

LA IDEA DE MUNDO COMÚN EN LA OPINIÓN PÚBLICA JUVENIL DEL AMBA

DOSSIER

MARIO RENZO MOYANO – rmoyano@campus.ungs.edu.ar
Universidad Nacional de General Sarmiento, Argentina

ARK CAICYT: <https://id.caicyt.gov.ar/ark:/s16668979/mrbldksw>
DOI: <https://doi.org/10.62174/arg.2025.10815>

FECHA DE RECEPCIÓN: 24-5-2025
FECHA DE ACEPTACIÓN: 2-10-2025

Resumen

Este artículo identifica y caracteriza el modo en que las audiencias integradas por jóvenes residentes del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA) construyen la noción de Mundo Común en el terreno de la opinión pública (Arendt, 1958; Latour, 2005; Merleau-Ponty, 1945; Sadin, 2020). Presentamos una síntesis del estado actual del conocimiento sobre las tres dimensiones del concepto Mundo Común, que aborda nuestro estudio: las dimensiones Política, Mediática y Social. Describiremos los objetivos y la estrategia de construcción teórico-metodológica que orienta nuestra investigación. Finalmente, anticiparemos algunos resultados preliminares de la investigación que actualmente se encuentra en curso y que surgen de nuestras exploraciones iniciales acerca de las actitudes de los jóvenes del AMBA en relación con el componente Social de la noción de Mundo Común, que se despliega en el ámbito de la opinión pública.

Palabras clave: Mundo Común, opinión pública, polarización, burbuja digital, desigualdad

234

THE IDEA OF A COMMON WORLD IN THE YOUTH PUBLIC OPINION OF AMBA

Abstract

This article identifies and characterizes how audiences made up of young residents of the Buenos Aires Metropolitan Area (AMBA) construct the notion of the Common World in the realm of public opinion (Merleau-Ponty, 1945; Arendt, 1958; Latour, 2005; Sadin, 2020). We present a synthesis of the current state of knowledge on the three dimensions of the Common World concept addressed in our study: the Political, Media, and Social dimensions. We will describe the objectives and the theoretical-methodological construction strategy that guides our research. Finally, we will anticipate some preliminary results of the research currently underway and that emerge from our

initial explorations of the attitudes of young people in the AMBA in relation to the Social component of the notion of the Common World that unfolds in the realm of public opinion.

Keywords: common world, public opinion, polarization, digital bubble, inequality

1. Introducción

En este artículo presentamos el estudio que estamos iniciando en el Instituto del Desarrollo Humano (IDH) de la Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS), sobre el modo como las audiencias juveniles del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA) construyen en la esfera pública la idea de Mundo Común (Arendt, 1958; Latour, 2005; Merleau-Ponty, 1945; Sadin, 2020).

Nuestra investigación busca establecer cómo se posicionan los jóvenes en relación con las dimensiones complejas que integran la noción de Mundo Común, asociada a un conjunto de sentidos que los actores sociales atribuyen a la vida en comunidad y en cuyo marco la noción de colectividad ocupa un lugar central.

En la tradición fenomenológica, el concepto Mundo Común alude a la existencia de una realidad compartida, que emerge de la intersubjetividad y que es entendida como “experiencia encarnada”. En el marco de esa experiencia vivencial los individuos, a través de la percepción e interacción, construyen el ámbito común en el que sus diferentes perspectivas se entrelazan, dando lugar a un “sentido compartido” (Merleau-Ponty, 1945).

En la teoría política Mundo Común refiere al espacio plural y compartido, en el que los individuos dialogan, actúan y expresan sus puntos de vista, estableciendo el marco comunicacional básico para el desarrollo de la vida política (Arendt, 1958, 1961).

Más recientemente Mundo Común aparece integrado a la denominada “teoría del actor-red”, como la construcción colectiva que resulta de la negociación y del acuerdo entre los diversos agentes que interactúan en el espacio social, político y cultural. Una construcción que constituye la base para la conformación de una “ecología política” inclusiva y participativa (Latour, 2005).

En paralelo, la noción Mundo Común se conecta con los supuestos de la teoría de la acción comunicativa, que postula la existencia de un mundo “externo”, que alude a los mundos “objetivo” y “social”; un mundo “interno” o mundo “subjetivo”; y un “mundo de la vida” que integra a los diversos mundos y se define como el terreno de los significados compartidos. Es decir, como el sistema de referencia común sobre cuya base se sustentan la comunicación y la acción social (Habermas, 1987; Vasilachis de Gialdino, 1992).

Partimos de la pregunta básica acerca de qué significados y prácticas los jóvenes del AMBA articulan en relación con los diferentes componentes que integran la idea compleja de Mundo Común, que se despliega en el terreno de la opinión pública. A lo largo de este artículo describimos los principales antecedentes de nuestro objeto de conocimiento, su construcción teórico-metodológica en el marco de nuestra investigación y una aproximación a las exploraciones empíricas de carácter preliminar que surgen del trabajo de campo.

