

Una guerra de mensajes

La presentación del presente escrito es con la finalidad de desmenuzar el hecho que somos bombardeados a diario con mensajes que influyen en nuestra toma de decisiones, desde que usamos la palabra “bombardear” hacemos alusión a una analogía de guerra.

Por fortuna, la guerra a la que hacemos referencia nunca es ni será en forma bélica, en la que podamos hacer un daño físico, nos referimos a una guerra de mensajes, precisamente que como son dirigidos, siempre hay un motivo a la fuente que los produce, es por ello que, para motivos electorales, hemos decidido hacer la analogía a una “guerra” entre ejércitos para poder convencer sin pelear a la población de que nuestro “general” es mejor que los demás por la forma en que emitimos los mensajes.

Ahora, si vamos a hablar de guerra, necesitamos como cabecera una bibliografía para poder soportar nuestra analogía de guerra, y que mejor que el fabuloso libro de “El arte de la guerra” de Sun Tzu, libro que fue escrito hace más de 2 mil años, y que durante la plática, haremos constantes menciones de lo que escribe Sun Tzu, lo cual es fabuloso porque a pesar del tiempo que tiene el libro, cuando la tecnología ha cambiado, la forma de pensar, la forma de llevar a cabo una guerra, el libro sigue estando vivo, precisamente porque se puede tomar como analogía y tomar todas las referencias e instrucciones adaptándola a nuestras necesidades.

Preparativos

Hablar de preparativos es hablar de la guerra misma, es por ello que, aunque suene demasiado obvio, necesitamos tocar algunos puntos de interés.

Dentro de los partidos políticos existe una parafernalia para la designación de su nuevo candidato, y tal cual como si fuera la misma era medieval, el candidato debe cumplir muchas expectativas internas, porque será el que represente al partido, debe sortear pugnas

internas por que al igual que él, muchos se quisieran ver cómo los futuros reyes temporales en la sociedad, todos se sienten merecedores a ocupar tal cargo, sin embargo no todos pueden llegar a serlo, solo uno llegará pero ¿qué se necesita para ocupar el título y dirigir el ejército para luchar por la ciudad? Y hablaremos de un punto que se llama Validación. La validación, aunque las personas no entiendan o conozcan el término, se adaptan y aceptan la imposición de algo o alguien involuntariamente, es por ello que la validación es lo más importante durante cualquier proceso en el que interviene la opinión pública, y es lo primero que se debe buscar, ya que si la validación no existe, para la sociedad tampoco va a ser válido cualquier intento de representación por no estar “validado” por la autoridad (que en su momento también fue validada por alguien) pero imaginemos un cuadro para hablar de validación.

En una sala del palacio invitan a los principales personajes del grupo conquistador (llámese partido político) y se les comenta que en pocos minutos entra el futuro rey, entre ellos existe la expectativa y sus pláticas se centran en todas las características que debiera tener el futuro rey, ponen sus aspiraciones y todo lo que ellos quisieran llegar a ser, son las características que quieren imponer al nuevo representante, de pronto, se abre una puerta y entran a la sala 5 hombres totalmente desnudos.

La sorpresa de los asistentes se vuelve grande, por no entender lo que está sucediendo en la sala, los hombres se ponen en línea recta delante de los espectadores para que los observen, a simple vista todos parecen iguales, tal vez de diferente color de piel, pero finalmente se ven como simples humanos como los que están sentados, sienten, ríen, lloran y pueden causar por sus decisiones mucho bien o mucho mal. De pronto uno de los organizadores del evento les dice a los que están sentados “uno de los 5 es el rey” pero ¿Cuál es? Que pudiera ser lo que hace la diferencia si a simple vista lucen igual.

Un cardenal con todo su séquito de pronto entra por la puerta, entre incienso y cánticos, y se dirige al segundo del lado izquierdo, eleva una plegaria al cielo, le pone humo aromático, reza en voz alta y le dice: Por la autoridad que me ha sido conferida por el Dios que represento y por la santa iglesia que nos rige, Yo el cardenal te nombro Rey para representar nuestras huestes que conquistaron territorios para nuestro imperio.

En ese momento la atención de los de la mesa, se centra únicamente en el que fue proclamado por la autoridad y los demás pierden valor porque ya hay una validación hacia una persona, ante la sociedad los líderes de la mesa se encargarán de dar a conocer al designado y será más fácil la aceptación pública.

