya en la sensación que tiene el ciudadano común en su relación con las instituciones públicas.⁷ La narrativa que trata la relación entre el pequeño súbdito y el Estado grande y sus instituciones es un código típico de las sociedades que tienen muy bajos niveles de confianza interpersonal entre los ciudadanos,⁸ lo cual es un factor que facilita la manipulación por parte de los críticos o los actores violentos en tal sociedad.

LA REACCIÓN DEL GOBIERNO MEXICANO: EL CONTROL DE LAS COMUNICACIONES

La estrategia comunicativa de los cárteles y de los protagonistas culturales del narco ha tenido un efecto secundario importante: el gobierno mexicano ha emprendido una contraestrategia para reducir la recepción pública de estas informaciones, ya que las considera propaganda unilateral en favor de los delincuentes, con una multiplicación gratuita a través de los medios masivos de comunicación. El debate sobre las narcomantas se está llevando a cabo por los propios periodistas y gira en torno a las siguientes preguntas: “¿Son los medios voceros voluntarios de las organizaciones criminales?; ¿a fuerza de ver y leer todos los días sus mensajes nos hemos habituado a compartir el espacio público con ellos?; ¿los sentimos hoy parte de nuestro entorno y han tenido los medios una gran responsabilidad en construir esta aceptación?”⁹ Similar inquietud se refleja en las palabras de Felipe Calderón: “La difusión de mensajes conocidos como ‘narcomantas’ a través de los medios de comunicación proveen la percepción de la inseguridad en México”.¹⁰ Tal preocupación hace patente el argumento de que el gobierno federal percibe los reportajes sobre estos mensajes como un bloqueo de su esfuerzo por crear la sensación de seguridad en el país. El simple hecho de que haya sido posible colocarlos sin mayor impedimento en ditintos puentes peatonales en lugares centrales del país, y a veces simultáneamente en ciudades apartadas entre sí, puede ser interpretado como prueba de que sus autores constituyen una red muy amplia y de que existe una expansión de los cárteles en toda la nación. Considerar el esfuerzo comunicacional de los narcos como una potenciación de su tamaño real ha llevado a diferentes iniciativas legales.

Por su parte, el Partido Revolucionario Institucional (PRI) propuso reformar la Ley Federal contra la Delincuencia Organizada, a efecto de castigar la apología del delito: “Se plantea sancionar a todo aquel que propicie, fabrique o distribuya material alusivo como ‘narcomantas’, ‘narcocorridos’ o material similar, con tres a cinco años de cárcel a los

⁷ Stephen D. Morris, *Political Corruption in Mexico. The Impact on Democratization*, Lynn Rienner Publishers, Boulder-Londres, 2009.

⁸ Según Latinobarómetro México alcanzó una marca de 26% en la confianza interpersonal en el año 2010, colocándose por encima de la media latinoamericana, pero con una tendencia a la baja. Véase Corporación Latinobarómetro, *Informe 2010*, Santiago, 2010, p. 72.

⁹ Julio Juárez Gámiz, “Esto no es una narcomanta”, en *La Silla Rota*, 21 de abril de 2011. Se puede consultar en www.lasillarota.com/index.php?option=com_k2&view=item&id=8926:esto-no-es-una_narcomanta&Itemid=63

¹⁰ “Calderón dicta línea a medios, pide ignorar narcomantas”, *El Semanario*, 26 de febrero de 2010. Se puede consultar en www.elsemanario.com.mx/news/news_display.php?story_id=33546

responsables de la publicidad del crimen”, enderezando la norma que alimentó esta propuesta.¹¹ Más allá del esfuerzo de las instancias públicas, ha habido reacciones por parte de la sociedad. Así, el arzobispo de Acapulco, Felipe Aguirre Franco, lamentaba que la violencia organizada era creativa y que posiblemente la aparición de las narcomantas era una diversión macabra y de mal gusto de algunos “narcopayazos”.¹²

LAS NARCOMANTAS: ENTRE LA COMUNICACIÓN Y LA INTIMIDACIÓN

Las narcomantas son un instrumento de comunicación masiva que emplean los cárteles para justificar, protagonizar o intimidar a sus contrincantes, a la autoridad o la misma población. Es importante tener presente que al parecer existen diferentes densidades respecto de la presencia de mantas, dependiendo de la conflictividad de una plaza en un momento concreto o de la estrategia comunicativa de los diferentes cárteles; por ejemplo, La Familia Michoacana, dado su afán misionero, tiene una intrínseca necesidad comunicativa mayor que la de otras organizaciones.