2. El concepto Mundo Común en la opinión pública

Mundo Común es el constructo a través del cual designamos un conjunto de significados y prácticas por medio de las cuáles se visibiliza la relación que los individuos establecen con las diferentes dimensiones de la vida social. Significados y prácticas que poseen el carácter de vector articulador y aglutinador; de orientación predominante de pertenencia a una vida colectiva y a un interés general; y de sensibilidad valorativa que prioriza un modo de ser social en función del Otro. La idea de Mundo Común reviste el carácter de *ethos* o acuerdo de valores que funciona como marco de referencia colectivo, atraviesa las subjetividades y penetra en los sistemas de creencias. Se trata de una idea que opera en el nivel de las actitudes y de la acción, y que se cristaliza en los sentidos que los actores sociales construyen en relación con los componentes normativos y valorativos de la vida en comunidad.

El primero de dichos componentes alude a la dimensión Política del concepto, donde el sentido de pertenencia a lo Común se expresa a través del vínculo que los ciudadanos establecen con las denominadas instancias de poder (Sadin, 2020).

El segundo componente remite a su dimensión Mediática, visible a través del modo en que los medios de comunicación intervienen en su construcción. Finalmente, el tercer componente refiere a la dimensión Social del concepto, que alude a la visión que los individuos construyen sobre el vínculo individuo-comunidad en el plano de las relaciones sociales.

Nuestra investigación explora la forma en que la idea de Mundo Común se expresa en el terreno de la opinión pública juvenil, denominación que incluye a las audiencias del AMBA que poseen entre 18 años y 29 años de edad. La variable edad funciona como criterio de inclusión y delimitación de nuestra unidad de análisis. Esta decisión se sustenta en razones teóricas, ya que en el límite superior de dicho rango etario (donde se ubica el segmento juvenil que posee más años cumplidos), se encuentran quienes nacieron entre 1996 y 2008. Las personas de mayor edad que conforman dicho segmento transitaron la pubertad en 2009, de modo que su crecimiento converge con el desarrollo de la banda ancha de alta velocidad en 2000, con la expansión de los teléfonos inteligentes y el lanzamiento del iPhone en 2007, y con la extensión de las redes híper virales a partir de 2009 (Haidt, 2024). Por otra parte, dicha delimitación etaria responde a la necesidad empírica que impone el trabajo de campo orientado a entrevistar y encuestar personas jóvenes que tienen la mayoría de edad y cuentan con cierta experiencia de participación electoral.

3. Antecedentes sobre la noción de Mundo Común

La idea de Mundo Común es interpelada por procesos políticos, sociales, culturales y tecnológicos, que dan cuenta de fenómenos de atomización, aislamiento, fragmentación social, polarización y despolitización de los actores sociales, que operan en el contexto de las profundas transformaciones que en las últimas décadas experimenta el sistema capitalista. En este sentido, los estudios de base empírica realizados en los últimos años dentro del “Seminario de Investigación de Mercados, Medios y Opinión” del Instituto del Desarrollo Humano (IDH) de la Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS), destinados a producir conocimiento sobre el vínculo que los sujetos establecen con los medios de

comunicación y sobre la dinámica de la relación compleja entre consumo de información y opinión pública, constituyen un antecedente fundamental.

Actualmente esa dinámica es atravesada por tendencias globales, como la propensión al rechazo de la democracia representativa, la desconfianza respecto de las instancias de poder (Estado, instituciones, medios de comunicación y élites políticas y económicas); la creciente “sensación de injusticia y desigualdad”; la tendencia a la disolución del vínculo individuo-comunidad (Da Empoli, 2019; Sadin, 2020); y emergencia de una suerte de espíritu de época, asociado a mutaciones globales en el plano de los significados y de las prácticas, que revelarían el modo en que la opinión pública se posiciona ante la idea de Mundo Común. Estas mutaciones podrían dar cuenta de una suerte de crisis de la idea de lo Público en un contexto geopolítico caracterizado por la expansión mundial de los denominados regímenes *i-liberals* (Da Empoli, 2019; Sadin, 2020).

