

Presentación

Es un lugar común señalar que hacer frente a las cuestiones de qué sea la opinión pública y de cómo es posible su mejor estudio es uno (otro más) de los recurrentes y difíciles ejercicios epistemológicos que la teoría social y la metodología de las ciencias sociales realizan periódicamente. No cabe duda de que contribuye de manera decisiva a esta dificultad la notable heterogeneidad y consiguiente complejidad de su poliédrico objeto, y el hecho de que sea un campo de análisis histórica y pluralmente conformado desde las distintas tradiciones de las ciencias sociales, como la sociología, los estudios de comunicación, la ciencia política y la psicología social, así como desde áreas vecinas, como las ciencias jurídicas y el pensamiento filosófico, que suponen posiciones parcial o totalmente divergentes, cuando no incompatibles e inconmensurables.

En cualquier caso, y al igual que ocurre en el resto de las esferas de la realidad social, la manera de progresar en esta área del quehacer científico requiere identificar su cristalización histórica por cuanto que su enrevesada génesis, que no siempre sigue un guión lógico, proporciona pistas para cualquier investigación empírica que se pretenda fructífera. Aun cuando dicha tarea excede el sentido y los límites de esta presentación, cabe destacar que con la emergencia y el afianzamiento, entre los siglos XVIII y XX, de los derechos civiles, políticos y sociales (y al hilo de ello, la extensión de la alfabetización y la instrucción educativa), la opinión pública va a irrumpir y arraigar como

un referente colectivo conformado por la ciudadanía que, frente a los poderes establecidos, define un espacio diferenciado de naturaleza social formado por sus propias opiniones sobre el acontecer societal, en general, y sobre la gestión del Estado, en particular. Es decir, la noción de ciudadanía se amplió y universalizó conforme se consolidaron los sistemas democráticos en el contexto del desarrollo de la sociedad industrial y su consumación en la sociedad posindustrial. Y con ello, también lo hizo la opinión pública, con lo que supuso de ensanchar su ámbito de referencia e influencia.

En este proceso de consolidación de la opinión pública, la ciudadanía no ha caminado sola, puesto que esa misma emergencia de la modernidad estuvo conectada al desarrollo y a la extensión de los medios de comunicación, transformados con el crecimiento y el progreso de las sociedades industriales en medios de comunicación de masas. De ahí que desde los estudios de comunicación se haya entendido la opinión pública como un fenómeno vinculado a los procesos y efectos de la comunicación conforme al patrón que van definiendo los *mass media*.

De hecho, hasta la definitiva consolidación de los métodos empíricos cuantitativos de investigación social mediante los llamados sondeos de opinión o encuestas, la opinión publicada o presentación pública de las opiniones (fundamentalmente en los periódicos) se entendía como sinónimo de opinión pública. No es

casual que la nítida diferenciación entre estos dos espacios de publicada y pública (devida a Floyd H. Allport en 1937), que suponen dos perspectivas bien distintas acerca de la naturaleza de la opinión pública y de la forma de estudiarla, esté directamente conectada con el histórico primer triunfo de la lógica demoscópica; es decir, con el transcendental momento en que Gallup predijo, con acierto y en oposición al pronóstico de la revista *Literary Digest* que lo había hecho en las elecciones anteriores, el triunfo electoral de Roosevelt frente a Landon en las presidenciales estadounidenses de 1936.

Y no es fortuito que ese punto de inflexión fuera en unas elecciones políticas, dado que la opinión pública tiene un más que estrecho vínculo con la arena política mediática en tanto que, como se ha indicado, su definitiva cristalización está directamente relacionada con la emergencia y consolidación de los regímenes democráticos contemporáneos. Así que tampoco es de extrañar que este escenario político mediático conforme el espacio en el que el protagonismo de la opinión pública es más notorio, dada su materialización formal en los resultados electorales y la correspondiente designación de quién debe gobernar.

