

Preparan campaña *Guardia Nacional está contigo*

El objetivo es posicionar al instituto como cercano y confiable entre la población civil

ENRIQUE GÓMEZ

—nacion@eluniversal.com.mx

Luego de que la Guardia Nacional ya tiene su propia ley y fue adscrita a la Defensa Nacional, el Ejército

alista el pago de 7 millones de pesos para una campaña publicitaria con la que se busca “fortalecer la imagen y confianza en el instituto armado” y posicionarla como “cercana y confiable”.

La empresa beneficiada tendrá que producir tres spots publicitarios de radio y tres de televisión, tres cineminutos, 60 fotografías publicitarias y un video institucional de tres minutos.

Dicho material se utilizará en las campañas comunicacionales de este año denominadas *Guardia Nacional está contigo, 2025, Nuestros héroes, nuestra gente y Admisión 2026*.

El objetivo es incrementar los niveles de confianza, cercanía y respeto de la población civil hacia el Ejército, Fuerza Aérea y Guardia Nacional, así como el sentido de pertenencia y espíritu de cuerpo de sus integrantes.

| **NACIÓN** | A4

EL DATO

La Guardia Nacional inició operaciones el 30 de junio de 2019 como un cuerpo de seguridad pública.



Van por posicionar a la Guardia Nacional como confiable

La Sedena prepara **campaña publicitaria que costará 7 mdp**; expertos advierten estrategia para resarcir imagen negativa de elementos castrenses

ENRIQUE GÓMEZ

—nacion@eluniversal.com.mx

Después de que ya cuenta con su propia ley con nuevas facultades y de las críticas por el cambio de mando a la Secretaría de la Defensa Nacional (Sedena), el Ejército Mexicano prepara una campaña publicitaria de la Guardia Nacional (GN) con el fin de "fortalecer la imagen y confianza en el instituto armado" y posicionarla como "cercana y confiable".

La Sedena hizo la adjudicación directa a Heurística Comunicación por 7 millones de pesos, empresa que ha obtenido contratos en la administración del expresidente Andrés Manuel López Obrador y de la presidenta Claudia Sheinbaum (desde 2018 Morena y sus gobiernos le han adjudicado alrededor de 160 contratos).

El adjudicado el pasado 20 de junio, que será firmado el próximo 4 de julio, establece que la campaña deberá proyectar la infraestructura con desarrollo tecnológico y capacidad operativa de la GN, así como a su personal adiestrado "que respeta los derechos humanos (...) contribuye al desarrollo del país y fortalece las relaciones cívico-militares".

"El objetivo fundamental de las campañas comunicacionales y los productos gráficos audiovisuales que las integran (...) es incrementar los niveles de confianza, cercanía y respeto de la población civil hacia el Ejército, Fuerza Aérea y Guardia Nacional, sentido de pertenencia y espíritu de cuerpo de los integrantes de esta secretaría, a través de mensajes claros y efectivos, dirigidos a audiencias específicas en cada región del país", especifica el estudio de acreditación del contrato.

La empresa beneficiada tendrá que producir tres spots publicitarios de radio y tres de televisión, tres cineminutos, 60 fotografías publicitarias y un video institucional.

El material se utilizará en las campañas comunicacionales de 2025, denominadas *Guardia Nacional está contigo, 2025, Nuestros héroes, nuestra gente y Admisión 2026*.

"La población objetivo que se planea impactar son todos los segmentos de la población, ubicados tanto en comunidades urbanas como rurales dentro del territorio nacional. Este universo de personas constituye lo que en términos de comunicación se conoce como población objetivo primaria y está conformada por mujeres y hombres de todos los grupos de edades (13 a 18, 19 a 24, 25 a 34, 35 a 44, 45 a 64 y 65 años o más) y todos los niveles socioeconómicos (NSE) (AB, C+, C, D+, D y E)", detalla la adjudicación.

Buscan contrarrestar daño a imagen

Con la campaña publicitaria nacional que está preparando el Ejército se busca resarcir la imagen de la Guardia Nacional, ya que algunos de sus integrantes se han visto involucrados en actos de represión o ejecuciones extrajudiciales, dijo David Saucedo, especialista en seguridad pública, en entrevista con EL UNIVERSAL.

"Hay un desgaste. En algunas encuestas ya se alcanza a apreciar una erosión de la imagen de la Guardia Nacional porque se ha visto involucrada en actos de represión, en ejecuciones extrajudiciales, en el uso excesivo de la fuerza. Han fallecido civiles por el uso excesivo de la fuerza por elementos de tropa de la Guardia, que han hecho detonaciones hacia personas que no estaban armadas, es decir, si hay eventos en distintas regiones del país, también ha habido manifestaciones en contra de la Guardia, pero el grueso de la población sigue teniendo una opinión positiva", consideró.

Sin embargo, el especialista dijo que la campaña no es para contrarrestar algún daño a la imagen de la Guardia Nacional por la militarización, ya que la mayoría de la sociedad está de acuerdo, según encuestas.

"Lo que hemos visto es que la ciudadanía no está en contra de la militarización (...) en las encuestas que yo conozco, tanto de empresas encuestadoras nacionales como del gobierno federal, la ciudadanía no ve mal la militarización, la ve bien, no hay una connotación negativa, esa la tenemos el círculo rojo, pero el grueso de la población está a gusto, satisfecha con la imagen de las Fuerzas Armadas combatiendo la inseguridad. No creo que vayan a eliminar este factor de imagen militar, que es más reductible para ellos", explicó.

Para Saucedo, la campaña publicitaria también tendrá la finalidad de posicionar la imagen de las Fuerzas Armadas contra la del secretario de Seguridad, Omar García Harfuch, quien es un potencial candidato presidencial en 2030.

"Tengo la percepción de que parte de las estrategias de comunicación de la Sedena y de la Guardia también son para contrarrestar a Omar García Harfuch, que tiene altos niveles de aprobación, también unos altos niveles de conocimiento a población abierta, tanto que ya de manera prematura se le candidatea como posible perfil de Morena hacia la Presidencia de la República en 2030. Y hay un enfrentamiento entre el ala militar y el ala civil del gabinete de seguridad, pero en el ala militar no hay nadie que contrapesa la imagen de García Harfuch", aseguró. ●

DAVID SAUCEDO

Especialista en seguridad pública

"Tengo la percepción de que parte de las estrategias de comunicación de la Sedena y de la Guardia también son para contrarrestar a Omar García Harfuch"





La campaña no es para contrarrestar algún daño a la imagen de la Guardia Nacional por la militarización, ya que la mayoría de la sociedad está de acuerdo, afirma un especialista.

