

## Las encuestas y los medios

En el último tiempo ha estado muy en boga la apreciación que se hacen de los sistemas de encuestas que se levantan para hacer todo tipo de mediciones, especialmente las relativas a los presidenciables y su percepción ciudadana. Muy pocos conocen la tendencia del encuestador y las marcas de ellas se oyen por todos lados, dando un sentido de seriedad a algunas por las metodologías aplicadas.

Nos queda la gran duda de quienes levantan las otras y que tipo de resultados promueven. Lo que si podemos ver que, luego del larguísimo trabajo que elaborarlas implica, los medios sólo se centran en las alzas o caídas de las percepciones de las personas en relación a unos pocos. Ahora bien, a pesar de que las personas no se dan cuenta, las estimaciones, proyecciones y progresiones que las noticias de ellas conllevan, constituyen a nuestro juicio una condición propagandística ilegítima. En efecto, así como la publicidad ha enseñado que repetir majaderamente la bondad de un producto, llevará a la comunidad a adquirirlo (¡Compre Ya!, entre muchos otros), los efectos de repetición de un sondeo lleva a los indecisos a tomar una de dos posturas: “Me voy con los ganadores” o “Está resuelta la situación”. En el primer caso es un voto no convencido. Es sólo por alienación, un zombi en la urna. El segundo es el frustrante, porque instiga a los electores a no ir a votar y no perder el tiempo.

Nuestra sociedad está sobrecastigada con el tema de la libertad de expresión y las empresas encuestadoras parecieran estar liberadas para ello. Cada día aparecen nuevas y, aunque no parezca, están tratando de dirigir la votación. No basta el despliegue de los comandos, las pachotadas de los jefes de campaña o de algún candidato bocafloja. No bastan los enormes gastos en publicidad en los medios, en Facebook, o en otras redes sociales masificadas. Ahora tienen un nuevo interviniente que atenta contra la voluntariedad del que puede, quiere y debe votar, pero que no logra más que convencerse de los estereotipos con que le bombardean: “Los mismos de siempre”, “los ladrones”, y un sinfín de calificativos odiosos. La gente no quiere ir a votar, y se convencen unos a otros de la inutilidad de ello. No siente suyo el poder del lápiz, y lo está entregando en bandeja a la oligarquía que oprimió a este país manteniendo a la gente en la incultura y alienada con programas banales y sin valores de la televisión. ES HORA DE DESPERTAR.