En una evaluación que realizamos entre el primero de junio de 2007 y el 27 de octubre de 2008 identificamos en artículos periodísticos un total de 2,061 narcomantas en 22 estados de la República. Este tipo de mensajes están dirigidos al público en general, a las autoridades del lugar –del estado o del país– o a los contrincantes de otros cárteles con los cuales los autores de las mismas se disputan el territorio. A menudo reflejan la capacidad operativa y financiera de las estructuras criminales y hacen evidente la extensión de su territorio al colocar hasta cuarenta mantas el mismo día en diferentes ciudades.¹³ Sin embargo, las narcomantas no son el instrumento comunicativo central de las organizaciones delictivas, ya que recurren con mayor frecuencia a otro tipo de comunicaciones, como los llamados narcomensajes: cartones que se colocan junto a los muertos abandonados en la vía pública y que intentan dejar en claro por qué *razón* y con cuál *intención* fueron sacrificados. No obstante, en los narcomensajes también se reflejan conflictos internos y entre los cárteles, mientras que las narcomantas pretenden llegar a un público mayor, por lo cual su alcance comunicativo va más allá.

Una de las características de coordinación que destaca es la ubicación de las mantas en el tiempo y el espacio: no aparecen casi nunca en una sola ciudad, ni aun en un solo estado, sino en varios a la vez y en periodos de algunos días e incluso el mismo día. Ejemplo de ello fueron los mensajes colocados el 2 de febrero de 2010 por La Familia Michoacana, la cual exhibió 48 mantas idénticas en 21 ciudades de cuatro estados (Querétaro, Guanajuato, Michoacán y Guerrero).¹⁴

Otro punto que demuestra el elevado grado de organización de los grupos dedicados al narcotráfico consiste en los lugares donde las mantas se colocan para que sean leídas por el público. Las ubicaciones preferidas son los puentes peatonales o vehiculares, los bulevares, las plazas y las zonas escolares. Colocarlas en tales sitios manifiesta la búsqueda de una alta atención, que culmina al seleccionar un jardín de niños o una catedral para ubicar mantas

¹¹ “PRI contra los ‘narcocorridos’”, *El Economista*, 3 de febrero de 2009. Se puede consultar en: <http://eleconomista.com.mx/notas-online/politica/2009/02/03/pri-contras-%E2%80%9Cnarcocorridos%E2%80%9D>

¹² “Monseñor Aguirre llama ‘narcopayazos’ a los que colocaron mantas en Guerrero”, *El Diario de Guerrero*, 26 de octubre de 2008. Puede consultarse en www.diariodeguerrero.com.mx/CGI-BIN/diariodegro/notipales/shownotipal.php?idnote=15866

¹³ Miguel Ángel Granados Chapa, “Teoría de las narcomantas”, *Reforma*, 10 de diciembre de 2008. Se puede consultar en www.reforma.com/editoriales/nacional/475/949534/default.shtm

¹⁴ Carlos García, Ernesto Martínez, Sergio Ocampo y Mariana Chávez, “Vía 48 narcomantas, La Familia convoca a encarar a Los Zetas”, *La Jornada*, 2 de febrero de 2010. Se puede consultar en www.jornada.unam.mx/2010/02/02/index.php?section=politica&artitle=014n3pol

con amenazas.¹⁵ Este último caso ocurrió en Monterrey el 8 de diciembre de 2008, cuando una manta de seis metros de largo fue colgada en su fachada, frente al ayuntamiento. En otra ocasión, en la misma ciudad, un comando de diez personas armadas llevó a cabo el trabajo en plena luz del día.

