



## Las "encuestas a modo" contra la Democracia

Política Internacional, 24/02/2012

*El castigo del embustero es no ser creído, aun cuando diga la verdad.*

*Aristóteles.*

El voto libre y convencido de los ciudadanos es la condición que hace posible que la Democracia exista y perdure.

Esa condición, producto del ejercicio de la razón y la espontaneidad de los sentimientos, o de ambos, genera y sostiene los valores sociales que cohesionan una sociedad de hombres libres.

Es ese voto libre y convencido de los ciudadanos el germen del desarrollo del pensamiento creativo de los Pueblos, el que les mantiene alerta de las trampas sofisticadas y sutiles, o burdas y descaradas, que pretenden apropiarse del poder político que en una Democracia se establece por y para el Pueblo.

El voto libre y convencido de los ciudadanos surge de la evaluación que estos hacen del desempeño de los gobernantes, y del

ajuste de cuentas que realizan para cobrarse los “costos políticos” derivados de acciones cometidas en su perjuicio.

Pero en contra de ese voto libre y convencido, se usan en nuestros días formas abominables de antidemocracia, impulsadas por minorías ávidas de controlar el Poder en todas sus formas; una de estas hoy muy en boga son las “encuestas a modo”. [\(1\)](#)

El empleo de “encuestas a modo” que contradicen evidentemente a la realidad observable, corrompe la esencia de la democracia.

Quienes usan las “encuestas a modo” como medio para hacerse propaganda usualmente carecen de meritos propios suficientes para competir con dignidad.

### **¿Que son las “encuestas a modo”?**

Las “encuestas a modo” son una mentira cínicamente disfrazada con los ropajes de la ciencia [\(2\)](#) que pretenden implantar un estado de hipnotismo colectivo alejado de la realidad observable a través del “sentido común”. [\(3\)](#) [\(3.\)](#)

Las "encuestas a modo" son propaganda pura hecha a la medida de quien las paga o patrocina, y no una medición científica confiable. “Las encuestas son maquilladas y manejadas de manera discrecional para manipular a la opinión pública”. [\(4\)](#)

Las “encuestas a modo” son refinadas técnicas de manipulación que explotan los sentimientos y pensamientos más arraigados en las mentes de las personas, anulando su capacidad de libre decisión.

Las "encuestas a modo" son una forma de dominación que descansa en la inseguridad de las personas y en su natural inclinación a sentirse dentro de la mayoría, así como en su temor a equivocarse.

Las "encuestas a modo" son una forma de violencia psicológica contra el subconsciente de las personas para orillarlas a ver lo que no existe.

Las "encuestas a modo" son parte de la guerra sucia para descalificar tramposamente a los adversarios en las contiendas políticas, a los que desde un inicio se les restan posibilidades de éxito colocándolos y manteniéndolos en un lugar aparentemente distante de las preferencias ciudadanas. [\(5\)](#)

Las "encuestas a modo" son una técnica antidemocrática de condicionamiento psicológico y de "manufactura de consentimiento" [\(6\)](#) para orillar a las personas a votar aun en contra de sus propios intereses.

Las "encuestas a modo" suelen usarse como distractores de la atención ciudadana, enfocándolas hacia polémicas bizantinas o creando falsos conflictos, para evitar la evaluación de los gobernantes en turno y el cobro puntual de los "costos políticos" el día de las elecciones.

Las "encuestas a modo" también suelen ser recursos desesperados para "suministrar oxígeno" de emergencia a una candidatura en picada.

## ¿Quién patrocina las “encuestas a modo”?

Quienes patrocinan “encuestas a modo” son los verdaderos amos de aquellos a quienes les hacen el favor de fabricar su “popularidad”.

La mayoría de las encuestadoras no podría sobrevivir con los ingresos provenientes de las encuestas en tiempos de campañas políticas; su existencia depende de los contratos que les proporcionan periódicamente las grandes compañías o gobiernos que gastan enormes sumas en marketing.

Quienes tienen los recursos para patrocinar las “encuestas a modo” son quienes pagan grandes campañas publicitarias en los medios y emplean a los encuestadores de forma permanente o periódica y, por lo tanto, tienen los medios para condicionar sutilmente los parámetros y enfoques de las encuestas, de modo que coincidan con los intereses que patrocinan.

¿A qué intereses responden las “encuestas a modo”, por lo general a los de quienes pagan permanentes campañas en los medios para vender productos de ínfima calidad, algunos de ellos nocivos a la salud, vgr. bebidas alcohólicas, comida chatarra y productos milagro, o a los de políticos repudiados que no disponen de otra forma legítima para obtener un grado mínimo de aceptación popular.