Surgen muchas preguntas al respecto, lo sé, y pondré solo una sobre la mesa, ¿qué debió pasar para que el cardenal aceptara validarlo? Porque detrás de cada validación de importancia, existen muchos parámetros que se tienen que tomar en cuenta, y los partidos políticos son los encargados de hacer las validaciones de los candidatos, y recae una responsabilidad enorme en tomar las decisiones, por lo tanto, el hombre que obtiene la validación, debe cuidarla como su bien máspreciado, rodearse de los hombres mejor preparados y leales que posean la capacidad de tomar decisiones que abonen a la consolidación de la campaña que está por iniciar.

Los que nombraron al futuro Rey, fueron validados por alguien de más alto rango, y ahora el designado, tiene la responsabilidad de validar a quienes lo van a rodear durante el tiempo que dure la guerra, y ellos a su vez harán lo mismo con sus allegados.

La preparación de la campaña depende principalmente de las personas que valides, ya que serán tu capital humano que sostendrá la guerra.

El futuro Rey

Hablar del futuro rey pareciera que es lo más importante de la guerra, y lo es, por que es el que va a representar a todo el equipo, pero detrás del rey hay cosas de suma importancia que se deben considerar antes de presentarse a la opinión pública.

Como veíamos en el punto anterior, a diferencia de los reinados donde la designación era heredada, hasta que la misma sinergia de las cosas orilló a las personas a darse cuenta que no tenía que ser así, ellos necesitaban a alguien que entendiera su manera de vivir, alguien que estuviera acostumbrado a ensuciarse las manos trabajando como ellos, y no tener a parásitos reales únicamente viviendo entre lujos y excentricidades, la gente de la ciudad necesitaba alguien que emergiera de entre ellos, y como una olla de presión que explota, orilló a la gente de la ciudad a buscar entre ellos quién sería capaz de representarlos, de

gobernarlos y poner orden entre los tantos quehaceres de la ciudad, así que entre ellos decidieron.

Esto se aplica en el proceso histórico de la ilustración, no es una época artística, más bien es un proceso que era necesario y que revolucionó la manera de pensar principalmente en Europa, y aunque la palabra democracia no es una palabra nueva ni de la época, no era practicada en los lugares donde se tenía rey, por que no era necesaria, sin embargo las personas evidentemente estaban cansadas de estar sometidas a un régimen podrido que es lo que causa el estancamiento, y se cometían abusos, la voz del pueblo no era ni siquiera tomada en consideración y esto llevó a un hartazgo social que terminó estallando en un movimiento que transformó al mundo por completo, la revolución francesa.

Este movimiento no debe pasar desapercibido para quienes quieren convertirse en futuros reyes, por la sencilla razón que si entendemos el resultado de esa revolución, pudieras entender perfectamente cualquier necesidad pública y cuáles son los resultados de no hacer lo que las personas de la ciudad quieren o necesitan.

Es por ello que la responsabilidad que cae sobre el futuro Rey, debe ser tomada con responsabilidad y cordura, ya que las validaciones públicas que se darán en adelante, serán primordiales para la continuidad del reinado sobre la ciudad, y cada acción que realice será pasada por la lupa de la opinión y será blanco de ataques de los contrincantes, y así como en la antigüedad, su vida privada se convertirá en la novela que dará de qué hablar en la ciudad a conquistar, desde sus gustos personales hasta sus más excéntricas actividades incluyendo su familia y cortesanos, ellos serán los que estén en boca de la ciudad a conquistar y hay que ser cautelosos con lo que digan y hagan, por que todo finalmente recaerá sobre el Rey.

Lo que se cuenta en la ciudad, es lo más importante de la guerra ¿Es un rey sabio? ¿Es un rey educado? O es un tirano al que hay que tenerle miedo, y como servidores del rey, hay que propiciar los comentarios positivos hacia nuestro representante, por que de su reputación dependen muchas familias que aspiran a llegar a conquistar la ciudad, por eso hay que hacer uso de cada recurso que se tenga a la mano para propiciar los comentarios positivos hacia nuestro rey, y eso no se puede generar solo, eso es un trabajo de inteligencia

en donde podamos hacer llegar los buenos comentarios para que sean esparcidos por la ciudad, por ejemplo: El sacerdote, la maestra, el doctor, la señora del aseo, la encargada de la escuela, etc etc, todos ellos son medios de comunicación que fortalecerán si lo propiciamos y cuidamos o perjudicarán nuestra empresa con comentarios negativos hacia nuestro ejército.