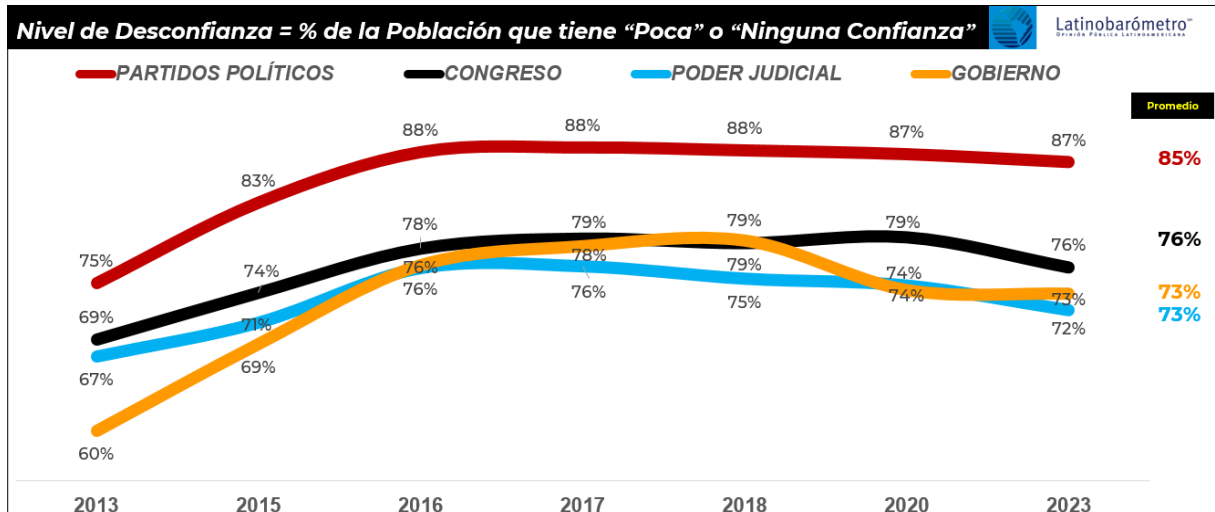
3.1. La encuesta Latino barómetro

Una de las principales tendencias observadas en la dinámica de la opinión pública durante la última década es el aumento de la desconfianza en las instituciones de poder. A partir del análisis de los micro datos de la encuesta que la corporación Latino barómetro (www.latinobarometro.org) realiza anualmente en los países de América Latina, se verifica que la desconfianza en los partidos políticos entre 2013 y 2023 registró un crecimiento de 12 puntos porcentuales (Figura 1). En 2013 el 75% de la población adulta de la región tenía “poca” o “ninguna confianza” en los partidos políticos. Aproximadamente una década después, en 2023, el sentimiento de desconfianza hacia los partidos llegó al 87% (Moyano, 2024)¹.

238

¹ “Opinión Pública, Medios y Democracia en el contexto de la crisis socioeconómica actual”, Ponencia presentada en las Jornadas de la Licenciatura en Comunicación: “Presente y futuro de lo común”, 12 y 13 de noviembre de 2024. Licenciatura en Comunicación, IDH-UNGS.

Figura 1 - Países de América Latina. Población Adulta según Nivel de Desconfianza en las Instituciones de Poder



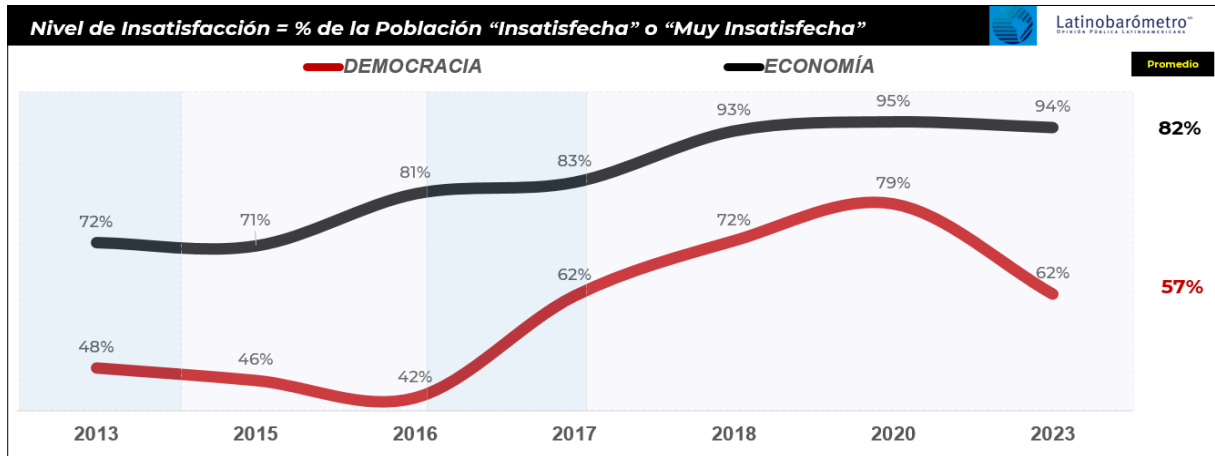
Nota: el gráfico, de elaboración propia a partir de los microdatos de Latino Barómetro (2025), muestra el porcentaje de la población adulta residente en los países de América Latina que manifiesta tener "poca" o "ninguna" confianza en las instituciones de poder entre 2013 y 2023. Los colores de las líneas identifican a cada una de las Instituciones relevadas.

239

Durante dicho período la desconfianza de la opinión pública hacia los poderes del Estado también se acentuó. El nivel de desconfianza hacia el Poder Legislativo, encarnado en la figura del Congreso, pasó del 69% al 76% en toda Latinoamérica.

