
El porcentaje de rechazo de las propuestas editoriales recibidas por la *RMOP* fue de 34% para el número 26; de 68% para el número 27, y de 45% para el número actual, el 28, correspondiente al semestre enero-junio de 2020.

PRESENTACIÓN

Es casi un lugar común afirmar que los estudios demoscópicos juegan un papel clave en las elecciones y aunque, por supuesto, no se agotan en ese ámbito, sí resultan ser una arena propicia para explorar de manera condensada e ilustrativa las percepciones que los ciudadanos tienen no sólo sobre las ofertas ideológicas y programáticas de los partidos y los candidatos, sino sobre la política en general.

Aunque en México llevamos 20 años con elecciones que cumplen con los estándares internacionales de ser libres, justas y competidas, las de 2018 cobraron gran importancia no sólo por la cantidad de cargos que estuvieron en disputa, ya que se renovaron los poderes federales y simultáneamente ocurrieron elecciones en 30 entidades federativas, sino por el triunfo arrollador de una coalición política alrededor de un candidato presidencial que había participado en dos elecciones presidenciales previas y que fue respaldado por un partido de izquierda. Dichas elecciones trastocaron el sistema de partidos centrado en tres principales fuerzas políticas, el cual se había instalado en nuestro país desde los años de la transición a la democracia. Esta circunstancia ha obligado a las diversas disciplinas de las ciencias sociales a desplegar estudios que, en conjunto, puedan ofrecer una explicación a fondo de dicho proceso que es expresión de nuestra vida en democracia.

Si convenimos que, al igual que en muchas partes del mundo y ciertamente en la mayoría de la región latinoamericana, nuestra joven democracia está siendo amenazada por un conjunto de problemas como la desigualdad, la corrupción, la injusticia, la falta de expectativas de mejores condiciones de vida, la violencia y la inseguridad, entre otros, y que los gobiernos surgidos de comicios libres y competidos no han sabido resolver, resulta pertinente analizar detenidamente las elecciones mexicanas de 2018 desde distintos ángulos de la formación de la opinión pública.

Eso es lo que pretende este número 28 de la *RMOP* al conjuntar distintos artículos que le toman el pulso al sentir de los ciudadanos respecto de las distintas facetas, tanto desde el plano nacional como el local, de ese proceso electoral que de diversos modos resultó un parteaguas. La revista echa mano de metodologías diversas como el enfoque comparado y pone énfasis en el efecto que tienen sobre los comicios los nuevos mecanismos y plataformas de comunicación social, al tiempo que recoge las agendas que, gracias a los espacios democráticos conquistados, se han puesto sobre la mesa, como las relativas a los derechos de las minorías y en particular de las mujeres.

El artículo "Opciones por la democracia en los ciudadanos nuevoleonese", José María Infante Bonfiglio aprovecha una encuesta realizada en la antesala de la elección de 2018 y financiada por el Instituto Electoral del Estado para estudiar el comportamiento político de los ciudadanos en uno de los estados de la República que ha experimentado no sólo la alternancia entre partidos políticos, sino con un candidato independiente. Su propósito es conocer sus percepciones y hasta inclinaciones respecto de los diferentes modelos de democracia: representativa, participativa, de asamblea y delegativa.

Por su parte, Ricardo R. Gómez Vilchis, en su texto "Impacto de las redes sociales en la percepción ciudadana sobre la compra del voto en México" observa el papel de las redes sociales en relación con la práctica muy extendida en nuestro país del intercambio clientelar de votos por bienes privados. Su objetivo es identificar en qué medida la existencia de esta nueva forma de comunicación ciudadana fue una herramienta útil para alertar a los votantes frente a las nocivas prácticas de compra de votos. Gómez Vilchis encuentra que ni los medios tradicionales como la

radio y la televisión, ni la interlocución cara a cara son eficaces para concientizar a los electores; en cambio, las formas abiertas, libres y de amplio acceso como las redes sociales sí lo son.

Desde la óptica de la utilización de las redes sociales por parte de los candidatos presidenciales como instrumento para acercarse más a los electores, el texto de Sergio Rivera-Magos y Karla Negrete-Huelgo, "Elecciones 2.0 en México. Análisis de estrategias de comunicación en Facebook de los candidatos presidenciales de 2018", explora qué tanto los candidatos presidenciales se apropiaron de la plataforma web 2.0 durante las campañas políticas. A partir de examinar tanto la arquitectura de las páginas de Facebook de los candidatos, como de revisar el tipo de publicaciones que se generaron en dichas páginas, los autores concluyen que se desaprovechó el potencial de Facebook, debido a que los candidatos reprodujeron los esquemas convencionales de comunicación. La lección es que contar con una cuenta de Facebook está lejos de significar utilizar todo su potencial para conectar bien con los ciudadanos.

El artículo de Iván Islas Flores, "Debates electorales presidenciales bajo la mirada deliberativa. Caso México, 2012 y 2018" propone entender las campañas electorales desde una perspectiva deliberativa, es decir, como una ocasión para darle mayor racionalidad al voto. El autor compara los debates presidenciales en dos coyunturas diferentes, 2012 y 2018, identificando los diferentes tipos de formato que se utilizaron y mostrando cómo con esquemas más ágiles, tales como tener una conducción más libre y menos rígida y una mayor interacción con el auditorio, los debates ayudan a reforzar la calidad deliberativa, obligando a los candidatos a explicar y justificar sus posiciones, aunque no necesariamente ello mejora la calidad de los argumentos o los contenidos mismos.

Alejado del tema electoral, el artículo de Paola Ingrassia y María Fernanda Weidmann, "Las huellas del discurso patriarcal en la prensa gráfica sanjuanina. Propuesta de análisis para los discursos mediáticos sobre la mujer" realiza un análisis de noticias sobre violencia de género, desde una perspectiva que complementa la teoría de la socio-semiótica con los estudios de género. El objetivo del texto es encontrar las huellas del discurso patriarcal en las notas del *Diario de Cuyo* sobre el caso de dos niñas sanjuaninas, en Argentina, que fueron violadas y embarazadas, pero que pudieron activar la interrupción legal del embarazo. Después de estudiar el papel que han jugado los medios en la construcción de la realidad social, concluyen que la prensa gráfica no ha sido un instrumento progresista y promotor de los derechos humanos, sino que ha reforzado el *statu quo* y las inequidades existentes.

Como complemento a estos artículos de investigación, este volumen de la *RMOP* presenta, en su sección de Notas para una investigación, un texto sobre las encuestas levantadas en las elecciones de 2018, elaborado por uno de los expertos nacionales más reconocidos en el tema, Ricardo de la Peña Mena, quien revisa en él tanto las fuentes de información como los conceptos sobre cómo medir encuestas, para ofrecer el estado de la cuestión sobre el debate técnico en torno a los estudios de opinión. Por último, en la sección Memoria de la opinión pública se recupera este trabajo de 1982 de Rafael López Pintor: "Opinión pública y encuestas de opinión en España", donde el autor hace una historia de las encuestas en ese país, sometiendo a revisión el papel de los medios, de las universidades, de los despachos de asesoría profesional, es decir, de todos los protagonistas e interlocutores de los estudios demoscópicos.

Jacqueline Peschard Mariscal
Coordinadora del número

