OPINIÓN

La guerra de encuestas más allá del algoritmo

Por Maximiliano Tenorio Rojas · 13 de mayo de 2026 · 3 min de lectura



En la era de la **hiperconectividad**, las **redes sociales han dejado de ser solo canales de comunicación para convertirse en el escenario donde se construye o se destruye la percepción pública.** Dentro de este arsenal tecnológico, las **encuestas** han emergido como la herramienta de recolección de datos por excelencia; en teoría, diseñadas para medir el pulso de la ciudadanía, sus preferencias y actitudes frente a las políticas y sus protagonistas. Sin embargo, **lo que debería ser un ejercicio de rigor científico y transparencia democrática se ha transformado, con frecuencia, en un espectáculo mediático de contradicciones.** Por aquellos que controlan el algoritmo, lo que se publica o lo que no se publica.

Ya no es extraño encontrar, en una misma semana, encuestas que sitúan a un aspirante en la cima y otras que lo relegan al olvido. Esta saturación de cifras contradictorias no es un error de cálculo, es una batalla por la narrativa. **Estamos ante una competencia entre grupos de poder que no buscan informar, sino posicionar una "verdad" conveniente, utilizando a las encuestadoras muchas veces de origen incierto sin una metodología explicada como cómplices de un marketing político agresivo.**

En este panorama, el gasto en la producción y difusión de estas estadísticas se vuelve tan relevante como el resultado mismo. **Se invierten fortunas no para conocer lo que el pueblo piensa, sino para dictar lo que el pueblo debe creer que los demás piensan.** La información se ha convertido en **un producto de mercado, y la democracia se debilita cuando la manipulación de la percepción se prioriza sobre el rigor metodológico. Ante esta infodemia de porcentajes, la ciudadanía no puede permitirse ser un consumidor pasivo. Hoy, la postura crítica es una obligación.** Preguntar quién paga la encuesta, qué intereses se esconden tras los números

y con qué finalidad se difunden, es el único antídoto contra la desinformación. No debemos aceptar los resultados como verdades absolutas, cuando lo único con lo que nos quedamos es lo que arroja la pantalla, eso aleja aún más a los aspirantes de conocer las realidades, y a los ciudadanos los deja como piezas de un tablero de ajedrez donde es, a menudo, el objetivo y no el beneficiario.

Al final del día, debemos recordar una verdad fundamental que la tecnocracia política parece haber olvidado: **el pueblo no es una cifra, son millones de corazón que sienten y empatizan.**

El liderazgo auténtico no nace de seguir la tendencia del algoritmo, sino de la cercanía genuina. **La gente no busca candidatos que parezcan ganadores en un PDF; busca seres humanos que sientan su dolor, que hablen su lenguaje y que tengan la humildad de** reconocer que un saludo de mano sincero y una mirada a los ojos valen más que mil puntos de ventaja en una encuesta pagada.

Publicado en Punto de Referencia. Dirección original: https://puntodereferencia.mx/opinion/la-guerra-de-encuestas-mas-alla-del-algoritmo
Descargado el 21 de noviembre de 2026.