La imagen negativa de las instituciones también se reflejó en la desconfianza hacia el Poder Judicial, que pasó de 67% a 72% en 2013-2023; y en la desconfianza hacia el gobierno, que se incrementó de 60% a 73% (Moyano, 2024).

Figura 2 - Población Adulta de Argentina según Insatisfacción con la Democracia e Insatisfacción con la Economía

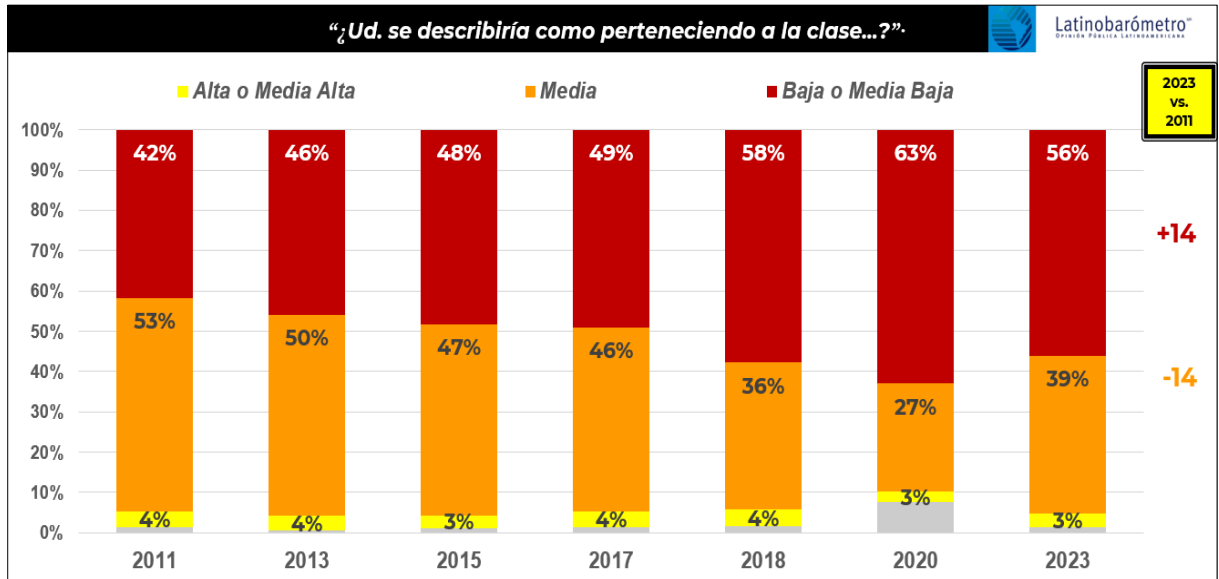


Nota: el gráfico, de elaboración propia a partir de los microdatos de Latino Barómetro (2025), muestra el porcentaje de la población adulta residente en Argentina que se encuentra "Insatisfecha" o "muy Insatisfecha" con la Democracia (línea roja) e "Insatisfecha" o "muy Insatisfecha" con la Economía (línea negra), entre 2013 y 2023.

Uno de los indicadores del vínculo que la población de América Latina establece con la dimensión Política de la vida colectiva, es el nivel de insatisfacción con la democracia. Si nos focalizamos en el caso específico de la opinión pública de Argentina (Figura 2), la medición de Latino Barómetro arroja que la insatisfacción con la democracia (que surge de computar a los encuestados que indican estar "insatisfechos" sumados a quienes se encuentran "muy insatisfechos") pasó del 42% en 2013 al 62% en 2023 (+14 puntos porcentuales).

Uno de los factores asociados a las insatisfacciones anteriormente mencionadas refiere a cómo la población adulta se auto percibe en términos socioeconómicos (Figura 3). En 2011 la mayoría de los argentinos (53%) se auto percibían como personas de "clase media", el 42% como de "clase baja" o "media-baja" (Figura 3). Pero en 2023, se autodefinía como perteneciente a la "clase media" el 39% (- 14 puntos porcentuales) y como de "clase baja" o "media baja" el 56% (+14 puntos porcentuales). A lo largo de estos años dentro de la población adulta de Argentina creció significativamente la sensación movilidad social descendente.

Figura 3 - Población Adulta de Argentina según Clase Social Auto-percibida



Nota: el gráfico, de elaboración propia a partir de los microdatos de Latino Barómetro (2025), muestra el porcentaje de la población adulta residente en Argentina y su percepción sobre la clase social a la que pertenece, entre 2011 y 2023.