Otra característica digna de señalarse es que la presentación de las mantas desarrolló paulatinamente una imagen profesional. Los mensajes, que originalmente se mostraban en formas simples, como textos escritos a mano en cartón o tela, luego se presentaron en lonas con letras impresas digitalmente, aunque aún se encuentran algunas muy rudimentarias. Asimismo, se mejoró la ortografía de los textos no escritos a mano; aunque en los demás permanece el descuido habitual. Además, los narcotraficantes también utilizan internet, sobre todo You-Tube, para difundir sus mensajes, como el siguiente:

PARA LOS PERROS DEL CHAPO

BAN A EMPEZAR A RESIBIR LLAMADAS PARA QUE PAGUEN UNA CUOTA POR PROTECCION SI NO LO HACEN VAMOS A EMPEZAR A SECUESTRARLOS Y YA VIERON Q CON NOSOTROS NO SE JUEGA VAN A APARESER TIRADOS SIN CABEZA [sic].¹⁶

Mientras que el gobierno usa primordialmente la televisión y la radio como medios de comunicación, los cárteles de la droga se sirven de las alternativas en los medios sociales —la forma más moderna, internet— y ante todo las mantas.

La calidad comunicativa de las narcomantas es muy variada y amplia: existen ejemplares a través de los cuales se pretende sobornar a los militares que forman parte de algún operativo de identificación o erradicación de cultivos ilícitos, ofreciéndoles una mayor remuneración para que accedan a apoyar los intereses criminales. Por otro lado, representan una clara indicación de la disputa que existe sobre las rutas del narcotráfico y las *plazas* en las cuales se realizan los negocios, donde se necesita de *tranquilidad* para poder operar, de manera que no se vean afectadas las ganancias generadas por tal comercio. En este sentido, se busca estabilidad para mantener fuera de ese espacio a los contrincantes y garantizarse al mismo tiempo un acceso exclusivo a las autoridades que es preciso sobornar y corromper. Por último, las narcomantas incluyen reproches respecto de la presunta protección del ejército y del gobierno federal a ciertos capos, en particular al líder del cártel de Sinaloa, Joaquín *El Chapo* Guzmán. Cabe señalar que algunos grupos han tratado de formar un frente común contra Los Zetas, organización que ha estado en el centro de la lucha entre los cárteles, ya que se ofreció —después de haber sido contratado por el cártel del Golfo— como una fuerza paramilitar dispuesta a subcontratarse con diferentes asociaciones delictivas para, finalmente, convertirse en un cártel.

Además de las tres orientaciones comunicativas señaladas, se ha identificado una *guerra de propaganda* a través de las mantas, la cual refleja la necesidad que tienen las sociedades criminales de justificarse frente a ciertos hechos que les son atribuidos, así como adoptar una posición de amenaza o venganza frente a actos de invasión de autoridades públicas y fuerzas militares en espacios de control que consideran propios.

La estrategia fundamental asociada con las narcomantas parece ser de carácter territorial en un doble sentido: por un lado, se desea comunicar a los cárteles competidores el dominio del sitio; por otro, se pretende apoderarse de la plaza, es decir, de aquellos espacios públicos importantes que han sido hasta la fecha lugar de la presencia ciudadana. El simple hecho de que se busquen estos espacios para colocar narcomantas —por ejemplo, en pasos peatonales, estaciones de camiones o de ferrocarril, cementerios, etcétera— deja muy claro

¹⁵ *El Sol de México*, 23 de diciembre de 2009. Puede consultarse en www.oem.mx/elsoldemexico/notas/n1452236.htm

¹⁶ Véase BBCMUNDO, en www.bbc.uk/spanish/specials/1243_narcomantas/

el interés de estas agrupaciones por demostrar que son capaces de colocar sus mensajes sin ninguna intervención policiaca y sin que aparezcan ciudadanos que los denuncien en el momento de hacerlo. Con tales actos se pretende invadir de manera creciente los espacios más inmediatos del quehacer cotidiano de la ciudadanía, lo cual encuentra su extensión en los retenes que han establecido algunos grupos criminales, asumiendo así funciones clásicamente reservadas para la policía o las fuerzas militares.