De igual manera tenemos que cuidar las campañas en contra de nuestro Rey, por que al ser motivo de escrutinio público, los generales de los otros ejércitos que quieren conquistar la ciudad, emitirán rumores y comentarios maliciosos hacia nuestro representante, con la finalidad de dañar y hacer más complicado nuestro avance hacia la ciudad.

Por su parte, el rey deberá preocuparse de que sus actividades den de que hablar positivamente, conviva con las personas que esparcirán los comentarios de que es una buena persona y merece ganar la guerra que está por venir, no hay nada más fuerte para provocar la apertura de las personas mas que la misma interacción y romper de lleno todos los comentarios implantados de los opositores, el saludar de mano, compartir los alimentos, bailar, cantar, bromear, son actividades que generan un gran impacto a las personas y no se necesita invertir grandes sumas de dinero en esas actividades de impacto.

Esa construcción de opinión, no puede ser generada de la noche a la mañana, el rey, tuvo que hacer previamente “labor campirana” acorde a su temperamento, que sea creíble lo que realiza, sin verse forzado, por que si no, caerá de la gracia de la ciudad y eso no abonará en absoluto para la campaña, si el rey no tiene las aptitudes del baile (como peña) causará burlas, es por ello que en el trabajo previo a la validación por parte de las autoridades que lo nombren representante, deberá existir un trabajo de campo excelente para que durante la campaña sea más fácil la presentación del rey como aspirante a la conquista de la ciudad. Recordemos que es una guerra de mensajes, y los mensajes no solo son escritos o verbales, existe un gran abanico de posibilidades que permiten enviar mensajes, desde su forma de vestir, su comportamiento, sus gestos, sus amigos, sus reuniones, y todo absolutamente todo lo que rodea al rey genera mensajes que la ciudad aprobará o desaprobará durante la toma de la ciudad.

La línea que divide la cordura de la locura es muy delgada, el papel de rey no es nada sencillo, por que mantener el mensaje correcto ante la gente de la ciudad es un trabajo que se debe tener bajo control, y aquí entra la correcta visualización del elegido para poder

validar a su equipo que le ayudará a mantener el control de los mensajes que serán recibidos por la ciudad a conquistar

El ejercito

Quien no ha escuchado esa cancion de los fabulosos cadillacs donde a ritmo de tambores cantan “matador, matador, tus palabras matan” ¿lo leiste cantando? Yo tambien, esa canción habla de una gran verdad, por que además el grupo que la compuso, tuvieron que basarse en dos personajes, uno real y otro ficticio, las palabras pueden llegar a causar heridas que matan, pueden causar los problemas más grandes que te puedas imaginar, o pueden llegar a calmar problemas, pero siempre está de por medio la palabra, si nos fuéramos al principio biblico donde Dios dijo: Sea la luz, y fue la luz, es la representación mas poderosa que puede existir hacia la fuerza de la palabra y lo que se puede hacer hablando, al punto que a donde quiera que voltees existen cosas que fueron hechas atraves del poder de las palabras, si te pones a pensar, los problemas que tienes fueron causados por que “alguien dijo” o por que “escuchaste tal o cual cosa” pero eso tambien tiene la inversa, los problemas se solucionan hablando y transmitiendo los mensajes correctos, el mundo a nuestro alrededor fue hecho con palabras y eso es el poder de la palabra, si nos vamos a la historia de la humanidad, hubo líderes que transmitieron el mensaje correcto y miles o millones de personas les creyeron y fueron capaces de llevarlos a realizar proezas o puntos historicos en donde muchos de esos seguidores estuvieron de acuerdo en llegar hasta ofrecer su vida por los ideales de un líder que supo poner las palabras adecuadas en las personas para que los pudieran seguir.

Si estas viendo esta presentación, está hecha de palabras y fue proyectada a través de ordenes firmadas con letras y mensajes, la casa donde vives fue hecha obviamente con material de construcción, pero finalmente fue realizada a través de ordenes y conjuntos de palabras que si hubieran sido mal dirigidas, tendrías por casa algo totalmente diferente a lo que tienes en realidad, entonces el poder de la palabra es infinito, por que puede destruir o construir todo lo que nos rodea, por lo tanto es el arma más poderosa que existe al momento de enfrentar una guerra, aun en la antigüedad cuando los ejércitos se enfrentaban, primero

había diálogos en donde se podía provocar, suavizar o llegar a acuerdos antes de derramar sangre en los campos de batalla, ¿Te imaginas cuantos ejércitos se rindieron antes de entrar a la batalla por haber recibido los mensajes adecuados?

