

## Cuando el marketing se comió a la propuesta

**URL:** <https://www.eluniversal.com.mx/opinion/ana-beatriz-perez-diaz/cuando-el-marketing-se-comio-la-propuesta>

**Autor:** Beatriz Pérez

¿A qué presta atención usted cuando conoce a un candidato o candidata?. ¿Observa su atuendo? ¿Le impacta su sonrisa? ¿Disfruta sus fotografías con cuanta gente se le cruza? ¿Analiza sus propuestas? Estamos en periodo electoral y es habitual ver nuestras redes sociales repletas de propaganda política. En ello hay algo que me inquieta: el culto a la superficialidad. Una especie de homo videns que, como señaló Sartori, destrona a la palabra por la imagen.

La parafernalia televisiva alrededor de la candidatura de Enrique Peña Nieto en 2012, el teatro de Samuel García y Carlos Mayorga o la ridiculez de Ricardo Anaya, ejemplifican el vacío de la acción política como vehículo para la transformación democrática. Con este antecedente, no sorprende que sólo 52.7% de la población de 15 años y más que sabe o ha escuchado qué es la democracia, se siente satisfecha con la misma. Tampoco asombra que 76% tenga poca o nada de confianza en los partidos o que seis de cada 10 mexicanos no confíen lo suficiente en sus gobiernos estatales y municipales, según datos de la ENCUCI, 2020.

Las y los candidatos como productos vendibles, los votantes como consumidores y la imagen o el escándalo como estrategia son una pócima que transgrede el desarrollo de la democracia; se trata de vender a costa de lo que sea y, bajo esta lógica, cualquier vacío podría llenarse con un buen tik tok. Se construye así un camino que reduce una decisión política a una lógica mercantil. Me resisto a ello e imagino las posibilidades de cambio; es cuando pienso en la educación como un acto político.

No son pocas las críticas al sistema educativo mexicano y su aparente incapacidad de generar ciudadanía, preocupación que no es menor en un país con los niveles de violencia, desigualdad e impunidad característicos de México. La educación como intervención política en el mundo es una de las grandes enseñanzas de Paulo Freire. En esta tarea, llamar a la organización reflexiva de nuestro pensamiento es esencial en cualquier proceso democratizador. Cuestionar, provocar, posicionarnos, exigir, intervenir, actuar son materia para construir ciudadanía.

El próximo 6 de junio se elegirán 19,915 servidores públicos a nivel nacional. Nos enfrentaremos a una decisión que demanda responsabilidad y reflexión. La educación como acto político exige recuperar el valor de la palabra sobre la imagen. Más allá de las sonrisas encantadoras, las fotografías perfectas, los bailes que caen en la pena ajena o los mensajes vacíos y superficiales que acarrearán miles de likes, para la escuela es un deber democrático y pedagógico contribuir a una ciudadanía que fundamente sus decisiones políticas de manera más informada y crítica y, desplace la trivialidad que ronda a la acción política en tiempos de campañas electorales.

Investigadora de la UAM-Xochimilco