

# Indicador Político

Lunes 29 de Julio, 2013

Carlos Ramírez



## Inseguridad y la verdadera batalla

Propaganda es comunicación social



*Harold Lasswell*

A partir de una lectura **sicológica** de la primera guerra mundial, el politólogo y psiquiatra Harold Lasswell publicó en 1927 un ensayo novedoso sobre los **campo** de operaciones de la conflagración y fijó tres territorios de batalla: el militar, el económico y la **propaganda**.

En este contexto, el gobierno del presidente Peña Nieto **acertó** al insistir en el cambio de la política de comunicación social pero en la práctica se quedó corto: como parte del modelo de comunicación lasswelliano, la tesis de la “aguja hipodérmica” se basa en el **uso** de la propaganda como una forma de influir directamente en la conducta de los destinatarios de los mensajes.

La propaganda es una fase **superior** de la información y de la publicidad; se trata de **inyectarle** directamente al consumidor información para generar cambios de conducta. En la crisis de seguridad en Michoacán del pasado martes 23 de julio, el resultado, con todo, fue **favorable** para la estrategia de seguridad porque dominaron a los agresores, les causaron muchas bajas y los hicieron replegarse.

Sin embargo, ahí se vio la pérdida de la guerra de la **propaganda**: los medios escritos privilegiaron en las fotografías de primera plana la imagen de policías heridos subiendo a un helicóptero y días después el comisionado de seguridad pública, Manuel Mondragón, **visitando** a los afectados; este tipo de propaganda —inducida o sólo por efecto de la espectacularidad de la imagen— fue la que contribuyó a la **derrota** en opinión pública de la guerra de Vietnam.

La política de comunicación social de la estrategia de seguridad se basa en la información y la publicidad, pero se olvidan de otros **dos** elementos importantes de la comunicación social: las relaciones públicas y la propaganda. En el sexenio pasado el ejército se **abrió** a la información y a las relaciones públicas y logró cambiar sustancialmente la imagen que se tenía. La centralización de la información, en este sexenio, ayudó a frenar la dispersión pero ha **perdido** la batalla de la propaganda porque se percibió un **cierre** de la información.

Como escribió Lasswell en *Propaganda Technique in the world war*, **clave** en la comunicación social:

“El problema de **mantener la moral** es sólo una parte del problema de la propaganda porque la propaganda es uno de los muchos dispositivos que deben ser invocados. Este alcance es limitado, aunque importante. Por propaganda **no** se entiende el control de los estados mentales, cambiando esas condiciones objetivas objetivo como el suministro de cigarrillos o la composición química de los alimentos. La propaganda ni siquiera incluye el endurecimiento de moral por un cojinete fresco y confiado. **Se refiere únicamente al control de la opinión de símbolos significantes, o, para hablar más concretamente y menos precisa, las historias, rumores, informes, fotos y otras formas de comunicación social. La propaganda es la preocupación por la gestión de las opiniones y actitudes de la manipulación directa por la sugestión social en lugar de mediante la alteración de otras condiciones en el ambiente o en el organismo.**”

Del lado contrario, las organizaciones del crimen organizado han sabido utilizar los mecanismos de la **propaganda** política contra la acción gubernamental, como se ha visto en el énfasis en la denuncia de la violación de los derechos humanos. Las dos estrategias de seguridad del Estado —la de Calderón y la del presidente Peña Nieto— han **eludido** el campo de batalla de la propaganda y ahí han perdido influencia sobre la sociedad.

Como una foto vale más que mil palabras, la **victoria** de la policía contra los ataques de comandos de *Los Caballeros Templarios* el martes de la semana pasada quedó **opacada** por las imágenes de policías heridos y el jefe policiaco visitando heridos.



[www.grupotransicion.com.mx](http://www.grupotransicion.com.mx)  
[carlosramirezh@hotmail.com](mailto:carlosramirezh@hotmail.com)  
 @carlosramirezh