Una tesis muestra el papel de la publicidad contra el narcotráfico - Levante de Castelló - 24/05/2016

Una tesis muestra el papel de la publicidad contra el narcotráfico

▶ El texto se centra en la legitimación mexicana de la lucha armada contra esta problemática en dicho país

LEVANTE DE CASTELLÓ CASTELLÓ

■ La tesis presentada en la Universitat Jaume I por Hermes Ulises Prieto Mora sobre la narrativa dada al conflicto por el narcotráfico en México durante el sexenio del presidente Felipe Calderón a través de la publicidad institucional mexicana, ha puesto de manifiesto cómo, más allá de ser empleada como una herramienta comunicativa para la promoción social y la transformación del conflicto, la publicidad oficial fue utilizada para legitimar la estrategia armada de combate al narcotráfico en el país norteamericano.

A través de un análisis cualitativo a 127 piezas publicitarias, la investigación señala que la publicidad transmitió una imagen sesgada sobre el conflicto por el narcotráfico, donde las fuerzas armadas son presentadas como redentoras, los presuntos criminales como enemigos y traidores a la patria y la sociedad civil como un sujeto no empoderado que necesita de protección y tutela por parte del Gobierno Federal, además de presentarse la lucha armada como la única estrategia válida para hacer frente al narcotráfico. Por su parte, la paz o las culturas de paz son promovidas de manera ínfima y circunstancial en el relato publicitario.

El autor de la tesis recuerda que México se encuentra inmerso en una espiral de violencia desde que en diciembre de 2006 el entonces presidente, Felipe Calderón decidiera utilizar a las fuerzas armadas a gran escala para enfrentar al crimen organizado, estrategia que ha generado más de 100.000 homicidios en la última década y varias decenas de miles de desaparecidos. Prieto se muestra convencido de la imperante necesidad por revertir esta situación, afirmando que: «un reto de tal importancia como el narcotráfico internacional requiere de acercamientos interdisciplinarios».

Por ello propone en su investigación que la publicidad oficial mexicana debería ser empleada como un elemento de promoción de culturas de paz que pudiera ayudar a la transformación del conflicto en México a través del empoderamiento de la ciudadanía.

La tesis «La promoción de culturas de paz en la publicidad oficial: el caso del Gobierno Federal Mexicano (2006-2012) en el marco del conflicto por el narcotráfico» fue defendida el 6 de mayo, obteniendo la calificación sobresaliente *cum laude*. La tesis ha sido dirigida por las doctoras Eloísa Nos Aldás y María José Gámez Fuentes, profesoras del Departamento de Comunicación de la UJI.