Tu ejército debe comprender perfectamente este concepto, y por supuesto debería conocer la bandera que tienes como representación, para que todos ellos sean portadores del mensaje que servirá como arma para que los moradores de la ciudad abran la puertas voluntariamente, y para que eso se lleve a cabo, necesitamos proveer a nuestro ejército de las herramientas necesarias para que por medio de la poderosa arma de la palabra sean quienes hacen llegar el mensaje a los lugares correctos para poder ganar el discurso que puede hacernos ganar el lugar a donde vamos a gobernar.

La ciudad

La gente necesita de qué hablar, a quien admirar y sentir que alguien los representa y eso no cambia ni cambiará, pudieran cambiar las formas de pedir o las herramientas para hacer llegar esas necesidades y convertirlas en públicas, pero la esencia principal sigue siendo la misma, no cambia por que la raza humana tiene grabadas internamente los mismos patrones generales de comportamiento sin importar si se conocen, vivan en el mismo lugar o hablen otro idioma, pueden variar las costumbres y estilos de vida, pero los patrones de comportamiento son exactamente igual todos los que vivimos bajo el cielo del planeta tierra.

Existen varios patrones de comportamiento que su reacción en las personas se produce de la misma manera, Miedo, alegría, angustia, tristeza, sorpresa, enojo, aburrimiento, pena, tanto así que las reacciones faciales y corporales son exactamente igual en todos los seres humanos y estos comportamientos los debe conocer perfectamente el futuro rey, por que cada decisión que tome causará una reacción en las personas y por consiguiente habrá consecuencias, buenas o malas, pero un mensaje dirigido a la población, siempre tendrá

repercusiones, es por ello la necesidad de tener siempre el mensaje correcto con las palabras correctas, recordemos que con palabras se puede inciar una guerra y con palabras se puede evitar una guerra..

En este punto, me gustaría platicarte algo que estoy seguro servirá para ilustrar lo que digo, Yo soy un amante de la magia, y me gusta realizar como pasatiempo trucos mágicos a las personas, y he hecho trucos a infinidad de personas, y la reacción que tienen cuando ven el efecto es exactamente igual, no importa si hablan mi mismo idioma, no importa si nunca nos hemos visto, la reacción es exactamente igual.

Uno de mis miedos era hacer un efecto de magia delante de publico y que este me sorprendiera con el “secreto” por que a mi forma de pensar son muchos ojos los que me ven, pero en una ocasión platicando con un mago veterano me dió la catedrá mas importante, no solo para la magia, sino para mi vida profesional y quiero compartirlo contigo, el me dijo: Tienes que aprender que un publico siempre se trata como una sola persona, no importa si son dos, diez, cien o mil, siempre te tienes que acostumbrar a que todo grupo de personas reacciona exactamente igual que una sola persona, es por ello que aveces llegarás a un grupo de personas en el que te vas a sentir muy agusto, y otras veces llegarás con otro grupo con los que te vas a sentir incomodo, pero todo grupo absorbe la personalidad de un lider, y cuando entiendas a ese lider, encontrarás la forma de llevarte con el grupo, y así fue, comencé a ver los grupos como un solo “ente” y comencé a sentirme mas cómodo, para hablar, para comportarme y para poder interactuar con ellos.

Y en la ciudad pasa exactamente lo mismo, cuando comprendes que al momento de dirigirte a la ciudad es como hablarle a una sola persona, tu forma de conquistarla va a cambiar, habrá opositores como en todos lados, pero el grueso de la población sigue siendo tu misma persona a quien tienes que convencer de quien eres, además si en vez de hablar en plural les hablas de “TU” al grupo, cada quien va a personalizar el mensaje como si fuera suyo y entonces los mensajes tendrán sentido por que cada quién tomará lo necesario de tu mensaje, así que tu decidirás si entras a la ciudad como un rey que conquistó tirando todas las casas de la población y a la fuerza, o si llegas como un rey que supo escuchar al pueblo

conquistado, sabiendo y supliendo sus necesidades para que tu reinado en ese lugar sea más fácil de llevar.

