

SERGIO ANÍBAL MARTÍNEZ\*

## Propaganda: una plaga urbana

Próximamente y respondiendo al calendario electoral, casi la mitad del país se verá envuelto en los procesos electorales y una vez más el ritual cíclico de la gran mayoría de candidatos a diputados federales, a diputados locales y a delegados, se desplazarán por todos los rincones de la ciudad, barrios y colonias, aprovechando postes, bardas y demás mobiliario urbano para colocar propaganda que difunda su oferta política para convencer a sus posibles votantes que su propuesta ofrecida es la mejor, y que ahora sí se solucionarán la mayoría de sus problemas.

Principalmente los que tienen que ver con los servicios de agua potable, drenaje, luz, tenencia de la tierra, seguridad, mismos que no podrán resolver con el sólo hecho de ser elegidos por una mayoría relativa y de los cuales una vez elegidos se olvidarán de ellos.

Ya vienen todo tipo de artimañas de los desesperados candidatos, pero el impacto que provocarán al mobiliario urbano será mucho mayor a su oferta política.

Cada tres años es lo mismo en el país, todavía hay fachadas, postes y bardas que no se alcanzaron a limpiar los nombres de los anteriores candidatos y ya se preparan para actualizar la misma oferta política, pero con un rostro distinto, esta vez mejorado por la magia de las computadoras.

En muchas calles, plazas, mercados y avenidas se verán invadidos por toda clase de mensajes que proponen el mejor remedio a toda clase

de necesidades urbanas.

Es tiempo de mandar un mensaje claro a todos los aspirantes a puestos de representación popular para hacerles conciencia de que tienen que evolucionar en la forma de difundir sus promesas de campaña.

Actualmente hay reglas de colocación y utilización de materiales biodegradables que obligatoriamente se tienen que usar para no deteriorar el ambiente, pero debemos de insistir en el respeto al espacio público que es de todos, pero que casi nadie respeta.

A pesar de todas las restricciones que las autoridades electorales puedan fijar para controlar los excesos en la difusión de campañas, veremos la batalla por ganar la atención de los votantes a través de la colocación de la propaganda hasta en árboles, arbotantes de iluminación, ventanas, puertas, bancas y aún en monumentos.

Ojalá los candidatos tomen conciencia de la existencia de nuevas técnicas de difusión de la propaganda sin afectar el ambiente.

En otras ciudades del mundo existen otros medios de difusión, que independientemente de radio y televisión, que su acceso es restringido y son caros, se pueden utilizar otras formas para hacer llegar sus propuestas razonadas para que el público receptor, las pueda analizar y en su momento discutir para emitir su voto.

Hoy el Internet abre toda una gama de posibilidades para aprovechar espacios de comunicación, como son los blogs, podcasts videos,

youtube y la mayoría son gratuitos y fáciles de utilizar, pero no faltará quien diga que sólo el 10% de la población en México tiene acceso a las computadoras.

Para todos aquellos que no disponen de las herramientas actuales pueden existir folletos colectivos que contengan las propuestas de todos los candidatos, impresas sobre papel reciclado y que contengan la opción de hacer comentarios y debates sobre las propuestas de cada uno de ellos.

No se puede seguir consiguiendo votos a través de despensas y bultos de cemento, litros de engrudo y toneladas de plásticos que después formarán basura electoral difícil de reciclar.

La creatividad tiene que estar al servicio de los posibles elegidos para clarificar sus mensajes y respetar el entorno urbano. Debemos evitar que la colocación de propaganda se convierta en una plaga que nos agobia cada tres años y que deteriora más el espacio público.

Debemos estar en contra de que se tenga que vacunar contra ese mal a través del abstencionismo.

Se deben buscar estrategias que conduzcan a los partidos a utilizar materiales que garanticen la sustentabilidad de los recursos. Deseamos que la visión ambiental de los partidos corra en paralelo con las propuestas políticas de los candidatos.

\*Perito en Desarrollo Urbano

