



FOTO: Encuestador

CON LAS ENCUESTAS... A CUESTAS

“La prensa”, como hoy la conocemos, se consolidó como medio masivo a finales del siglo XIX, llegando a ser el “cuarto poder”, por su capacidad de influenciar la opinión política.

En Colombia, eran las épocas en que los líderes políticos fundaron o adoptaron sus propios periódicos para orientar al electorado; **en que los liberales votaban con el editorial de El Tiempo o El Espectador bajo el brazo, y de un dicho bogotano que le atribuía la última palabra al periódico de la casa Gómez: “¿Quién lo dijo?; lo dijo el Siglo”.**

El mundo cambió luego a “la encuesta” para orientar al elector, a partir del muestreo, la inferencia estadística y el procesamiento de datos.

Lo que no cambió fue la tendencia a controlar la orientación política controlando el medio. De hecho, los últimos presidentes han tenido su encuestadora de preferencia, y hoy llevamos “auestas” la creciente desconfianza en las encuestas.

Así que el título de esta columna no es solo un juego de palabras, sino que obedece al debate encendido sobre las encuestas, su financiación y manipulación, en medio de un ambiente electoral enrarecido, una ley inoportuna y excesiva —**la Corte Constitucional le tumbó dos artículos**—, y hasta camorras, como la de una magistrada gobiernista en el CNE, que quiso silenciar a Atlas Intel por resultados que no favorecían a su candidato.

Atlas Intel es la encuestadora brasileña que utiliza modelos predictivos y tecnologías que se apartan de lo convencional y, por ello, lleva tres investigaciones “a cuestas”, a pesar de ser la única que acertó con el triunfo de Abelardo en primera vuelta, como también en su tendencia creciente en el proceso, mientras las nacionales insistían en que solo Paloma podría contra Cepeda en segunda vuelta.

Aunque el prestigio de Atlas cuenta con los aciertos de Milei en Argentina y Trump en Estados Unidos, entre otros, mi intención no es exaltar a una empresa en demérito de otras, sino llamar la atención sobre nuevas realidades que afectan la validez de las encuestas tradicionales, cuando, hoy por hoy, una batería de bots e influencers bien financiada puede mover la opinión en redes en menos de lo que canta... una encuesta.

Atlas Intel, que avanza en la ruta tecnológica de esa nueva realidad, no era muy conocida en el país, hasta el bochornoso asunto de la elección del candidato del Centro Democrático, cuando Uribe Londoño saboteó el proceso cuestionando la decisión del partido de contratar una encuesta con la empresa brasileña.

Con argumentos espurios e insinuaciones falaces ponía condiciones y exigía transparencia, mientras intentaba contratar a la encuestadora de la que decía desconfiar, hasta que la empresa decidió salirse de ese berenjenal de intrigas, alegando riesgos de reputabilidad. **Quedará para la historia –habrá que contarla– que ese procesó terminó mal para el CD, socavó sus principios fundacionales y cercenó su vocación de poder.**



**JOSÉ
FÉLIX**

LAFAURIE

X jflafaurie

@jf_lafaurie