EL clima

Durante la presentación siempre estaremos hablando en analogías de una guerra, es por ello que si hablamos de clima, inmediatamente nos imaginamos si está lloviendo, o si hace calor, sin embargo, cuando se habla de este término, es cómo se siente el ambiente y no precisamente hablando en términos atmosféricos, seguimos hablando de analogías ¿como se siente el ambiente cuando hay problemas en una ciudad? pudiéramos decir que se siente la incertidumbre en todos lados, o ¿cómo se siente el ambiente cuando hay abundancia? se pudiera decir que se siente un ambiente de tranquilidad y se refleja en cada uno de los habitantes, sin ir más lejos, en México actualmente se vive un periodo en donde la inseguridad está a diseminada por todos lados ¿como te sientes cuando sales a algún lugar en la noche? te aseguro que sientes temor de encontrarte en el lugar y hora menos equivocadas por que no sabemos a ciencia cierta lo que esté pasando a nuestro alrededor, entonces por consiguiente el ambiente que se siente en muchos lugares es inseguridad, miedo, es prácticamente como el clima meteorológico, hay lugares más “calientes” que otros, por consiguiente la forma de vida, de comer, de vestir, cambia.

Si tu ejército está en campaña en una ciudad, debes conocer perfectamente el clima que vive esa ciudad, te dará un panorama general de que es lo que necesitan escuchar las personas que están viviendo en esa zona, hagamos una analogía.

La ciudad a conquistar, esta viviendo una temporada de calor, en donde toda la comida se pudre, el agua está caliente, el calor insoportable durante la noche, no hay lugar en donde se pueda estar tranquilo sin estar sudando, evidentemente ellos tendrán lugares en donde puedan mitigar un poco la sensación de calor pero finalmente todos están padeciendo la ola de calor, incluyendo a tu ejército.

Si tus espías hicieron bien su trabajo de investigación, debiste prever que en la ciudad a conquistar tienen ese problema, y debido a que tienes las herramientas para salir adelante.

Por eso, Joseph Napolitan, el prestigioso consultor político sostiene: *“El definir el mensaje que el candidato debe comunicar a los votantes es algo crítico para el éxito de la campaña y aquí es donde una encuesta es invaluable. Yo, personalmente, no trataría nunca de dirigir una campaña sin encuestas adecuadas, del mismo modo que no intentaría cruzar el Atlántico sin una brújula.”*

Investigación

¿Serías capaz de ir a un lugar donde no sabes si va a hacer frío o calor? Tal vez si fuera una aventura pasajera sería una experiencia inolvidable, saber que llegaste a un lugar donde estaba lleno de zancudos y no se te ocurrió llevar algún repelente de moscos, o que hayas visitado algún lugar de interés y no traías batería en tu celular para tomar algunas fotografías, porque esas anécdotas no tienen precio para después contarlas con los amigos y morirse de risa, pero ¿Invertirías tu dinero en algún negocio desconocido? ¿Llevarías a alguien de tus seres queridos a algún lugar peligroso por no haber investigado? Ahí el concepto de investigación comienza a cambiar de importancia, ahora, si nos referimos a una campaña electoral, sucede exactamente lo mismo.

¿Te atreverías a participar en una campaña electoral sin ningún tipo de investigación? La respuesta casi estamos seguros de cuál será, he visto infinidad de campañas sin un objetivo claro de qué es lo que persiguen, los ejércitos piensan que el objetivo es conquistar la ciudad, pero si pelean de esa forma, están perdidos, ganar la ciudad es el resultado de una serie de estrategias con objetivos que trae como consecuencia el triunfo sobre los demás adversarios.

La campaña electoral más cara es la que se pierde, y con este dicho comenzaremos a hablar de la investigación y que es lo que necesitamos investigar.

Escribiré algunas preguntas básicas para ilustrar el tema, pero de cada punto se pueden desprender muchos puntos a los cuales hay que tener especial cuidado, porque cualquiera de las respuestas, pudiera ser una oportunidad para poder hacer llegar mensajes que pueden ser beneficios para nosotros en caso de que hubiera respuesta positiva.

Personajes: ¿Quiénes rodean al candidato? ¿Cuáles son sus más allegados? ¿con quién está haciendo tratos? ¿Con quién hace negocios? ¿Quién le hace el aseo? ¿Quién lleva sus finanzas? ¿Quiénes son sus amigos de parranda? Etc.

