

PRESENTACIÓN

En un escenario comunicacional como el actual, en que las disputas por promover determinadas definiciones de una situación configuran narrativas donde los actores que participan de un acontecimiento juegan un papel crecientemente protagónico, los medios de elite, las redes sociales, los discursos oficiales, los actores sociales —individuales y colectivos— disputan sentido para construir la realidad político-social en la que se mueven. Esa realidad será tal —y devendrá real—, en la medida en la que los actores que participan discursivamente de ella le asignen carácter de verdad. En la década de 1920, W. I. Thomas asume que “si las personas definen las situaciones como reales, éstas son reales en sus consecuencias”.¹

Es así como la contienda discursiva cobra una importancia singular en el nuevo escenario comunicacional, donde los medios sociales polemizan con los masivos, donde la proliferación de información de baja calidad nos retrotrae a la pregunta por lo verdadero frente a lo verosímil, y, como consecuencia, a reflexionar acerca de las perspectivas desde las cuales discutir las nociones de participación e interacción, con la intención de reponer la dimensión política y las dinámicas de poder existentes en el acceso a la comunicación. Los trabajos que componen este número de la *Revista Mexicana de Opinión Pública* intentan desandar estas preguntas.

En este número nos proponemos también recorrer distintos procesos de configuración discursiva. Algunos artículos indagan los posibles tipos de relación comunicacional que integran la comunicación política: las estrategias de los gobiernos y sus funcionarios en su intercambio con la ciudadanía mediante el uso de las redes sociales, y la influencia que los medios de comunicación ejercen sobre la opinión pública. Este número está integrado, además, por estudios que analizan los factores que condicionan el ejercicio periodístico y otros que sistematizan su contraparte: los estereotipos y sesgos recurrentes en las coberturas y, coherente con ello, la capacidad de distintos actores de tener crédito —más propiamente, influir— en los medios tradicionales. Por último, cabe destacar un trabajo que aporta una exploración novedosa: las indagaciones sobre el consumo incidental de noticias en redes sociales cuenta en este número con una de las primeras publicaciones acerca de esta problemática en idioma castellano.

Por todo ello, la *RMOP* invita no sólo a los académicos y a los profesionales de la opinión pública a detenerse en cada uno de los siguientes trabajos, “Las obligaciones de los institutos electorales en materia de transparencia y acceso a la información gubernamental”, de María Guadalupe González Jordan, se centra en la necesidad de mejorar los canales de comunicación con el objeto de que la transparencia se desarrolle a la par que la ciudadanía reconoce su derecho a solicitarle a la autoridad información.

En “A medio camino. El sistema mediático mexicano y su irregular proceso de modernización”, Rubén Arnoldo González Macías y Martín Echeverría Victoria han investigado la coexistencia de factores liberales y autoritarios en el ejercicio periodístico mexicano para examinar también las fuerzas exógenas y endógenas que estarían impulsando u obstaculizado la transformación del periodismo en México.

“Medios de comunicación, conocimiento y entendimiento de la opinión pública sobre los sucesos políticos. El caso de México” es el trabajo con el que Ricardo R. Gómez Vilchis busca

¹ Thomas, William I., *La definición de la situación*, tr. Eva Aladro, *Cuadernos de Comunicación e Información*, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, núm. 10, 2005.

demostrar que los medios de comunicación robustecen tanto el conocimiento como el entendimiento de la opinión pública sobre los sucesos políticos, es decir, informan y forman opinión entre los ciudadanos.

“Gobernar es estar cerca”. Las estrategias de proximidad en el uso de las redes sociales de Mauricio Macri y María Eugenia Vidal, trabajo de Rocío Annunziata, Andrea Fernanda Ariza y Valeria Romina March, se aboca a explorar las estrategias de proximidad desplegadas, a través de las redes sociales, por dos dirigentes políticos. Así, el contenido es analizado de varias maneras, por ejemplo, la clasificación de éste en cuatro grandes categorías: ciudadano, íntimo, institucional y político, con la hipótesis de que ambos dirigentes privilegian el que llamamos contenido “de proximidad” (íntimo y ciudadano).

Carola Lustig, Francisco Olego y Tomás Olego, en “Campañas y medios en democracias en desarrollo. Efectos del primer debate presidencial en la elección argentina de 2015”, estudian cómo, en un contexto en que los votantes no se identifican de manera significativa con los partidos políticos y ocurre el sesgo noticioso en los medios de comunicación, las campañas electorales sí pueden tener efectos fuertes en la decisión del voto. El análisis de un debate televisivo en tiempos de campaña presidencial es uno de los principales objetos de exploración y reflexión de los tres académicos.

“Una tipología de los sesgos y estereotipos de género en la cobertura periodística de las mujeres candidatas”, de Virginia García Beaudoux, Orlando D’Adamo y Marina Gavensky, analiza el problema de los sesgos y los estereotipos de género en la cobertura periodística de las campañas electorales de las mujeres candidatas. Se basa, para ello, en una exploración empírica tanto de la frecuencia de publicación como de las características de los estereotipos de género presentes en la cobertura periodística, realizada por la prensa escrita y por la televisión, de tres candidatas en los años 2015 y 2016, en tres países diferentes: Hillary Clinton (Estados Unidos de América), Keiko Fujimori (Perú) y María Eugenia Vidal (Argentina).

Eugenia Mitchelstein y Pablo J. Boczkowski, en “Juventud, estatus y conexiones. Explicación del consumo incidental de noticias en redes sociales”, realizan un meticuloso análisis sobre este fenómeno, pero no se enfocan, en su trabajo, en las consecuencias del acceso incidental a la información para el aprendizaje sobre la actualidad, la fijación de agenda y la participación política, sino en las causas que subyacen al incremento de esta práctica. A partir de una encuesta domiciliaria en Buenos Aires, Argentina (N = 700), encontraron qué jóvenes son más proclives a llevar a cabo el consumo incidental de noticias.

Nadia Koziner, en “Periodistas y fuentes en la prensa argentina. Revisión teórica a partir de un caso empírico”, se propuso una revisión conceptual de la relación entre periodistas y fuentes de información. Para ello, realizó entrevistas a periodistas especializados en las secciones de política y economía en el contexto de la discusión y sanción de la mencionada ley. Su aproximación le permitió trabajar desde varias perspectivas, que le aportan herramientas teóricas para el análisis de la cobertura que los medios realizan.

“Sesgo noticioso en la cobertura de elecciones locales en los estados de Nuevo León y Colima” es el trabajo donde Rubén Flores González, Alma Rosa Saldierna Salas y Cinthia Gil Morales formulan una hipótesis para identificar los factores que producen un sesgo noticioso más pronunciado en los medios de estos estados de la República mexicana, los cuales tienden a potenciar las

aspiraciones de los contendientes en las campañas electorales, alejándose del equilibrio que en la distribución de los sesgos pudieran ocasionar las redes sociales y los medios digitales.

Finalmente, la *Revista Mexicana de Opinión Pública* recupera, para su sección **Memoria de la opinión pública**, "Control y opinión pública", un valioso trabajo de Silvia Molina y Vedia, quien se pregunta y nos hace reflexionar acerca de la relación indisoluble entre el incremento del control y el desconocimiento que se tiene de la libertad. La académica se preocupa, entre otras cosas, por las opciones controladas que producen la opinión pública, por estudiar de qué manera el control incide en la formación y expresión de la opinión pública.

Natalia Aruguete
Coordinadora del número