241

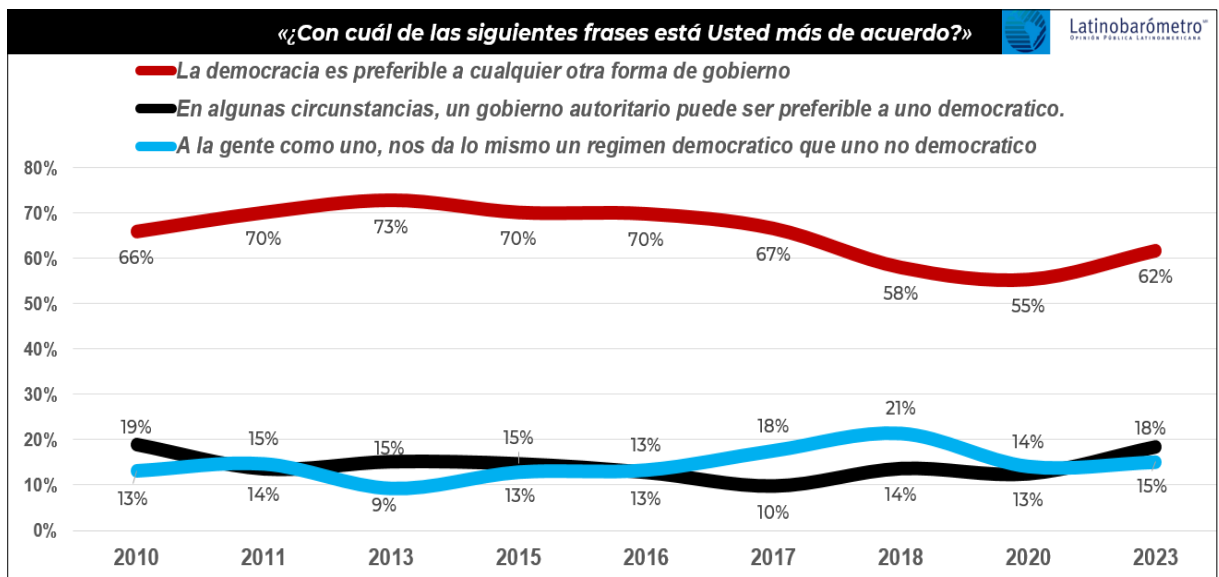
En concomitancia con la imagen subjetiva de caída social y económica, vale prestar atención a cómo evolucionó la percepción sobre el rumbo económico. Desde 2013 el crecimiento de la insatisfacción con la democracia se presenta como un fenómeno altamente correlacionado con el aumento de la insatisfacción con el funcionamiento de la economía (Figura 2).

Esta tendencia de la opinión pública acerca del estado de situación económica del país no se acota a lo subjetivo. Encuentra su correlato en condiciones objetivas que dan cuenta de procesos económicos y sociales que determinaron que entre 2013 y 2023 la pobreza en Argentina creciera de 27% a 42%; y que la desigualdad social, medida por el coeficiente de Gini, también se elevase, pasando de 0,41 en 2013 a 0,44 en 2023².

² Vale recordar que el coeficiente de Gini es una medida de la desigualdad en la distribución del ingreso social, que puede asumir valores entre “0” y “1”, donde “0” significa ausencia de

Otro factor que se correlaciona con la creciente insatisfacción con la democracia es el modo en que la opinión pública percibe el impacto de la democracia en la vida cotidiana (Figura 4). Durante el período 2010-2023 de las mediciones Latino Barómetro, el vínculo con la democracia alcanzó su nivel más alto en 2013, cuando el 73% de los argentinos opinaba que “La democracia es preferible a cualquier otra forma de gobierno”. En 2023 esa percepción se redujo al 62%. Como contrapartida, la idea de que “En algunas circunstancias, un gobierno autoritario puede ser preferible a uno democrático” se elevó desde el 15% (2013) al 18% (2023) y la percepción de que “A la gente como uno, nos da lo mismo un régimen democrático que uno no democrático”, pasó del 9% (2013) al 15% (2023).

Figura 4 - Población Adulta de Argentina según Opinión sobre la Democracia



242

Nota: el gráfico, de elaboración propia a partir de los microdatos de Latino Barómetro (2025), muestra el porcentaje de la población adulta residente en Argentina y su opinión acerca de la Democracia entre 2010 y 2023.

desigualdad o perfecta igualdad: todos los individuos tienen exactamente el mismo ingreso o riqueza; y “1” significa ausencia de igualdad o máxima desigualdad: una sola persona posee todo el ingreso o riqueza y el resto no tiene nada.

3.2. Antecedentes relativos a la dimensión Política de Mundo Común

El primer componente de la idea de Mundo Común que aborda nuestra investigación refiere a la dimensión Política del concepto, relativa a la relación que los ciudadanos establecen con las instancias de poder. Ramírez y Falak (2023) analizan la dinámica de la polarización política, su relación con el componente emotivo de la opinión pública argentina y su impacto en la reconfiguración de la democracia representativa. Describen la “dicotomización socio-política” del espacio público contemporáneo, caracterizada por el retroceso de los denominados “valores intermedios” de la sociedad y examinan el impacto de este fenómeno sobre la percepción de la realidad social.

En este trabajo los autores retoman la noción de “aislamiento cognitivo” de Walter Lippmann para explicar el efecto de “polarización afectiva” promovido por la lógica algorítmica de los medios digitales, a partir de la cual las redes sociales filtrarían nuestra relación con el mundo y estimularían las contradicciones sociales, las “rupturas cognitivas” y las “hostilidades afectivas” (Ramírez y Falak, 2023).

