

Deseducación en tiempos electorales



Roberto Aguilar Gómez
es docente
investigador de la
UMSA y
exministro de
Educación.

En tiempos electorales, la política abandona una función educativa esencial —expresada mediante los valores democráticos como el fortalecimiento de la conciencia ciudadana, el fomento del pensamiento crítico y la consolidación de principios colectivos— para transformarse en un espectáculo de manipulación mediática, ostentación de recursos económicos, deliberada amnesia histórica y destrucción de los oponentes por cualquier medio. En esos tiempos, la forma de hacer política ya no educa para la ciudadanía y la vida democrática, por el contrario, deseduca.

La deseducación va ligada a la despolitización de la sociedad a través de estrategias de propaganda que buscan confundir emociones con razones, convertir a los candidatos en productos de consumo y reemplazar los debates de ideas y propuestas estructurales para el país por batallas discursivas ausente de contenidos o por competencias de quien hace más videos en redes sociales. El resultado es una sociedad cada vez más despolitizada, polarizada, menos informada, dispersa en las decisiones colectivas, más vulnerable al engaño y a la manipulación.

Los discursos electorales ya no buscan formar ciudadanos conscientes que compartan un proyecto histórico ideológico de país o la construcción de una nueva sociedad, sino quieren conquistar votos a cualquier costo,

incluso si eso implica trastocar valores éticos, traicionar, promover mentiras, denigrar la verdad y fabricar realidades ficticias. Este fenómeno, al que podríamos llamar deseducación electoral, convierte la democracia en un juego de marketing donde lo importante no es la verdad, sino la percepción de la población; donde la lucha política ya no es por el poder para construir, sino por el control para aprovechar.

De esa manera, los discursos dejan de ser propuestas ideológicamente estructuradas, y se vacían de contenido mientras proliferan las promesas imposibles, los ataques personalizados, la destrucción moral y judicial del potencial ganador. Ese es el momento en que las estrategias de distracción masiva se ejecutan paso a paso. La deliberación pública, que debería ser espacio de reflexión colectiva, se reduce a una competencia de frases (eslóganes, clichés) e interpretaciones emocionales de la (des)información que sale de las redes sociales, donde sobresalen el escándalo, el sensacionalismo, la reacción emotiva y la mercantilización del voto.

Así, en lugar de formar ciudadanos con capacidad de decidir, el proceso electoral termina produciendo electores emocionales que odian o reverencian, sometidos a prejuicios

prefabricados y lealtades prebendalizadas, mientras los verdaderos problemas económicos, sociales, culturales quedan sepultados por los efectos, muchas veces perversos, del mercadeo político.

En las campañas electorales, se invierten los valores éticos, el discurso se corrompe, los principios morales suelen ser instrumentalizados para justificar lo injustificable. Ejemplos no faltan: El candidato que predica honestidad, pero tiene alianzas y fotos con corruptos; el candidato que habla de democracia mientras financia campañas de difamación contra sus rivales que antes eran sus aliados; las promesas imposibles (acabaré con la crisis en 100 días) que apelan a la desesperación, no a la razón; los recuentos de honores académicos —reales o ficticios— para opacar a los adversarios; el uso de frases o símbolos de proyectos extranjeros para exaltar las similitudes. Esta distorsión no es ingenua: responde a una lógica de manipulación donde lo importante no es educar en y para la democracia, sino seducir, cautivar, cooptar o engatusar.

Para contrarrestar esta tendencia, se requiere una ciudadanía activa y politizada. La educación cívica-política crítica —desde las escuelas hasta las universidades— debe enseñar a comprender los discursos y analizar contextos políticos. De esa manera será fácil diferenciar lo demagógico de lo propositivo.

**En lugar de formar
ciudadanos con
capacidad de
decidir, el proceso
electoral termina
produciendo
electores
emocionales**