Historia: ¿Qué acontecimientos importantes tiene el lugar? ¿Quién ha gobernado? ¿Mi ejército ha ganado? ¿por qué hemos perdido? ¿Por qué hemos ganado? ¿con cuánta diferencia? ¿Qué colonias o comunidades están ganadas? ¿Qué colonias o comunidades están perdidas? etc.

Lugares: ¿qué lugares frecuentan los de la ciudad? ¿Qué lugar tiene problemas? ¿En dónde la gente está contenta? ¿Qué lugares son las fortalezas de mis adversarios? ¿en dónde escasea el agua? ¿En dónde falta comida? ¿En dónde hay abundancia de comida? ¿En dónde se reúnen mis adversarios? etc.

Actividades: ¿Qué festividades próximas hay? ¿Cuándo entrenan mis adversarios? ¿Cuándo van a ir a colonias o comunidades? ¿Cuándo entrenan? ¿Van a tener algún mitin importante? ¿Van a ir a una plática con algún medio de comunicación? Etc.

Clima: A diferencia de los puntos anteriores, el clima al que hacemos referencia no es físico, es el ambiente que se mueve en la ciudad ¿Están enojados? ¿Por qué? ¿Falta trabajo? ¿han sido maltratados por las autoridades? ¿hay descontento por algún tema en especial?

Y a estos puntos básicos le podemos sumar infinidad de preguntas que durante la campaña nos serán de utilidad para siempre estar adelantados a lo que vaya a hacer el adversario.

La investigación es de vital importancia para la campaña y hay mucha información que la encontrarás libremente en instituciones gubernamentales que se dedican a la investigación, que basta con echar mano de las herramientas adecuadas para eso y hacer tu compendio público, pero mucha otra información jamás la podrás encontrar públicamente por que son “secretos de estado” que para encontrarla necesitas estar “presente a distancia” pero ¿cómo vas a realizarlo? Y para entenderlo necesitamos viajar en el tiempo a la antigüedad ¿cómo lo realizaban ellos? Y la respuesta es con espías.

La palabra espía (el que observa en secreto para obtener información) viene de una raíz germánica spähen (ver a lo lejos) que dio spy en inglés, Spion en alemán y espion en francés. De ahí derivamos espiar, espíar, espiador, espionaje, etc.

A pesar de que hablar de espionaje remonta a películas detectivescas no lo es así, el espionaje y la infiltración se ha utilizado desde la antigüedad para poder documentar secretamente los alcances del enemigo y por cierto muchos de ellos son llamados traidores por que engañan a quienes lo consideran amigo, pero es importante mencionar que jamás invitaremos a realizar actividades fuera del marco de la ley, existe un dicho muy popular que dice “en la guerra y en el amor todo se vale” lo que no se vale y quiero recalcar por segunda vez en el mismo párrafo es: Jamás se debe traspasar la ley, pero sigamos hablando del tema...

Es muy común tener infiltrados durante las jornadas electorales que alimentarán de información a nuestros adversarios, ha pasado que la persona menos pensada resulta ser el infiltrado y las decepciones que te puedes llevar son mayúsculas al momento de hacer el recuento de daños morales que se sufren en la campaña, a mi parecer creo que resulta ser lo más doloroso cuando por descuido llega a pasar, pero nuestro chip interno debe de cambiar, debemos estar actuando siempre en delantera y recordando el punto central de nuestro libro

de cabecera de sun tzu “El arte de la guerra, es el arte del engaño” sin pasar por los temas morales, la mejor batalla es en donde no peleas.

Ahora, esa técnica que mencionamos de estar físicamente con un infiltrado, con el paso del tiempo ha ido evolucionando, al punto que ahora se puede realizar investigación de campo de manera digital, por lo que se ha acuñado un término del que debemos tener especial cuidado, la ciberseguridad.

La investigación no es un campo para cualquiera, por que en parte es la base de lo que será la campaña, esa investigación será la base de lo que se va a crear para que la gente de la ciudad conozca de ti, servirá para hacer el discurso que repetirás una y otra vez hasta que llegue a ser parte de la vida cotidiana de la ciudad e implantes una forma de pensar en la población, por ejemplo, si los resultados de la investigación es que no hay agua en la zona, tu discurso y actividades públicas deben estar dirigidas a esa problemática, por que además según el clima social, estará hablando de esa problemática en específico, si los resultados lo amerita, tu campaña tendría que estar basada en el tema, y hacer propuestas sobre el agua, como la vas a traer, de donde vas a obtener recursos, la reglamentación de la acumulación de agua y mil temas posibles sobre esa problemática, además con la investigación te presentarás como un conocedor del tema, ganarás adeptos a tu bandera y si los adversarios quisieran apoderarse de tu bandera, tendrás los elementos para defenderla y hacerlos quedar como ignorantes al hablar de temas que no les corresponden, por eso la importancia de la investigación.