En este contexto los autores retoman el concepto de “partidismo negativo” (tendencia a manifestar un fuerte rechazo por un partido o agrupación), como principal impulsor del comportamiento electoral en contextos de polarización afectiva (Crespo et al. 2021, citado por Ramírez y Falak, 2023). E incorporan las nociones de “endogamia política” y “segregación ideológica”, en tanto constructos que expresarían la fractura del espacio público moldeado por hostilidades afectivas (Ramírez y Falak, 2023).

Uno de los temas que atraviesa la dimensión Política del concepto Mundo Común en la opinión pública, remite a la cuestión de la participación ciudadana en el marco de las democracias representativas. El estudio realizado por Muñoz (2021) sobre democracia y participación en México aborda la noción de “participación ciudadana” como la intervención de los individuos en las actividades públicas. Distingue dos modalidades básicas de participación: “participación visible” (aquella que se manifiesta públicamente) y “participación invisible”. Ésta última forma de participación reflejaría un interés por los asuntos públicos que no

necesariamente deriva en involucramiento directo, ya sea porque se experimenta satisfacción con el funcionamiento de sistema democrático o por el motivo contrario (que determinaría un sentimiento de desconfianza limitante de la participación ciudadana). Se trata de una modalidad de participación en estado latente o potencial que en cualquier momento podría activarse (Muñoz, 2021).

El trabajo de Muñoz analiza los resultados de la Encuesta de Jóvenes de México 2019, desarrollada por el Observatorio de la Juventud en Iberoamérica, acerca del involucramiento de los jóvenes en la política, el grado de confianza en las instituciones políticas y sociales, y las percepciones acerca de la democracia. Según la autora, la encuesta pone de relieve el alto nivel de desconfianza de los jóvenes hacia sindicatos, partidos políticos, legisladores y medios de comunicación (Muñoz, 2021).

3.3. Antecedentes relativos a la dimensión Mediática de Mundo Común

Otro componente relevante de la noción de Mundo Común que aborda nuestra investigación remite a la dimensión mediática del concepto. Fernández y Campillay (2024) estudian la relación entre la denominada crisis del consenso liberal y el efecto de deslocalización del espacio público hacia las esferas virtuales generado por las redes sociales, que actuarían como foros virtuales en democracia. Las nuevas redes sociales conectarían la opinión pública de manera directa con sus representantes y con los denominados “tomadores de decisión”. Esto modificaría la lógica de la representación política clásica, aquella que la democracia liberal concibió en términos estrictamente delegativos.

Según estos autores, la creciente expansión de las redes sociales, tanto en el nivel de la producción como de la circulación de significados en torno de la agenda pública, provocaría una reconfiguración de la opinión pública entendida como expresión de la participación de un *demos* en las decisiones sobre los asuntos públicos. Es decir, como realización de una voluntad común basada en la implicación popular y como transformación de las opiniones particulares mediante la discusión racional de los ciudadanos sobre los asuntos comunes.

Desde esta perspectiva, el espacio virtual operaría como lugar privilegiado de la comunicación política por parte de representantes y tomadores de decisión, y simultáneamente como espacio a través del cual se vehicularía el *feedback* frente a sus actuaciones. En línea con las posiciones críticas respecto de la función de las redes sociales en el espacio público, los autores aquí citados acentúan la relevancia que en la actualidad poseen las herramientas digitales como medio de activismo político por parte de outsiders que cuestionan el consenso liberal (Fernández y Campillay, 2024).

El desplazamiento de la participación política desde los escenarios tradicionales a la esfera virtual, donde los algoritmos seleccionan y gestionan los contenidos de manera altamente personalizada, produciría una reconfiguración de la opinión pública dentro de las denominadas “burbujas informativas” o “burbujas virtuales” (Cardón, 2018, citado por Fernández y Campillay, 2024). En este contexto, la emergencia de los populismos provocaría una suerte de acumulación de capital político por la vía de la polarización o exacerbación de las lógicas binarias de la sociedad (Fernández y Campillay, 2024).

245

Vale también citar el trabajo de Ramos-Galarza, Apolo-Buenaño y Jadán-Guerrero (2018), centrado en los procesos de construcción de significados sobre la política en sectores juveniles de América Latina, su relación con el consumo de información a través de redes sociales y su impacto en el terreno de la opinión pública. Este análisis se basa en un relevamiento de la producción científica de América Latina y destaca la conexión entre los procesos de inequidad social que afectan a los países de la región, el desencanto hacia la política por parte de la población juvenil y el desarrollo de una praxis política caracterizada por formas de participación informal que trascienden la noción de ciudadanía (Ramos-Galarza et al., 2018). Según este enfoque, los jóvenes latinoamericanos desplegarían formas de participación política a través de múltiples esferas de interacción cuya legitimidad sería cuestionada por la política clásica (Díaz y Salamanca, 2012, citado por Ramos-Galarza et al., 2018).

