

comunicación
y
percepción pública
de la
(in)seguridad

C3

Centro de Competencia en Comunicación para América Latina
Fundación Friedrich Ebert

www.c3fes.net

[1] El discurso de seguridad ciudadana progresista]

[**El discurso** (lenguaje, símbolos y prácticas)
construye la percepción
(emociones, afectos y pertenencias)]

Seguridad ciudadana progresista es buen discurso (político), pero no es “noticiable”.

- La seguridad como bien público
- Horizonte de los derechos humanos
- Solución comunitaria
- “ALGO MÁS QUE LA AUSENCIA DEL DELITO” ... “violencia social difusa” (Santiago Escobar).

[Sabemos pero no hacemos...]

- ↔ “Si no se comunica, no se existe”... pero (i) no se integra la variable de comunicación en el concepto, (ii) no se socializa el concepto ni sus realizaciones.
- ↔ **Sabemos pero no comunicamos:** “Ineficacia en la reducción del delito de la mano dura y la tolerancia cero”.
- ↔ **“Entregamos el ocio y el entretenimiento a la delincuencia”**
Santiago Escobar
- ↔ **“La seguridad es un bien de consumo: Objeto de mercado”**
Marylin Mason
- ↔ **“Siempre Llegamos tarde”:** La (in)seguridad es una telenovela: la vida es una tragedia, los ciudadanos somos princesas en manos de los villanos y en busca de galán [Machismo / Moral de la sobrevivencia / Estética de la repetición].

[comunicación y seguridad ciudadana]

- ↔ EL MIEDO es capaz de transformar el comportamiento ciudadano y con ello modificar las tendencias del crimen.
- ↔ Medir el miedo contribuye a formular políticas públicas más eficaces contra el crimen.
- ↔ El delito cotidiano (hurto y asalto + mitología) producen la percepción fundamental.
- ↔ Concepto que se traduce en minimalismo (acción ciudadana) y maximalismo (transformación del entorno)

[Cómo comunicar el discurso real de seguridad ciudadana]

- ↔ Lucha contra el miedo:
- ↔ Concepto
- ↔ Personalidad
- ↔ Estilo
- ↔ Beneficios
- ↔ Precios
- ↔ estrategias
 - ↔ la comunicación en el trabajo de la seguridad ciudadana
 - ↔ la comunicación del concepto
 - ↔ la comunicación de la experiencia y los sujetos con la sociedad

[2] ¿Cómo operar [CRITERIOS] el uso de los medios de comunicación social?

- i. [DISEÑO] Comunicación + comunidad + gestión + educación
- ii. [COMUNICACIÓN] Aprender a actuar en forma “veloz, compleja, mediática, incierta y flexible... y elitista (con la élita y en la forma)” (Santiago Escobar)
- iii. [MEDIOS DE COMUNICACIÓN] No son el enemigo, tampoco los súbditos son parte de la solución.
- iv. [POLITICA] Producción de culturas de confianza y políticas para creer.
- v. [MERCADO] Competir por el mercado de la seguridad (no consume seguridad, convivencia = producir estilo de vida)
 - ↔ Estéticas
 - ↔ Rituales
 - ↔ Relatos
 - ↔ Discursos

[3] ¿Cómo son **las campañas** de promoción de una política progresista?

- i. Campañas (propositivas, humor, ironía)
- ii. Eventos (coproducción con los medios)
- iii. Impactos (centro para quitar la estigmatización = tatuaje + vacunación contra el miedo...)
- iv. Cifras (ganar la mítica social)
- v. Relatos (trabajar sobre testimonios)
- vi. Geografías (actuar sobre comunidades concretas)
- vii. Mitologías (tomar en cuenta la experiencia de la vida de la gente)
- viii. Producción de experiencias de goce [Recuperar el ocio, el entretenimiento, el goce para la seguridad progresista]

[el discurso de seguridad en la práctica política]

[LENGUAJE] “La política de las palabras. La geopolítica de las metáforas. La semántica es una cuestión moral”.

[MÍTICA] “Los israelíes no son santos. Evidentemente, tienen habilidades para la guerra en cuanto a tretas maquiavélicas, operaciones y hasta rechazos se refiere. Sin embargo, en esta guerra, existe una señal de que ellos no la querían, sino que se les impuso como un destino maléfico”

Bernard-Henri Lévy

GRACIAS!!!

www.c3fes.net