

¿Quiénes venden espejitos?

Por Aldo Martínez

¿Qué hacemos los profesionales de la comunicación en épocas electorales?
¿Comunicamos verdades o simplemente somos un elemento más en la cadena de producción de espejitos?

En época electoral en Asunción del Paraguay los partidos políticos inician sus campañas y hacen propaganda. Las mismas propagandas de siempre, las mismas frases de siempre. Y los candidatos de siempre se presentan, tal vez más rejuvenecidos que antes por efectos del retoque digital, y con más difusión en el campo digital por el crecimiento de las redes sociales. Salvo por estos dos últimos detalles mencionados, casi nada a cambiado y pareciera que nada cambiará.

En estos nuevos tiempos de «democracia» que vivimos, la población del país ha aumentado en un buen porcentaje. Basta con recorrer la ciudad de Asunción para darse cuenta de que se ha extendido bastante, inclusive hasta llegar a fusionarse completamente con aquellas poblaciones que se encontraban a su alrededor.

En este escenario de aumento de las masas y vertiginosa propagación de la tecnología digital a todas las clases sociales, el trabajo de los comunicadores visuales es vital para la difusión de las ideas políticas de cada candidato. Surgen ciertas dudas:

- ¿Hasta que punto los «profesionales» de la comunicación (agencias, diseñadores, comunicadores, publicistas, locutores, etc.) son responsables por el «producto» que se presenta al público? ¿Es que solo cumplen con su trabajo sin importar sin tal o cual virtud del producto es verdad?
- ¿De verdad conocen la «trayectoria» del candidato al cual promocionan?
- ¿Están convencidos realmente de lo que presentan?

En Paraguay existen pruebas de la falta total de honorabilidad de casi todos los candidatos, sobre todo de los partidos políticos más tradicionales, que en más de una ocasión han admitido públicamente haber cometido algún tipo de fraude o tráfico de influencias. «Voy a traficar influencia hoy, mañana y siempre», dijo Oscar Tuma¹. Por su parte, el senador colorado Juan Carlos Galaverna confesó ser parte del fraude que favoreció al expresidente de la República Juan Carlos Wasmosy en las elecciones internas de 1992, en perjuicio de Luis María Argaña.²

En infinidad de ocasiones se habla del altruismo en la labor de los diseñadores gráficos, de los valores humanitarios que buscan transmitir los creativos en las publicidades de grandes

marcas. ¿Pero qué pasa con todo aquello una vez que nos encontramos en épocas electorales? ¿Todo esto se deja a un lado por el dinero? Si la sociedad la construimos todos, ¿que estamos aportando desde nuestro trabajo de comunicadores sociales? ¿O simplemente seguiremos formando parte de la cadena de producción y venta de espejitos?

Publicado el 20/03/2013

-
1. Oscar Tuma es Diputado Nacional y candidato a renovar su banca por el Partido Colorado. Ver nota. Ver artículo publicado en Paraguay.com.
 2. Ver nota publicada en el Diario Ultima Hora.

FOROALFA

ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/quienes-venden-espejitos-2>