Un estudio comparativo realizado por Romero-Rodríguez, Tejedor y Pabón Montealegre (2021), analiza la relación entre las actitudes populistas, la opinión pública y los medios de comunicación, entre los jóvenes colombianos y españoles. Esta investigación aborda los resultados de la encuesta sobre participación política juvenil realizada por la Dirección Nacional de Estadística de Colombia en 2020 y destaca el fenómeno de desconfianza creciente hacia los partidos y representantes políticos. En este contexto se analiza el fenómeno de “híper exposición” a los mensajes populistas que circulan en redes sociales, en tanto condición básica para el desarrollo de la denominada “homofilia”, concepto que describe las prácticas de interacción virtual orientadas a crear vínculos entre usuarios con intereses comunes. Desde esta perspectiva, el algoritmo de las redes sociales (el medio más utilizado por los jóvenes para acceder a la información), ejercería una función central de refuerzo del “sesgo confirmatorio” de las audiencias, creando contenidos estrictamente a medida de los intereses y afinidades individuales, y operando como una verdadera “burbuja filtro” (Pariser, 2011, citado por Romero-Rodríguez et al., 2021).

246

En este trabajo los autores resaltan el alto grado de mediatización y fragmentación de la comunicación política actual, en contraste con el tipo de comunicación que prevaleció en la era de los modernos medios masivos, cuando las opciones mediáticas eran más acotadas. En paralelo a la extensión de las redes sociales, los medios de comunicación masivos convencionales perderían el oligopolio sobre la selección, el tratamiento y la jerarquización de la información. Esto daría lugar a un nuevo tipo de escenario en el que los ciudadanos que integran las diferentes audiencias actuarían simultáneamente como medios, productores y consumidores de información. En este contexto, la polarización política, entendida como identificación de dos perspectivas derivadas de una división social entre extremos antagónicos y rígidos en sus posiciones, y como praxis de adhesión a un polo extremo que supone implícitamente el rechazo total al polo opuesto, encontraría las condiciones propicias para su despliegue.

La polarización, basada en el conflicto y la tensión entre extremos, obstaculizaría el consenso necesario para el ejercicio democrático. Y la ausencia de imparcialidad y

neutralidad del periodismo y de los medios de comunicación convencionales, contribuiría a esa polarización. De modo tal que, esta suerte de “partición mediática”, tendiente a reforzar las simpatías, las diferencias y los odios, traería como consecuencia directa la fractura del diálogo político y social (Romero-Rodríguez et al., 2021).

3.4. Antecedentes relativos a la dimensión Social de Mundo Común

El tercer componente de la idea de Mundo Común que abordamos en el marco de nuestra investigación refiere a la dimensión Social del concepto. Alude a la perspectiva que individuos articulan sobre el tándem individuo-comunidad. En este sentido, vale destacar el trabajo de Maceira y Nardin (2024), que explora la relación entre las condiciones de estructuración de las clases sociales en el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA), las orientaciones político-ideológicas que predominan en los diferentes segmentos de la población y sus comportamientos electorales en ocasión de las elecciones presidenciales argentinas de 2023.

Este estudio analiza el vínculo entre la expansión del sector de trabajadores autónomos precarizados de baja calificación y la adhesión a opciones político-electorales de naturaleza neoliberal como reacción a las limitaciones de la intervención estatal frente a las desigualdades de clase, particularmente durante las fases pandémica y post-pandémica, y especialmente entre los jóvenes (Maceira y Nardin, 2024). Allí se destaca el alto nivel de “desolidarización” (ausencia de solidaridad) de estos sectores, refractarios a la intervención redistributiva orientada a los segmentos más desventajados de la estructura social, dando cuenta de un proceso de interiorización de valores *contrario sensu* al denominado “impulso igualitario” (Torre, 1989, citado por Maceira y Nardin, 2024).

Entre los hallazgos del estudio se destaca el bajo nivel de apoyo a las políticas de transferencias sociales de ingresos y de seguridad pública en el sector de trabajadores formales de la economía, donde el trabajo representaría una dimensión central de identidad; un tipo de identidad construida a partir del distanciamiento social respecto de un “otro social”, “moralmente diferente” y asociado al “no trabajo”; receptor de la asistencia estatal, ubicado en los márgenes

de la cultura del esfuerzo y significado como deudor de la comunidad que le confiere sostén (Danani y Grassi, 2008; Paugam, 2007; citados por Maceira y Nardin, 2024).

