

PRESENTACIÓN

La *Revista Mexicana de Opinión Pública* dedica este número a la Dra. María de la Luz Casas, quien hasta el día de su fallecimiento formó parte de nuestro Consejo Editorial, lugar desde el que apoyó decididamente, con ideas y trabajo, el desarrollo de esta publicación. Sus aportaciones trascenderán con el futuro de la revista.

En el número 21 de la *Revista Mexicana de Opinión Pública*, varios de los artículos presentados se enfocan en el tema electoral. Diversos componentes vuelven muy interesantes cada una de las elecciones en nuestro país, Latinoamérica y España. El año pasado (2015), en México tuvimos elecciones federales intermedias; en ellas, se renovó la Cámara de Diputados federal. En este tipo de elecciones, siempre se quieren anticipar los ánimos del electorado para las presidenciales y, con base en lo anterior, se desea predecir que no siempre son las más adecuadas.

Este año (2016), ocurrirán 14 elecciones en los estados, de las cuales 12 son para gubernaturas y 1 es para la asamblea constituyente de la Ciudad de México, así como para la renovación de algunos congresos locales y de presidentes municipales. Por lo menos en México, cada año hay procesos electorales que siempre serán dignos de análisis.

Lo interesante es que, generalmente, los estudios se enfocan en lo poselectoral y se discuten los resultados: quién manejará el congreso federal, quién ganará más congresos locales, gubernaturas, municipios... Son predicciones a partir de los resultados y un largo etcétera; sin embargo, lo preelectoral es fundamental para contar con fotografías más claras sobre los procesos en su conjunto, aunque, en muchas ocasiones, dichos datos no son sistematizados, por lo que caen en el olvido.

Por ello, el número 21 de la *RMOP* es importante. En la medida en que se impulsen estudios sobre el *antes* de las elecciones, se comprenderá de mejor manera el fenómeno electoral.

La *RMOP* siempre se ha distinguido por no cerrar los estudios de opinión a lo meramente electoral y por caracterizar su abordaje más allá de lo que se refiere sólo a las encuestas. Por ello, los modelos de comunicación política y las actitudes de los votantes en las campañas son elementos de análisis en este número, junto con otros más que proporcionan enfoques sobre la opinión pública de manera amplia.

En el artículo "Las agendas pública y mediática en México. Estudio preelectoral 2011-2012", de Diego Leal Corral, se observa la relación —en términos de contenido— entre las agendas pública y mediática (esta última, integrada por los encabezados de la primera plana de los periódicos *Reforma* y *El Universal*) de mayo de 2011 a abril de 2012. Además de que en este estudio se analiza el contenido de los encabezados de los dos diarios, se estudian los efectos de dichos contenidos mediáticos y su influencia en la agenda pública.

De la misma forma, es posible observar que los temas sobre corrupción, inseguridad y elecciones fueron los más seguidos por la prensa durante el periodo preelectoral, y que a medida en que se acercaba el día de las elecciones (de 2012), los temas electorales fueron desplazando los temas de inseguridad y de narcotráfico de la agenda mediática. Antes de los comicios, la mayoría de los mexicanos observaba los problemas de inseguridad como los más graves que enfrentaba el país, por encima de los de carácter económico.

En “El uso estratégico de la publicidad política de ataque en la elección federal intermedia de 2015 en México”, Oniel Francisco Díaz Jiménez y Miguel Eduardo Alva Rivera realizan un análisis de contenido apelando a diferentes categorías analíticas de los mensajes publicitarios de los partidos políticos transmitidos en televisión durante el periodo de campañas de elecciones intermedias de 2015 en México. Asimismo, se hace una breve recapitulación histórica de la propaganda política televisiva en México y se destaca el papel que desempeña la televisión como medio estratégico de comunicación masiva en las campañas electorales.

Oswaldo Leyva Cordero, Carlos Muñoz y María de los Ángeles Flores Hernández, estudian en “La conformación de actitudes políticas de los jóvenes universitarios en el contexto preelectoral 2015 en Nuevo León” el papel de los medios de comunicación y su influencia en la conformación de las actitudes políticas, y evalúan la participación político-electoral de los jóvenes universitarios del estado de Nuevo León y los factores (como la familia y los procesos de socialización) que inciden en la conformación de sus preferencias políticas.