Propaganda

Todos hemos escuchado de la palabra propaganda y la relacionamos automáticamente con los volantes que se dan para la apertura de un negocio e inclusive a los regalos que se dan durante la campaña electoral, pero es necesario entender el concepto de la palabra para poder hablar del tema.

Etimológicamente la palabra propaganda **proviene de propagar, tomada del participio de futuro pasivo del verbo latino propagare que significa 'perpetuar, acrecentar, extender'.**

Entonces propagar como lo indica la palabra, no solo se refiere a la publicidad impresa que se pretende entregar a la ciudad, hablar de propaganda, es hablar de propagar ideas, propagar la manera de pensar del elegido, para que la ciudad se entere de los planes y ablandar el camino que abrirá las puertas.

Entregar un anuncio que contenga solo la información del elegido con su emblema de partido, no será nunca suficiente, porque dejará muchas aristas abiertas en la mente de la ciudad y se convertirá en basura física o digital el haber desperdiciado ese material y tiempo invertido de los habitantes de la ciudad en ver ese material, decirles tus intenciones no es más que recursos desperdiciados que pueden ser utilizados de mejor manera para propagar tus ideas.

Hablar de publicidad no es lo mismo que hablar de propaganda, y hay mucha confusión en esas palabras, y nosotros al entrar a un concepto de guerra, debemos entender completamente la diferencia por qué será de mucha utilidad durante la guerra de mensajes que estaremos librando con nuestros adversarios, ya que el objetivo final es la conquista de la ciudad, conocer las armas que utilizaremos para nuestro fin, debiera ser nuestra objetivo inicial.

Publicidad es una herramienta que su principal objetivo se basa en dar a conocer productos que satisfagan las necesidades de personas, en este intercambio de ideas permite convencer a las personas de que un producto es bueno y por lo tanto existirá un beneficio económico de por medio para el emisor de la publicidad, y una satisfacción al comprador del producto, es evidente que para la realización de tal actividad, se aplican un conjunto de procesos y conceptos que permiten convencer al comprador de que el producto o servicio ofrecido es mejor que la competencia, para hacer uso de la publicidad es necesario la utilización de algunas facetas similares a la propaganda, pero el fin es completamente distinto.

Por su parte la propaganda, tiene como finalidad la modificación de pensamiento y conductas, de tal forma que la influencia sobre la población generalmente va dirigida hacia temas religiosos, políticos y culturales, cabe mencionar que la forma de presentarla a la ciudad es muy similar en algunos aspectos de ahí su confusión, pero como analistas de la información que se va a presentar, debes conocer la diferencia por presentar al elegido como un producto es un error que muy común se realiza en muchas campañas políticas, presentar al candidato por que es “buena gente” o “guapo” pudiera influir en algunos casos dependiendo del clima social que se mueva en la ciudad, pero si la gente no ve un beneficio directo hacia ellos o su comunidad, generalmente va a ser muy complicado suavizar el corazón de los de la ciudad con temas de los cuales no obtenga un beneficio, vayamos a un cuadro que me tocó vivir al inicio de mi vida profesional para ilustrar.

Yo estudié para ser diseñador gráfico, y en mis inicios compre una pequeña máquina de offset y puse una pequeña imprenta para dar servicios de diseño e impresión, me dediqué prácticamente a los volantes publicitarios, diseñaba e imprimía a petición de los clientes y en una ocasión fui contratado por un partido político de otro municipio en el que yo vivía, me pidieron 20 mil volantes tamaño media carta en dos tintas que eran las de su partido, a lo que yo gustosamente accedí a realizar, la información del volante era muy poca, básicamente consistía en la foto del candidato, el logo del partido y haciendo una invitación para votar, siendo honesto yo no tenía idea de los procesos electorales, ni en qué parte de la campaña se encontraban, si era inicio o el final de la misma, mi compromiso se concretaba a entregar el producto solicitado, lo que sí recuerdo es que me comentaron que el candidato era piloto de avionetas y la intención era aventar los volantes desde el aire. Imprimí los volantes y cuando avisé por teléfono que ya estaban listos, me pidieron llevarlos al municipio del candidato, tomé mi vocho blanco modelo 1990, tomé carretera y los fui a llevar al punto indicado, en cuanto los recibieron, los subieron a una camioneta y dijeron que se los iban a llevar al candidato para que los subiera a la avioneta, me dijeron que si les hacía favor de ir a una tienda del centro de la ciudad por mi paga correspondiente, serían alrededor de las 11 de la mañana de un sábado y recuerdo que el centro y el mercado estaba con muchísima gente que bajaba de las comunidades, pasé por mi paga y para esa

