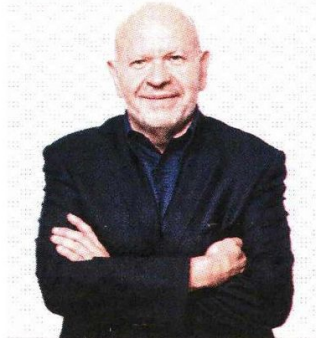


ESTRICTAMENTE
 PERSONAL

**Raymundo
 Riva Palacio**

 Opine usted:
 rrivapalacio2024@gmail.com

 @rivapa_oficial


La propaganda ya no alcanza

“Recurrir al pasado dejó de asustar, de preocupar y de incomodar. Se está convirtiendo en una broma recurrente, corriendo a volverse un recurso patético”

La propaganda del gobierno ya no está dando resultados. Está dejando de ordenar la realidad para la mayoría de la población, pasando a ser percibida como un intento de manipulación. Sucedió con el tema de los desaparecidos, donde mediante el reacomodo de bases de datos, como antes lo hicieron con los homicidios dolosos, buscan maquillar la realidad de ese fenómeno que se disparó en este gobierno. Pasa con el manejo de la economía, donde subieron por segundo mes consecutivo los negativos.

Estas discusiones de los últimos días mostraron un desacoplamiento entre la narrativa gubernamental y la experiencia cotidiana. El discurso empieza a sonar hueco. Se pelea contra un comité de la Organización de las Naciones Unidas por las desapariciones forzadas con argumentos que, en cuestión de horas, le responden que son falsos. Y entonces, se dobla la apuesta y señala motivos políticos del organismo multilateral para atacar al gobierno.

Todo es victimización y paranoia. Hoy es la ONU. Ayer fueron Felipe Calderón y Genaro García Luna. Cuando no, son

Enrique Peña Nieto, Ernesto Zedillo y Carlos Salinas. Sus críticos, la oposición, Ricardo Salinas. Los fantasmas que están comenzando a provocar. Recurrir al pasado dejó de asustar, de preocupar y de incomodar. Se está convirtiendo en una broma recurrente, corriendo a volverse un recurso patético e inútil. La propaganda funciona mientras logra reinterpretar la realidad, y deja de servir cuando la realidad la desmiente de forma sistemática.

El derrame de petróleo es un ejemplo. Primero se dijo que había sido un barco privado el responsable, pero desapareció porque la culpable era una chapopotera. A saber. Lo único claro es que el gobierno no tiene idea de qué causó el derrame que está llegando a las costas. En otro ejercicio de propaganda, mostró playas llenas de turistas en Semana Santa para probar ¿qué?, ¿que no hay petróleo surcando las aguas del golfo? Demuestra acaso la inconsciencia mexicana, pero no la ausencia de chapopote, que ya llegó —con el reclamo correspondiente de Estados Unidos—, a las costas de Texas y Florida. La colección Gelman

es otro. Se hizo tantas bolas el gobierno que ni siquiera pudo dar a la primera la fecha en que las obras regresarían a México.

La mañanera es un lastre. El exceso de exposición ya no genera inmunidad. Audiencias que antes reaccionaban positivamente, empiezan a ignorar o incluso rechazar activamente los mensajes. Es el fenómeno de “ruido blanco”: la propaganda sigue, pero ya no impacta.

Se están dando cuenta. A los hoyos que tiene su relato se añade la pérdida de credibilidad de su equipo de comunicación. Su coordinador de asesores, Jesús Ramírez Cuevas, arquitecto de la propaganda del régimen y de la estrategia de polarización y linchamiento, le dijo que la mujer asoleándose en una ventana de Palacio Nacional era su madre, y con su alfil Jenaro Villamil, dueño de los medios públicos, lanzó una campaña masiva para atacar a quienes difundían la fotografía, acusándolos de crearla con inteligencia artificial.

Una semana metidos en una discusión pública ociosa en lo superficial, y profunda por la



crisis que vive el equipo de comunicación y propaganda de la Presidencia. La dupla de duros, Ramírez Cuevas y Villamil, debió haber perdido puntos en Palacio, como también otro brazo de López Obrador, Jessica Ramírez, encargada de las redes digitales de Sheinbaum, cuya oficina probablemente produjo una fotografía de gran afluencia en el aeropuerto Felipe Ángeles, con las huellas de haber sido creada con inteligencia artificial.

En el otro frente de batalla, los caballos de Troya en los medios, también están atravesando turbulencias. Arrollados por las contradicciones de un régimen esquizofrénico, van y vienen en la justificación, tratando, como se aprecia en los más inteligentes, de que cuando esto acabe no quede su prestigio como lo que

fue la primera línea de ataque, los medios alternativos de Ramírez Cuevas, convertidos en los payasos de las mañaneras.

Sin embargo, los rivales de los puros no van a sacar provecho, porque están enfocados en otras cosas.

El mensaje colectivo puede ser cosméticamente el mismo, pero el emisor ya no es creíble porque los objetivos estratégicos ya no giran en torno a la Presidencia, sino a los suyos. Un caso notable es el de Iván Silva, fundador de la empresa Heurística, que ha trabajado con el gobierno. Silva controla un grupo de empresas demoscópicas donde maquillan encuestas para que la presidenta aparezca por arriba de los 80 puntos de aprobación.

Las invenciones de los 80 puntos son una estrategia en deterioro, frente a contranarrativas virales, memes, sátiras, periodismo de investigación y filtraciones que desmontan el discurso oficial con rapidez.

La propaganda ya no marca la agenda, sino que reacciona a ella, señal inequívoca de pérdida del control narrativo. Y cuando la propaganda deja de ser útil para un gobierno, no desaparece de inmediato: pierde eficacia, credibilidad y capacidad de moldear percepciones. Las señales a la vista son claras.

“El exceso de exposición ya no genera inmunidad. Audiencias que antes reaccionaban positivamente, empiezan a ignorar o incluso rechazar activamente los mensajes”

