

Presentación

La elección presidencial mexicana del 2024

La *Revista Mexicana de Opinión Pública* se congratula en presentar en su número 38, su dossier abocado al análisis de la elección presidencial mexicana de junio del 2024. Son tres artículos cuya rigurosidad teórica y metodológica dan cuenta de la complejidad y relevancia que tuvo el comportamiento político de este importante proceso electoral en que se renovó la titularidad del Ejecutivo Federal.

En principio, Alejandro Moreno y Alexandra Uribe Coughlan nos presentan el artículo: “La transformación mediática en México, 2006-2024: patrones de información, discusión política y fragmentación del electorado”. En este trabajo, se muestran los cambios en los patrones de consumo de medios durante las campañas de cuatro elecciones presidenciales: 2006, 2012, 2018 y 2024. Sin duda, el artículo habrá de constituirse en una referencia obligada no solo para los estudiosos del comportamiento electoral, sino también para aquellos interesados en la dinámica de la comunicación política en los procesos electorales presidenciales en nuestro país. La RMOP agradece la contribución de Alejandro Moreno y Alexandra Uribe, referentes en el estudio del comportamiento político y la opinión pública.

Por su parte, Natasha Konzevik Makowski y Rodrigo Castro Cornejo —en su artículo “¿Hubo una reacción negativa en contra de las candidaturas paritarias por género? Las actitudes sexistas del electorado mexicano en las elecciones de gobernadores (2021) y presidencial (2024)”— examinan las actitudes sexistas del electorado mexicano y su materialización en el voto en la pasada elección intermedia del 2021 y la elección federal del 2024 en nuestro país. Su artículo nos propone dos categorías analíticas: sexismo hostil y sexismo benevolente, y cómo se constituyen en variables explicativas de participación y sufragio. Este trabajo es inédito en su temática y en la forma en que se procesa la evidencia sienta un precedente en los estudios de voto y género en México. Agradecemos el interés por publicar en la RMOP de Natasha y Rodrigo.

El último trabajo es el de Rosa Ynes Alacio-García y Hugo Hernández Gamboa, su artículo “Las regiones de la participación electoral: entre partidos políticos, alianzas y coaliciones” retoma un agenda que tuvo un auge previo al arribo de Andrés Manuel López Obrador a la Presidencia en 2018, el de las alianzas electorales. En este caso, el trabajo utiliza datos agregados de los sistemas de información geográfica (SIG), y con ellos muestra una panorámica de las diversas posiciones políticas por partidos y por coaliciones, ubicando regiones de posicionamiento.

En nuestra sección miscelánea, presentamos un artículo que refleja una preocupación constante en la agenda editorial de la RMOP: La polarización: Un análisis conceptual. El trabajo planta cara, definiendo el concepto y sus implicaciones para el funcionamiento de la democracia. Dante Avaro, investigador del CONICET en

Argentina, ofrece una visión actualizada del término, señalando al clivaje como su opuesto conceptual en su artículo *“Polarización: un análisis conceptual”*.

Nuestro siguiente articulista, Carlos Rodríguez Arechavaleta, en su trabajo: “Dilemas actuales de la Comunicación Política. Comunicación disruptiva, cultura cívica y populismo” analiza las implicaciones de la digitalización para la comunicación política. Lo cual trae nuevos retos de análisis, la emergencia de nuevos clivajes y dilemas performativos en el espacio público.

Finalmente, Martín Echeverría y Mariana Chávez, en “Viejas tendencias en nuevos soportes: sesgo partidista y superficialidad en la prensa digital mexicana”, nos ofrece una visión actual del comportamiento de la prensa digital en México, analizando su desempeño, su grado de corrupción y su sesgo. El trabajo es una investigación rigurosa de carácter cualitativo, que arroja nueva evidencia sobre el comportamiento de los medios de comunicación digital.

Agradecemos a todos nuestros autores su contribución en este número.

CARLOS LUIS SÁNCHEZ Y SÁNCHEZ
Director de la Revista Mexicana de Opinión Pública