hora ya hacía hambre, así que pasé a un puestecito de tacos que estaba afuera del mercado y de pronto escuché el rugir de un motor en el cielo ¡Era el candidato! La avioneta rugía a muy poca altura y de pronto ví correr a toda la gente por que la avioneta dejó caer muchos papeles, veía a la gente correr, gritar, empujar, pelear para lograr tener en sus manos esa información que caía del cielo de un pájaro metálico, yo seguía con mis taquitos de costilla con su salsita y su limon con mi coca por un lado, y podía escuchar la decepción de las personas que en cuanto veían de lo que se trataba, inmediatamente eran arrojados al suelo, cabe mencionar que el municipio era bastante pequeño y para el año 2003 aproximadamente, no tenía a la mano un moderno celular como los de ahora para documentar la acción, de una cosa estoy seguro, en el pueblo se habló del candidato, eso es innegable, pero qué hubiera pasado si un candidato diferente a él, hubiera puesto una bocina en el jardín principal y estuviera haciendo enojar a las personas por el mal proceder del gobierno en turno ¿Cuál de las dos actividades hubiera causado más conmoción en la ciudad? El caso es que en ese momento me sentí bien de haber jugado mi papel para esa actividad, pero ahora tiempo después me vienen a la mente preguntas y diferente forma de pensar al respecto ¿Las personas supieron de quien se quería hablar? EVIDENTEMENTE pero debe de haber algo mucho mejor que eso para ofrecerle a la ciudad.

Ahora veamos esta otra historia similar, en la que los resultados aventando algo de valor, convirtió a un puloto en un heroe de guerra:

Antes de la Segunda Guerra Mundial, Gail Helverson, un joven de Treemont, Utah, trabajaba en la granja de su familia. En sus descansos, observaba los aviones cruzar el cielo, despertando en él el sueño de ser piloto. En 1941, con la guerra en Europa intensificándose, Helverson se inscribió en el programa de entrenamiento de pilotos de Estados Unidos. Aunque esperaba ser piloto de combate, fue asignado a volar aviones de carga, una tarea que aceptó con dedicación.

Cuando la Unión Soviética bloqueó Berlín, Helverson se ofreció como voluntario para participar en el puente aéreo que abastecería a la ciudad. Durante esta misión, inspirado por un grupo de niños que encontró cerca del aeropuerto de Tempelhof, decidió lanzar barras de

chocolate atadas a pequeños paracaídas, creando una señal única al mover las alas de su avión antes de cada lanzamiento.

Este gesto de humanidad pronto se convirtió en un símbolo de esperanza en una ciudad devastada. En total, Helverson y otros pilotos lanzaron cientos de miles de paracaídas con dulces para los niños de Berlín. Su acción no solo alivió a los más pequeños, sino que también mejoró la percepción de los estadounidenses entre los alemanes, dejando un legado de compasión y bondad en medio de la guerra.

Que diferencia el poder transmitir mensajes, por un lado tenemos un mensaje frío y escueto, queriendo convencer de algo demostrando quien eres y con propuestas sin valor, y por otro lado tenemos a alguien que sin conocerlo, su historia pasó a la posteridad convirtiendo al piloto en un héroe de guerra por acciones pequeñas que retumbaron hasta nuestros días.

En la guerra no solo se vence con armas, las palabras son una arma poderosa que permite generar opiniones, emociones y comportamientos de las personas a quienes va dirigida.

Conclusión.

La presencia de mensajes en la vida cotidiana es más común de lo que tenemos presente, y la recepción permite a los receptores determinar muchas decisiones.

Los temas desarrollados durante la ponencia, es una completa analogía de la guerra, mismos que se presentan en el libro Una guerra de mensajes, de mi autoría.

Muchas gracias.

Gabriel Ibarra Báez

gabo@estrato.com.mx

Cel: 418 245 61 38

