



Ricardo Joya

Decidir requiere más y mejor información

Sería una ilusión pensar que quienes serán candidatas y candidatos para un cargo de elección popular -ya sea por mayoría relativa (uninominales) o representación proporcional (plurinominales)- acuden sólo por buena voluntad y generosidad. Naturalmente, todas y todos tienen intereses -legítimos o no- para buscar una posición política.

Desde hace algunos meses hemos visto y escuchado diferentes perfiles de quienes han hecho todo lo posible -y hasta lo imposible- para posicionarse al interior de los partidos políticos para que sean elegibles en los respectivos procesos internos (insuficientemente transparentes) y obtener una candidatura para ayuntamiento, Diputación local o federal y Senaduría.

En el caso de la presidencia de la República, ya hay tres personas seleccionadas en los partidos políticos. Dos mujeres y un hombre: Xóchitl Gálvez, Claudia Sheinbaum y Jorge Álvarez, quienes diariamente hacen lo necesario -bien o mal- para estar en la agenda pública y que sus nombres sean reconocidos por el electorado, a fin de que el próximo domingo 2 de junio la gente vote a su favor.

En este periodo hasta esa fecha, gracias a las campañas y la espotización electoral, supuestamente escucharemos, leeremos y veremos -obligadamente-, las propuestas y los perfiles de quienes competirán en las urnas por un cargo de elección popular. Mentira.

Lamentablemente el modelo de comunicación político electoral sigue siendo insuficiente para conocer a fondo los valores, motivaciones, experiencia, formación y visión de quienes tendrán una candidatura. En realidad, veremos estrategias de mercadotecnia política que definen qué y cómo decir las cosas, sin que el objetivo principal sea brindar elementos para conocer con detalle a quienes competirán.

De hecho, ya se ha demostrado que

esas estrategias de venta provocan más rechazo que interés entre la ciudadanía. El fin último de la mayoría de quienes tendrán las candidaturas es que se vote por ellas, sin que necesariamente sea el mejor perfil. Apreciaremos una batalla de fotografías, videos, eslóganes, diseños y mensajes breves, entre otras tácticas. Todo superficial.

Por ello, le invitaría a reflexionar y hacer un esfuerzo por conocer más a fondo la trayectoria y la forma de pensar de quienes competirán. Ojalá que las autoridades electorales, junto con los medios de comunicación, promuevan más discusión y entrevistas a profundidad. Que acerquen más y mejor información -real y verificable- de cada candidato y candidata, para emitir un voto razonado e incentivar una mayor participación de la ciudadanía. ¿Será posible? Es un tema de voluntad.

#TODOCOMUNICA

Por primera ocasión en muchos años, la Comunicación Social o Institucional en el Estado de México está dirigida por mujeres de manera simultánea: Vocería de la Gubernatura (nueva creación), Poder Ejecutivo, Poder Judicial, Universidad Autónoma del Estado de México e Instituto Electoral del Estado de México, entre otros espacios. ¿Cambió el paradigma?

Profesor de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UAEM.
Presidente del Consejo Ciudadano del Sistema Mexiquense de Medios Públicos.

X: @RJoyaC