Quienes tienen los recursos para patrocinar las “encuestas a modo” también los tienen para pagar periódicamente su difusión en los medios con el fin de reforzar la inducción y el sometimiento inconsciente de las personas durante el tiempo conveniente.

Quienes patrocinan “encuestas a modo” no lo hacen de forma altruista o gratuita; a su tiempo siempre se cobran desproporcionadamente los favores que hacen a los políticos que protegen servilmente sus intereses, aun a costa del interés general.

Quienes patrocinan “encuestas a modo” exigen grandes favores de quienes apoyan en sus campañas políticas, obviamente en contra de los intereses colectivos.

Quienes patrocinan y emplean las “encuestas a modo” intentan enquistar su propio interés en la mente de las personas para cegar su libertad de pensar.

### **¿Cómo consiguen someter las “encuestas a modo”?**

“En el transcurso de los últimos 50 años, los avances acelerados de la ciencia han generado una creciente brecha entre los conocimientos del público y aquellos poseídos y utilizados por las elites dominantes. Gracias a la biología, la neurobiología y la psicología aplicada, el “sistema” ha disfrutado de un conocimiento avanzado del ser humano, tanto de forma física como psicológicamente. El sistema ha conseguido conocer mejor al individuo común de lo que él se conoce a sí mismo. Esto significa que, en la mayoría de los casos, el sistema ejerce un control mayor y un gran poder sobre los individuos, mayor que el de los individuos sobre sí mismos.” [\(7\)](#)

Las "encuestas a modo" generalmente son parte de una estructurada campaña de “marketing” o guerra sucia; para aumentar sus probabilidades de éxito se usan asociadas con otros refuerzos del engaño, tales como opinadores a sueldo, “noticias afines”, frases prefabricadas, etc., mediante una profusa difusión en los medios masivos de comunicación unidireccionales.

Las "encuestas a modo" explotan la aversión humana a sentirse en minoría, implantando ideas parasitarias tales como: "usted está bien si opina como le decimos que opine y elige como le indicamos que debe hacerlo".

Las "encuestas a modo" explotan el "miedo a la libertad" [\(8\)](#) que subyace en el subconsciente de las personas y sus temores a equivocarse y quedar en el bando de quienes estas "encuestas" les aseguran que serán los perdedores.

Como toda mentira que trata de hacerse pasar por verdad exige, las "encuestas a modo" necesitan repetirse incansablemente, de preferencia por diferentes voces, que pueden variar en lo trivial, pero coinciden necesariamente en lo esencial para garantizar el éxito de la manipulación. [\(9\)](#)

Una vez que el manipulador enquistó su propio interés en la mente de las personas, confía en que la "disonancia cognitiva" haga el resto, porque al entrar una nueva idea, correcta, en conflicto con la falsa creencia instalada, suele descartarse automáticamente como si fuera solo un molesto "ruido". [\(10\)](#)

**¿Bajo qué circunstancias pueden prosperar las "encuestas a modo"?**

Las "encuestas a modo" tienen pocas probabilidades de prosperar frente a comunidades de personas conscientes, que usan su libertad de pensar.

Las "encuestas a modo" al igual que las imágenes embellecidas mediante el Photoshop pueden prosperar en medios controlados, unidireccionales, pero no en la libertad crítica de las redes sociales.

Las “encuestas a modo” al igual que el Photoshop, chocan con la realidad observable y terminan por generar desconfianza y rechazo.

La falsedad de las “encuestas a modo” y el Photoshop que tratan de ocultar los medios controlados, salen a la luz en las redes sociales.

Las “encuestas a modo” difundidas por personajes políticos o privados, del nivel que sea, que gozan de pésima reputación o credibilidad producen resultados adversos los intereses que pretenden “ayudar”.

#### **Corolario:**

La “violencia psicológica” que se ejerce mediante las “encuestas a modo” agrede perversamente la libertad de pensamiento de las personas.

El empleo de “encuestas a modo” para ensalzar a quien las paga y degradar la participación de los adversarios, es una forma vil contender.

La “violencia psicológica” que se ejerce mediante las “encuestas a modo” debería ser investigada y sancionada en todo tiempo por las autoridades electorales [\(11\)](#) [\(11.\)](#), con mayor rigor cuando se ejerce por servidores públicos del más alto nivel (12).

El estado de hipnotismo colectivo que se pretende fabricar mediante las “encuestas a modo” puede destruirse ejerciendo críticamente nuestra libertad de observar y escuchar todo lo que nos “sugieren” que deberíamos creer.

