

Publicación	El Tiempo General, 1
Soporte	Prensa Escrita
Circulación	220 000
Difusión	220 000
Audiencia	1 137 483

Fecha	30/05/2022
País	Colombia
V. Comunicación	95 187 647 COP (24,003 USD)
Tamaño	2,17 cm² (0,4%)
V.Publicitario	439 679 COP (111 USD)

La debacle del centro y la gran derrota de los partidos tradicionales, y lo que viene para ellos. P. 7

## LA CANDIDATURA DE FAJARDO NO LOGRÓ CUAJAR



## POSICIÓN IDEOLÓGICA DE LOS COLOMBIANOS



Fuente: Centro Nacional de Consultoría, Guarumo, Ecoanalítica, Yanhass

# Aunque la mayoría se identifica con el centro político, Fajardo no llegó al millón de votos

SEGÚN ANALISTAS, EL FRAGOR DE LOS DEBATES FUE POLARIZANDO AL PAÍS EN TORNO A UN LENGUAJE DE CAMPAÑA QUE EXACERBÓ LOS EXTREMOS.

Tras la reducida votación de la Coalición Centro Esperanza, encabezada por Sergio Fajardo, quien no llegó ni al millón de votos, queda en el ambiente la pregunta de qué se hicieron los colombianos que se identifican como de centro, que suelen ser la mayoría.

Según la última Encuesta de Cultura Política del Dane, publicada en marzo, el 44,3 por ciento se ubica en el centro del espectro político. La cifra supera ampliamente la de la derecha (17,9 %) y la de la izquierda (14 %), e incluso la de quienes no saben qué responder (23,8 %). Y en la encuesta Polimétrica que Cifras & Conceptos presentó en abril, la proporción es incluso más alta: 53 por ciento.

Sobre esta contradicción, el gurú de las encuestas Carlos Lemoine, fundador del Centro Nacional de Consultoría, comentó que “el centro necesita contrastar” frente a las demás propuestas. En su opinión, el exgobernador Sergio Fajardo no

“

**“A menos que logre un contraste que defina las fronteras, el centro desaparece”.**

**Carlos Lemoine**  
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORÍA

lo logró, cayó en las peleas de todos y en temas como la eutanasia, que “no tienen eco en las necesidades de la gente”.

Y señaló que las elecciones legislativas del 13 de marzo fueron un aviso de lo que iba a pasar. “Por ejemplo, el Nuevo Liberalismo (que hace parte de la misma coalición) decidió hacer listas propias y demostró que no conocía el país. Lo contaba el propio Alejandro Gaviria, que la gente decía “uste-

des no existen por acá”, refiriéndose a la coalición”.

“Yo identifico dos momentos de quiebre: el Paro Nacional, en el que el centro se cayó porque su mensaje no fue claro, y las peleas internas, que desdibujaron su mensaje”, precisa el experto.

Para el consultor y analista Jaime Duarte, “lo sucedido con Fajardo (que pasó de 9,5 %, en abril, al dramático 4,2 % de ayer) es que simplemente la Coalición Centro Esperanza nunca pegó. Murió desde el inicio, y la estocada final se la dio Ingrid Betancourt al salir dando portazos”.

Y añadió que entre los integrantes de la coalición no hubo un espíritu de apoyar a Fajardo. “Tan pronto vieron que el barco hacía agua, Carlos Amaya y otros se escaparon y ninguno cumplió el pacto”, señala.

En eso coincide Mauricio Jaramillo Jassir, analista de la Universidad del Rosario, quien dice que en esa coalición había demasiada gen-

te, demasiados egos y divisiones. Además, reitera que Fajardo “nunca se mostró como un líder que inspirara o que transmitiera ideas”.

Para Carlos Arias, experto en comunicación política de la Universidad Externado, “la gente quería cambio y en las presidenciales se vota por sentimiento (...) En ellas el voto no es ideológico, sino emotivo”.

Sobre los resultados de la citada encuesta del Dane aseguró: “Yo no creo que estén mal resultados o que el panorama haya cambiado radicalmente, sino que la gente está aburrida y agotada de la polarización. Por eso el fenómeno de Hernández se planta en un aparente centro, porque el llamado ‘centro’ o Coalición de la Esperanza, que se ha arrogado el centro ideológico, no logra capitalizarse, como sí lo hace Rodolfo”.

La analista javeriana Patricia Muñoz Yi considera que es necesario tener en cuenta que en la encuesta del Dane “pueden estar ocurriendo varias cosas. Cuando se mide ese centro político algunos lo entienden como militancia que no es de los extremos, y la persona se ubica en una tendencia de centro”.

Y recuerda que otras mediciones han evidenciado la inclinación de los colombianos a valores conservadores. “Eso explicaría el fenómeno de Hernández, un candidato que está más cerca de la centro derecha que del centro mismo o de la centro izquierda”, concluye.