OPINIÓN

Homeland Security, entre el odio y la ilegalidad

Por Emerson Segura Valencia · 24 de abril de 2025 · 3 min de lectura



Con la justificación de que el tema migratorio es una “emergencia nacional”, el Departamento de Seguridad Nacional de los Estados Unidos adjudicó de forma directa más de 200 millones de dólares a dos firmas ligadas al Partido Republicano para lanzar la polémica campaña publicitaria que estigmatiza a la población migrante.

El pasado 17 de febrero el Departamento de Seguridad Nacional encabezado por Kristy Noem anunció con bombo y platillo una campaña publicitaria de persecución, estigmatización y odio en contra de los migrantes indocumentados. Si bien Homeland Security aseguró al inicio que esta campaña había sido sometida al “proceso de adquisición competitivo”, procedimiento estándar que las agencias federales deben seguir para comprar bienes o servicios con dinero público, esto no fue así.

La declaratoria de Trump de una emergencia nacional en la frontera entre Estados Unidos y México constituyó "una urgencia inusual y convincente", por lo que sirvió como justificación para que las agencias federales eludieran el proceso competitivo habitual.

Así lo indica una base de datos federal de contratos que apunta a dos firmas. Una de ellas es People Who Think, LLC, propiedad de Jay Connaughton, un consultor político con sede en Luisiana que se desempeñó como asesor de medios para la campaña de Trump de 2016. Connaughton trabajó en octubre de 2023 con el ex gerente de campaña de Trump, Corey Lewandowski en la campaña del republicano Jeff Landry, para gobernador de Luisiana quien resultó electo. El vínculo de Lewandowski con Noem desde hace mucho tiempo que se remonta a su mandato como gobernadora de Dakota del Sur.

La otra empresa seleccionada para el contrato fue Safe America Media, LLC, que se constituyó en Delaware 11 días antes de la solicitud con una dirección a una propiedad del consultor republicano Mike McElwain.

Esto ya generó reacciones al interior de los estados Unidos, los demócratas de la Cámara de Representantes han iniciado una investigación citando preocupaciones sobre posibles violaciones de las normas federales de gasto y la adjudicación de contratos a empresas con vínculos con la campaña de Trump.

Según una carta enviada por el representante Bennie Thompson (D-Miss.) y el representante Gerry Connolly (D-Va.) a la secretaria del DHS Kristi Noem, la campaña involucró "sumas significativas" para producir anuncios que "elogiaban las draconianas políticas de inmigración del presidente".

Los legisladores están cuestionando específicamente la legalidad y la intención detrás de la campaña, que incluía contratos adjudicados sin licitación competitiva estándar.

"... DHS está pagando sumas significativas para producir y distribuir materiales con la intención de alabar las políticas de inmigración draconianas del presidente", dice la carta.

Estos spots fueron llevados también a nivel internacional, el gobierno de México ha condenado estos spots transmitidos por el duopolio televisivo Televisa- TV Azteca y ha planteado una legislación para prohibir la transmisión de éstos...aunque de momento el silencio de las televisoras profundiza más las dudas sobre el tamaño del negocio de la industria del odio en las televisoras mexicana.

Publicado en Punto de Referencia. Dirección original: https://puntodereferencia.mx/opinion/homeland-security-entre-el-odio-y-la-ilegalidad
Descargado el 21 de noviembre de 2026.