La búsqueda de legitimación social por parte de los grupos criminales refleja su anhelo de que se les considere *representantes del pueblo*, para lo cual señalan el abuso y la corrupción en las instancias públicas. Con el fin de que parezca legítima su actividad se presentan a sí mismos como víctimas, transfiriendo a las autoridades el papel de victimarias. Tales mecanismos reflejan, de alguna manera, la distancia que muchos ciudadanos sienten frente a los representantes del gobierno y del Estado; por otro lado, también indican el intento de las organizaciones criminales para que se las considere sustitutos reales de las fuerzas públicas, ya que éstas no parecen ser capaces de garantizar el orden y el bienestar de la población.

Contradictoriamente, las tentativas por generar una legitimación social es muchas veces contravenida por los instrumentos e intenciones que los cárteles ponen en juego: muchas de las mantas encontradas transmiten mensajes intimidatorios y de terror, alcanzando a diferentes grupos de la población a través de un claro señalamiento de sus destinatarios. Encontramos comunicaciones dirigidas a los militares y al propio gobierno federal, incluyendo al presidente Calderón, con la clara intención de asumir, por una parte, un conflicto personal con las autoridades y, por otra, denunciar al mismo tiempo su supuesto involucramiento con otras estructuras criminales. Los mensajes que retan a las autoridades en su afán de establecer un mayor nivel de seguridad en el país son un claro indicio de que los cárteles no sólo quieren lograr condiciones de *tranquilidad* para llevar a cabo sus negocios, sino que pretenden dejar en claro que ellos son la única autoridad real en el territorio.

Más allá de las comunicaciones dirigidas al Estado hay también recados dirigidos a determinadas asociaciones delictivas que se disputan la plaza. Se lanzan amenazas, se ofrecen recompensas y hasta se invita a ex militares y ex policías a aliarse con los cárteles para obtener un mayor ingreso y asumir una *causa justa* frente a un poder federal corrupto.

Ejemplo de estos mensajes es una manta dirigida específicamente a la ciudadanía con el título “Atenta invitación a toda la sociedad mexicana”, que fue colocada simultáneamente el 2 de febrero de 2010 en Michoacán, Guerrero, Guanajuato, Colima y Querétaro. El texto reza:

Atenta invitación a toda la sociedad mexicana a unirse a un frente común para acabar con Los Zetas. Nosotros ya estamos actuando contra Los Zetas, y próximamente seremos La Familia Mexicana. “Vamos todos juntos contra las bestias del mal: La Familia Michoacana, Grupo Resistencia, Milenio, Golfo y las Familias Guerrerense, Guanajuatense y Mexiquense”.¹⁷

Esta narcomanta muestra claramente el interés de diferentes agrupaciones cercanas a La Familia Michoacana por protegerse del avance de Los Zetas, considerados como unos intrusos que podrían afectar el control de La Familia en *su territorio*. Es interesante que se convoque a un “frente común”, figura que en el espacio político tradicional está asociada en la mayoría de los casos con grupos de izquierda que buscan aliarse con la finalidad de defender mejor sus posiciones ante una amenaza.

En una manta colocada en Villahermosa, Tabasco, el 23 de febrero de 2010, se hace evidente la intención de Los Zetas por parecer un grupo bien articulado. Este es su texto:

¹⁷ Ignacio Roque Madriz, “Aparecen más narcomantas de La Familia contra Los Zetas”, *Crónica*, 4 de febrero de 2010. Puede consultarse en www.cronica.com.mx/nota.php?id_notas=485678

