

Imprimir

En la actualidad, la realización y la lectura de encuestas son actividades de gran aceptación entre académicos y políticos. A esta realidad contribuyen las empresas consultoras las cuales, al generar un “círculo virtuoso” en el que las políticas públicas reflejan hasta cierto punto la opinión pública, se convierten en parte de las tomas de decisiones que ayudan a definir candidatos, así como estrategias de candidatos y partidos.

Las encuestas son fotografías de realidades que pueden ser efímeras, dependiendo del ambiente y de factores emocionales. De hecho, una de las facetas del uso de las encuestas es la movilización que incide en los posibles efectos motivacionales de los resultados de los sondeos. En términos prácticos, el impacto de las encuestas tiene con frecuencia fuertes impactos emocionales entre los candidatos a cargos de elección, sus equipos y sus seguidores. De allí los usos propagandísticos de las encuestas que buscan afianzar el voto duro más que persuadir a indecisos, de modo que a los resultados de los sondeos haya que sumar otros ingredientes, como el contexto institucional, que dan cuenta de la acción política.

A menos de cinco semanas de la elección presidencial se multiplican las encuestas en el país y todas coinciden en el hecho de que Gustavo Petro se consolida como puntero en la competencia frente a Federico Gutiérrez en lo que algunos analistas consideran que dará lugar a un *voto finish* entre los dos.

En la última encuesta del Centro Nacional de Consultoría publicada por la revista Semana, el 38% de los encuestados dijeron que lo harían por el candidato del Pacto Histórico. Valga la pena anotar que en la medición hecha por la misma empresa el 31 de marzo, ese porcentaje había sido del 36.5% mientras el 18 de marzo fue del 32.1%.

En segundo lugar, se mantiene Federico Gutiérrez con 23.8%, cuando en la medición del 31 de marzo ese porcentaje fue 24.5% y el 18 de marzo un 23.2%.

Atrás, mucho más atrás, el tercer lugar sigue siendo para Rodolfo Hernández con el 9.6%. El mismo había obtenido un porcentaje similar en las consultas anteriores: 10% el 31 de marzo

y 10.2% el 18 de marzo.

El cuarto lugar corresponde a Sergio Fajardo con un 7.2%. Fajardo, al parecer, ha ido cediendo terreno, por cuanto el 31 de marzo había obtenido un 8.4% y el 18 de marzo 9.7%.

Con menos de 1% siguen figurando Ingrid Betancourt, John Milton Rodríguez, Luis Pérez y Enrique Gómez.

Si nos atenemos a lo que indica un buen análisis de las encuestas, la atención debe centrarse en las tendencias, y ello indica que a pesar de los intentos por enlodar la candidatura de Petro y de los escándalos que lo han rodeado, relacionados con la visita de su hermano a la cárcel de La Picota y la petición a Piedad Córdoba de salir de la coalición, el ascenso del candidato del Pacto Histórico ha sido imparable, mientras sus rivales no logran mejorar sus respectivos resultados.

Hasta allí hechos que son incontrovertibles, pero tampoco se puede obviar el efecto de factores que deben ser tomados en cuenta.

Ante todo, el comportamiento de dos partidos políticos que no participaron en ninguna de las coaliciones que realizaron consultas para elegir sus candidatos y habían permanecido a la expectativa a la espera de conocer la suerte de los contendores más fuertes de la justa electoral. El primero de ellos en dar una pista relacionada con su decisión fue Cambio Radical cuando se conoció el nombre del exministro Luis Felipe Henao como jefe de debate de Gutiérrez. El segundo, el Partido Liberal, oficializó el miércoles 27 de abril su apoyo a Federico Gutiérrez después de reunidos sus elegidos al Congreso de la República para tomar una decisión de bancada que no logró la unanimidad de los asistentes.

Ciertamente, tanto Cambio Radical como el Partido Liberal son actores de primera línea en la elección presidencial y su capacidad para movilizar electores potenciales es innegable, pero es necesario matizar su influencia en las decisiones de los electores, habida cuenta de circunstancias ambientales que escapan a la voluntad de sus dirigentes, lo cual impide confiar ciegamente en los números conocidos e introduce elementos de incertidumbre.

En primer lugar, hay que contar en estas justas electorales la incorporación al electorado de nuevas generaciones que expresan creencias y actitudes diferentes a las de sus mayores, lo que supone una reconfiguración de valores políticos y nuevas formas de vinculación a la política. En segundo lugar, el gradual debilitamiento del partidismo como influencia en el voto que corre en paralelo con una creciente cristalización de ideológica de las preferencias electorales y una creciente polarización política. En tercer lugar, nuevas formas de comunicación vía redes sociales que alimentan el fenómeno de la polarización ideológica. En cuarto lugar, no puede pasarse por alto que un 7.6% ha declarado que votaría en blanco y que un 8.8% está indeciso.

Los datos que arrojan las encuestas indican que la candidatura de Petro se ha consolidado, pero que todavía hay margen de juego en una segunda vuelta, dependiendo de cómo se redistribuyan los votos de los que queden por fuera en la primera vuelta y de cómo se comporte un electorado que duda entre abstenerse de votar o tomar partido. En los momentos actuales se tiene la certeza de que los votos liberales se dividirán, que una parte seguirá las indicaciones de César Gaviria y otra optará por dar su voto a Petro. Lo mismo sucederá con los votos de Fajardo. La incógnita se cierne sobre los votos de Rodolfo Hernández quien ha dicho que no hará alianzas con ninguno de los candidatos presentes, pero que, al parecer, ha tenido conversaciones con Sergio Fajardo para definir quién sería el presidenciable.

En pocas palabras, la contienda se dará – como en las pasadas elecciones -entre los partidarios de mantener el *statu quo* y los que, motivados por un rechazo a una dinámica que rechazan profundamente, se inclinan por un cambio que abra nuevas vías a la política en el país.

Rubén Sánchez David

Foto tomada de: El Espectador