La manipulación mediante las “encuestas a modo” puede combatirse con éxito usando la comunicación bidireccional que ofrecen las redes sociales para contrastar nuestras ideas y percepciones con las de los otros miembros de la comunidad virtual.

La cultura de la evaluación política de los ciudadanos destruye las mentiras de las “encuestas a modo” mediante el simple ejercicio de contrastar las promesas del gobernante contra de los resultados de su gobierno.

En la era del conocimiento y de las Redes Sociales, no hay “encuesta a modo” ni mentira capaz de borrar el hartazgo ciudadano en contra de un gobierno antidemocrático y abusivo, ni que pueda evitar el cobro de los “costos políticos” (13) por sus acciones impopulares mediante votos en su contra el día de las elecciones.

**Twitter: @adiazpi**

(1) <http://www.lanacion.com.ar/855770-encuestas-y-manipulacion-los-nuevos-duenos-de-la-politica>

(2) <http://es.catholic.net/sexualidadybioetica/371/845/articulo.php?id=25217>



- (3) <http://www.lapluma.com.mx/portal/sonora/3452.html>  
<http://www.zonafranca.mx/primeras-encuestas-de-salida-eleccion-michoacan-cocoa-38-5-fausto-35-silvano-26/>
- (4) <http://boards5.melodysoft.com/guatereflejos.Elecciones%20Guatemala/manipulan-las-encuestas-quienes-las-195.html>
- (5) <http://www.lajornadamichoacan.com.mx/2012/02/04/el-misterioso-segundo-lugar-de-josefina/>
- (6) [El problema de Orwell](http://elproblemadeorwell.wordpress.com/el-problema-de-orwell/) <http://elproblemadeorwell.wordpress.com/el-problema-de-orwell/> (7) Las 10 Estrategias de Manipulación de Mediática - Noam Chomsky <http://www.youtube.com/watch?v=M7XZ2A4QTX0>
- (8) Erich Fromm, El Miedo a la Libertad [http://www.circpau.org/pdf/2.3.5.1.miedo\\_a\\_la\\_libertad..pdf](http://www.circpau.org/pdf/2.3.5.1.miedo_a_la_libertad..pdf)
- (9) Leonard W. Doob: Principios de la Propaganda de Goebbels: [http://es.wikipedia.org/wiki/Joseph\\_Goebbels](http://es.wikipedia.org/wiki/Joseph_Goebbels)
- (10) [http://es.wikipedia.org/wiki/Disonancia\\_cognitiva](http://es.wikipedia.org/wiki/Disonancia_cognitiva)
- (11) El Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales Vigente en México establece lo siguiente:

#### Artículo 44

*1. No será pública la información relativa a los procesos deliberativos de los órganos internos de los partidos; la correspondiente a sus estrategias políticas y de campañas electorales; la contenida en todo tipo de encuestas por ellos ordenadas, así como la referida a las actividades de naturaleza privada, personal o familiar, de sus afiliados, dirigentes, precandidatos y candidatos a cargos de elección popular.*

#### Artículo 237

*7. Las personas físicas o morales que pretendan llevar a cabo encuestas por muestreo para dar a*

*conocer las preferencias electorales de los ciudadanos o las tendencias de las votaciones, adoptarán los criterios generales de carácter científico, que para tal efecto emita el Consejo General, previa consulta con los profesionales del ramo o las organizaciones en que se agrupen.*

Artículo 238

1. *Cualquier infracción a las disposiciones contenidas en el presente capítulo será sancionada en los términos de este Código*

A su vez el Instituto Federal Electoral estableció los Lineamientos y Criterios Generales de encuestas por muestreo, de salida y/o conteos rápidos durante el Proceso Electoral 2011-2012.

[http://www.ife.org.mx/docs/IFE-v2/Principal/NoticiasAvisos/NoticiasAvisos-2011/estaticos2011/diciembre/CG411\\_2011.pdf](http://www.ife.org.mx/docs/IFE-v2/Principal/NoticiasAvisos/NoticiasAvisos-2011/estaticos2011/diciembre/CG411_2011.pdf)

(12) La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos dispone que:

*Artículo 134...*

*Los servidores públicos de la Federación, los Estados y los municipios, así como del Distrito Federal y sus delegaciones, tienen en todo tiempo la obligación de aplicar con imparcialidad los recursos públicos que están bajo su responsabilidad, sin influir en la equidad de la competencia entre los partidos políticos.*

(13) Tiempo de cobrar los "costos políticos" <http://www.reeditor.com/columna/3633/14/nacional/tiempo/cobrar/costos/politicos>