El presente número monográfico de PANORAMA SOCIAL dedicado a la opinión pública ha buscado combinar algunos de los anteriores considerandos con la naturaleza específica de la revista, orientada a divulgar información empírica y argumentos rigurosos sobre la sociedad española. De esta manera, se han definido tres bloques con objetos distintos. El primero está dedicado a la impronta teórica y a la investigación empírica desde las dos grandes perspectivas de las ciencias sociales que coexisten en el estudio de la opinión pública: la perspectiva demoscópica, de orientación básicamente sociológica, y la aproximación comunicativa, desde los estudios de los *mass media* y la teoría de *Agenda Setting*. El segundo bloque aborda diversas cuestiones metodológicas en la investigación empírica de la opinión pública, prestando atención al reto que supone la irrupción de Internet como nuevo soporte para el trabajo de campo y la recogida de datos, y al test crucial que implican las estimaciones electorales en las encuestas políticas. Finalmente, el tercer bloque se ocupa de la investigación empírica de la opinión pública en el variado y amplio espacio del entramado social (familia, educación, sanidad, inmigración, jóvenes, etc.).

El primer bloque consta de dos artículos. El primero, a cargo de **Cristóbal Torres Albero** (Universidad Autónoma de Madrid), editor de este número monográfico de PANORAMA SOCIAL, se titula “Lógica demoscópica y opinión pública. *Las encuestas a encuesta revisitado*” y aborda, para el caso de España, el proceso de homologación de la idea contemporánea de opinión pública conforme a la lógica demoscópica. Lo hace a partir de cuatro encuestas disponibles en el banco de datos del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), las tres primeras de las cuales dieron lugar a otros tantos textos titulados *Las encuestas a encuesta*. En conjunto, permiten examinar las últimas cuatro décadas de expansión de las encuestas de opinión pública en nuestro país. De este examen se desprende que son los problemas vinculados a la confianza y la credibilidad de las encuestas los que impiden la completa hegemonía social de este método empírico de concreción de la opinión pública que, no obstante, ha conseguido universalizar su lógica en el imaginario social de la ciudadanía.

El segundo artículo “Medios de comunicación y opinión pública en España: una aproximación desde la teoría de *Agenda Setting*”, de **Jordi Rodríguez-Virgili** y **Javier Serrano-Puche** (Universidad de Navarra), parte de la tradición de los estudios de comunicación que reivindican la teoría de *Agenda Setting* para, una vez contextualizada en las contemporáneas dinámicas de Internet, identificar, a partir de una encuesta *online*, las relaciones entre los principales actores (políticos, medios de comunicación y ciudadanía) que intervienen en la conformación actual de la agenda de la opinión pública.

El bloque segundo está compuesto por cuatro artículos. En “Encuestas por Internet y nuevos procedimientos muestrales”, de **Millán Arroyo Menéndez** y **Lucila Finkel** (Universidad Complutense de Madrid), se realiza un recorrido por el universo de las encuestas *online*, caracterizando su evolución, su situación actual y sus aspectos diferenciales, e identificando sus ventajas e inconvenientes. A este artículo le siguen, dentro del mismo bloque, otros tres, elaborados por profesionales de la investigación demoscópica sobre las estimaciones electorales de las encuestas políticas.

“Estimación electoral en tiempos de multipartidismo. Comparación de indicadores en

cuatro elecciones generales (2015-2019)", de **José Pablo Ferrándiz** (Metroscopia y Universidad Carlos III) y **Josep Lobera** (Universidad Autónoma de Madrid), compara los principales métodos de estimación de resultados electorales a partir de la evidencia empírica de cuatro encuestas preelectorales realizadas por la empresa Metroscopia y contrasta tales resultados con los de las últimas cuatro elecciones generales celebradas en España (diciembre de 2015, junio de 2016, abril y noviembre de 2019).

Juan Vicente Castellanos Quintana (Ipsos y Universidad Carlos III de Madrid), en su artículo "La participación electoral y la intención de voto", presenta una técnica de medición del tiempo implícito en la respuesta a determinadas preguntas clave, que permite predecir los factores que más motivan a los encuestados a votar en unas elecciones políticas. También identifica –aunque de manera más limitada– aquellas variables que influyen en el voto a los distintos partidos políticos del espectro ideológico.

Por su parte, **José Antonio Gómez Yáñez** (Estudio de Sociología Consultores y Universidad Carlos III de Madrid), en "Una teoría sobre el recuerdo de voto: sus deformaciones y transformaciones", aborda todos los problemas vinculados al recuerdo de voto en la elaboración de los pronósticos electorales (la habitualmente denominada "cocina electoral").