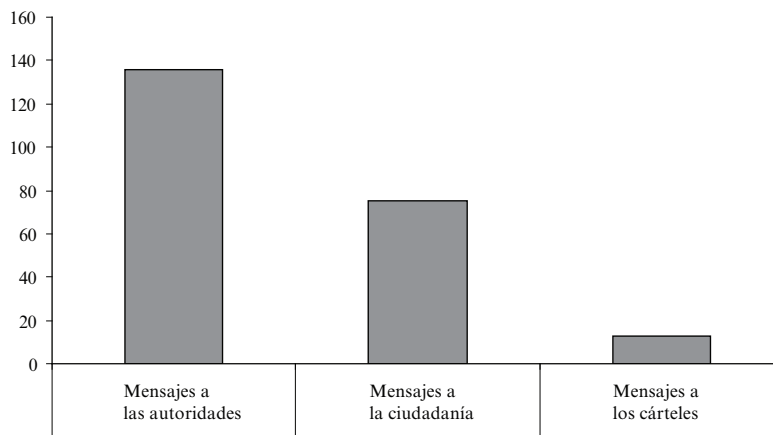
Es tanto su miedo que ahora se están juntando para pelear; ni de uno en uno de ninguna forma pueden hacernos nada, bola de incautos; es tanta su desesperación que ya no encuentran que hacer. Es una vergüenza que ahora estén anunciando alianzas para decirle al país que saben que ya están derrotados. No, todavía levanto un dedo, es para dar vergüenza que ahora se junten con los más pendejos, es para dar riza [sic.]. No se dan cuenta de que estamos en sus terrenos, que en cada parte que hay señal Telcel o un MacDonald hay “Z”, ahí se muestra su desesperación, su incapacidad para hacernos frente. Es tanto el miedo que se quieren dar calor uno con otro, se me afiguran como unos niños temblando de miedo y tapándose con una cobija hasta la cabeza diciendo ¡uy hay viene el monstruo... (Z) [sic.].¹⁸

Para comprender este mensaje debe leerse, naturalmente, en relación con el anterior. Los Zetas amenazan a las otras agrupaciones alardeando que tienen mayor fuerza e impacto en los negocios. Queda evidente que los otros los consideran una amenaza central para su convivencia criminal y que los mismos Zetas aprovechan la situación para expandir su presencia en el territorio y hacerse pasar como un grupo con capacidad de confrontar al frente convocado en su contra.

En una evaluación de 226 narcomantas encontradas en lugares públicos entre enero de 2008 y marzo de 2010 se puede comprobar que la mayoría estaba dirigida a las autoridades, mientras que los mensajes entre los cárteles eran claramente de prioridad menor. A las instancias gubernamentales se dirigieron 138 envíos, a la ciudadanía 72 y a miembros de otras organizaciones criminales 16 (véase gráfica 1).

Revisando la coyuntura temporal de la colocación de narcomantas se observa una fuerte tendencia a comentar acontecimientos centrales del país, y a aprovecharse al mismo tiempo de la mayor atención mediática que se presta en esos momentos a tales sucesos. Por ejemplo, en el año 2008, de un promedio de menos de diez narcomantas al mes, el mismo día del *Segundo Informe de Gobierno* del presidente Calderón aparecieron casi cuarenta (el primero de septiembre) y después más de treinta, como reacción al atentado del 15 de septiembre en la Plaza Central de Morelia. En 2010, para llamar la atención de la cobertura mediática internacional a la Cumbre de la Unidad para América Latina y el Caribe, que tuvo lugar en Cancún, aparecieron a mediados de febrero casi noventa narcomantas.

Gráfica 1
DESTINATARIOS DE LAS MANTAS
(TOTAL = 226)



FUENTE: Elaboración propia.

¹⁸ *El Heraldo de Tabasco*, “Colocan narcomantas en ocho municipios”, 24 de febrero de 2010. Puede consultarse en www.oem.com.mx/elheraldodetabasco/notas/n1531515.htm

CONCLUSIÓN

La revisión que hemos llevado a cabo de las narcomantas hace patente que constituyen un proceso comunicacional, a través del cual todos los participantes tratan de impactar sobre sus adversarios, la autoridad pública y la misma ciudadanía, a la cual sin embargo le queda solamente un papel pasivo en este juego entre los actores violentos oficiales y los criminales. Tal dinámica deja muy claro que se trata de una actividad basada en la violencia, la alianza criminal y la presencia territorial, cuyo objetivo es obtener respeto como actor violento. Paradójicamente, los narcocorridos emplean un lenguaje que induce a la reivindicación de la vida a pesar de que su trama narra el impacto de la violencia sobre la misma vida. El señalamiento recogido en una narcomanta con la frase “Todo va a estar todavía más cabrón” muestra la posibilidad de un escalamiento de la barbarie que podría verificarse por cierto tiempo; pero, por el otro lado, el narcotráfico necesita condiciones de *tranquilidad* relativa para asegurarse de generar los ingresos necesarios y mantener próspero su negocio.