En la investigación “La utilidad de las encuestas en la predicción del voto. La segunda vuelta de Argentina 2015”, de José del Tronco Paganelli, Georgina Flores Ivich y Abby Madrigal Ramírez, a partir de una estimación de los resultados electorales de la segunda vuelta en las elecciones presidenciales de 2015 en Argentina, y con base en información provista por un estudio del Latinobarómetro, se realiza un análisis de corte cuantitativo para demostrar si efectivamente los estudios de opinión pública son capaces de predecir —y con qué nivel de precisión— las variaciones en las preferencias y comportamientos político-electorales de los ciudadanos, así como la utilidad de las encuestas de opinión pública y la capacidad de éstas para modificar las preferencias electorales de los ciudadanos.

En este estudio, también se da cuenta de los factores que determinan el voto en favor de uno u otro candidato y se busca observar qué ocurre entre, por ejemplo, una evaluación negativa del funcionamiento de la economía y la probabilidad de votar en favor de partidos de oposición; además se analiza qué tanto, en ciertas condiciones, los datos de opinión pública son un elemento útil para estimar los resultados de una elección.

En el artículo “El boicot al derecho de réplica por el Estado mexicano”, a través de su análisis, Javier Esteinou Madrid describe algunos avances y retrocesos que introdujo la reforma constitucional en materia de telecomunicaciones de 2015, y busca determinar qué tan equitativa, coherente y constitucional es la Ley de Derecho de Réplica.

El autor también afirma que la normatividad en ese ámbito ha sido abandonada por décadas por el Estado mexicano, imposibilitando con ello el ejercicio pleno de la democracia, y si bien se reconoce que dicha reforma constituye un avance importante en el modelo de comunicación en México, hay argumentos para cuestionar dicha ley.

En el artículo “Opinión pública y web 2.0. Las redes digitalizan el barómetro político en España”, Marián Alonso analiza la interpretación de las opiniones digitales generadas en las plataformas 2.0 en España, especialmente aquellas acerca del entorno político. Su interés radica en que, gracias al ciberactivismo en estos medios, han surgido nuevos partidos donde el principal actor es el ciudadano. La autora también estudia la manera en que los partidos utilizan las plataformas sociales y la repercusión que esto tiene en la popularidad de los políticos.

En el trabajo de investigación “Roles contributivos vs. roles partisanos en la cobertura de conflictos socioambientales. Un estudio comparado”, Sandro Macassi, a partir del análisis de

tres conflictos mineros ocurridos durante 2011 en la República del Perú, estudia la forma en que los medios nacionales y regionales cubren conflictos socioambientales, por lo que para evaluar las acciones que desempeñan los medios de comunicación en dichas coberturas y sus efectos, el autor desarrolla un conjunto de indicadores: los de los roles partisanos y los de los roles contrarios. De acuerdo con los resultados, en la mayoría de las noticias referidas a los conflictos socioambientales, predomina el rol partisano.

En el clásico ensayo "La sociología de la opinión pública", Joseph S. Roucek hace un amplio recuento histórico sobre el desarrollo de la disciplina de la opinión pública. Allí, además de describir los acontecimientos históricos más importantes (desde el periodo de la Edad Media hasta la actualidad), menciona a los teóricos más sobresalientes de la opinión pública con sus respectivas aportaciones, y también describe el papel que han desempeñado en diferentes etapas de la historia mundial los recursos propagandísticos, su influencia en la población y su relación en la conformación de la opinión pública. Para Roucek, la propaganda ha sido fundamental (e incluso determinante) en el acontecer histórico.

El autor menciona las principales instituciones académicas que dieron cabida a las primeras investigaciones sobre comunicación, opinión pública y propaganda, las cuales no lograron consolidarse sino hasta la segunda mitad del siglo xx. No obstante, según se menciona en el texto, en las últimas dos décadas se reconocieron y aceptaron como disciplinas especiales en el terreno de la psicología social y de la sociología.

En esta ocasión, la *RMOP* incluye la reseña de Esteban Zunino acerca del libro *El poder de la agenda: política, medios y público*, de Natalia Aruguete. Este libro, nos explica Zunino, hace un recorrido a través de todas las investigaciones de la teoría de la *Agenda Setting*, desde los primeros hallazgos hasta los más recientes estudios, que plantean la existencia de un tercer nivel de análisis, el cual considera la existencia de una interacción entre las noticias y la red cognitiva de las personas.

Pablo Armando González Ulloa Aguirre
Coordinador del número