El bloque final de este número de PANORAMA SOCIAL se ocupa de presentar evidencia empírica sobre la evolución y el estado de la opinión pública en torno a una serie de cuestiones y colectivos de relevancia social. En "La familia española y la opinión pública en perspectiva internacional", **Luis Ayuso Sánchez** (Universidad de Málaga) pone de manifiesto cómo las tendencias en las opiniones públicas sobre la familia anticipan los más profundos cambios que comienzan a gestarse en las estructuras familiares. A partir de tres encuestas del *International Social Survey Programme* analiza la pluralización del concepto de familia, las actitudes hacia el género, el trabajo y la familia, la evolución de la imagen social de los hijos y el deber intergeneracional de apoyo familiar.

El siguiente artículo está dedicado a la opinión pública sobre la educación en nuestro país. **María Fernández-Mellizo** (Universidad Complu-

tense de Madrid), autora del texto "¿Es posible el consenso educativo? La opinión pública sobre política educativa en España", analiza la consideración que los españoles tienen de la política educativa a partir de la explotación del banco de datos del CIS. Señala que, pese al difícil consenso en diversos aspectos, como los de la financiación pública de los centros o la enseñanza religiosa, existe un amplio campo de convergencia en lo que respecta a los objetivos del sistema educativo, la importancia de la calidad y las medidas para la mejora de la enseñanza.

Ana M. Guillén y **David Luque Balbona** (Universidad de Oviedo) estudian en "La opinión pública sobre el sistema sanitario español" los efectos de las restricciones en el gasto público que se han verificado durante la crisis económica en la satisfacción de los ciudadanos con los servicios sanitarios. Los autores concluyen que aun cuando la valoración ciudadana sobre el funcionamiento del sistema sanitario empeoró en ese periodo, el grado de satisfacción sobre el propio sistema se mantuvo, en líneas generales, constante.

Bajo el título "La prelación de la inmigración como problema del país", **Berta Álvarez-Miranda** (Universidad Complutense de Madrid), indaga en la posición que los españoles conceden a la inmigración dentro de la jerarquía de problemas del país en lo que llevamos de siglo, para lo que recurre a la serie de barómetros mensuales del CIS. Una vez identificada esta pauta, la autora profundiza en el análisis utilizando para ello la encuesta preelectoral de marzo de 2019 del CIS, que cuenta con una muestra muy superior a los barómetros mensuales y permite así identificar el perfil sociodemográfico y el comportamiento político de aquellos que definen la inmigración como uno de los principales problemas de España.

Los dos siguientes artículos enfocan la atención en los jóvenes españoles. En el titulado "Una generación ni perdida ni extraviada: aproximación demoscópica a los *millennials* españoles", **Elisa Chuliá** (UNED y Funcas) expone algunos de los principales resultados de la *Encuesta Funcas a Millennials*, efectuada en septiembre-octubre de 2019. Según la interpretación de la autora, las respuestas de los jóvenes ponen en cuestión la imagen negativa que de ellos circula a menudo en la sociedad. Por su parte, **Inés Calzada** (Universidad

Complutense de Madrid) y **Eloísa del Pino** (Consejo Superior de Investigaciones Científicas), en su artículo “Jóvenes y actitudes hacia los impuestos en España”, analizan datos de encuesta de los que se desprende que la crítica al sistema fiscal que expresan muchos jóvenes no implica una oposición al pago de impuestos y a las políticas del Estado de bienestar.

Finalmente, la última aportación se ocupa de los sentimientos de bienestar personal y felicidad, tal como se manifiestan en las encuestas. En “Opinión pública y felicidad. Las bases sociales y políticas del bienestar subjetivo”, **Félix Requena Santos** (Universidad de Málaga) pone de manifiesto, a partir de diversos datos de encuesta, cómo la felicidad, medida a través de encuestas, además de un estado emocional subjetivo, expresa una valoración sobre la calidad de vida de quienes forman la sociedad, dando soporte a la opinión pública.

En suma, el conjunto de artículos de este nuevo número de PANORAMA SOCIAL ofrece diversas perspectivas y abordajes de un fenómeno difícil de aprehender conceptualmente y de medir empíricamente, pero que interesa especialmente a las ciencias sociales en la medida en que permite pulsar las preocupaciones, las preferencias, los deseos y las voluntades de los ciudadanos en las democracias.