El análisis centrado en los comportamientos de los trabajadores que se ubican en las posiciones laborales autónomas de los sectores populares, permite visualizar una cierta correspondencia entre las orientaciones de las fracciones ubicadas en la frontera de la pequeña burguesía pobre y el segmento autónomo de la clase trabajadora. Los rasgos substantivos de estos sectores autónomos son el menor nivel de apoyo a las políticas redistributivas y la escasa solidaridad con los segmentos sociales más desventajados. Se trata de trabajadores autónomos que experimentarían un proceso laboral individualizado, sin relación de explotación directa con el capital y sin la experiencia de construcción y/o pertenencia a intereses colectivos. Trabajadores que se encuentran desposeídos de los medios de trabajo o que son poseedores de medios de producción bajo un régimen de propiedad muy limitada, por lo general con calificación laboral operativa no específica y de nivel medio, en situaciones de alta vulnerabilidad y precariedad en términos de la reproducción de sus condiciones de existencia (Maceira y Nardin, 2024).

248

3.5. Otros antecedentes sobre la noción de Mundo Común

Civila de Dios, Romero-Rodríguez y Aguaded (2020) abordan el rol del periodismo y de los medios de comunicación, y la influencia de las tecnologías digitales en la opinión pública en democracia. En este trabajo, basado en el análisis de artículos indexados en publicaciones científicas, los autores se interrogan acerca del modo en que los medios de comunicación derivados del desarrollo de la web interactiva (2.0, 3.0 y 4.0), ejercerían un rol preponderante en la construcción social de la realidad. Destacan la función de las redes sociales en la elaboración de las “representaciones sociales”, definidas como modalidad particular de conocimiento orientado a establecer los comportamientos y la comunicación entre los individuos (Moscovici, 1970, citado por Civila de Dios et al., 2020). Describen la ruptura de la hegemonía de los medios de comunicación convencionales en la construcción de la

opinión pública, a partir de la consolidación de las plataformas digitales. Según los autores estas transformaciones darían lugar a la conformación de un nuevo tipo de cosmos digital en el que se ubicaría la opinión pública y que se constituiría como nuevo espacio de participación. En paralelo, este fenómeno de ruptura provocaría una suerte de mutación del significado de la opinión pública en tanto conjunto de preferencias acumuladas de los ciudadanos individuales.

Esta ruptura de la hegemonía de los medios de comunicación convencionales sería la expresión de un cambio epistemológico, en el que confluirían dos tendencias: por un lado, un mayor flujo de información y de los medios en los que se exponen los hechos noticiables; por otro lado, la existencia de individuos que pueden expresar y visibilizar su opinión para una multiplicidad de audiencias. Esta mutación a su vez daría lugar a dos lecturas mutuamente excluyentes. Por un lado, la lectura según la cual la expansión masiva de la información a través de los medios virtuales ocasionaría una amplificación del efecto de “espiral del silencio” descrito por Noelle-Neumann (1995): la tendencia de los individuos a reprimir su opinión para evitar una potencial sanción, aislamiento o rechazo. Por otro lado, la idea de que el predominio de los nuevos medios digitales produciría una ruptura de la opinión pública y un consecuente surgimiento de nuevas formas de pensamiento. El actual ecosistema comunicativo y los hábitos de consumo, producción y difusión de información a través de los nuevos medios digitales, profundizarían la tendencia a la desinformación de las audiencias bajo la forma de *mainstreams* o corrientes de pensamiento que circulan por los canales digitales y adquieren el estatus de matrices de opinión.

El estudio de Civila de Dios et al (2020) destaca la experiencia pública que ofrecen las redes sociales por medio de la circulación de tópicos caracterizados por su contenido emocional, afectividad expresiva y polarización ideológica, en un contexto en el que los procesos de *machine learning* o “aprendizaje mecánico – automático” de los algoritmos favorecerían el desarrollo de *fake news*. En el marco de este enfoque, los movimientos de opinión a través de las redes digitales podrían estar operando como “nichos digitales” o “cámaras de eco” (Sunstein, 2009, citado

por Civila de Dios et al., 2020); es decir, como prácticas que refuerzan el sesgo de confirmación de las audiencias (Barón, 1998, citado por Civila de Dios et al., 2020).

4. El problema de investigación: la noción Mundo Común en la opinión pública juvenil

Los trabajos académicos relevados permiten construir un panorama general sobre el estado del conocimiento en relación con las dimensiones del concepto Mundo Común construido en el marco de nuestra investigación. En relación con la dimensión Política, destacan algunas tendencias que más allá de sus connotaciones locales, parecieran estructurarse en relación con procesos políticos, socioeconómicos, culturales y tecnológicos de naturaleza global. Estos procesos darían cuenta de un clima de época, en el que convergen el creciente desinterés por lo político, la propensión al rechazo de las instancias de poder y la insatisfacción con la democracia. En este contexto operarían la polarización y dicotomización socio-política del espacio público contemporáneo.

El retroceso de las posturas asociadas a los denominados valores intermedios de la sociedad se encuentra en el centro de esta problemática y se conectaría con la irrupción y consolidación de una praxis política caracterizada por formas de participación informal que trascenderían la noción de ciudadanía. Sobre esta base, se asentaría, particularmente entre los jóvenes, la percepción sobre el mal funcionamiento de la representación política y la desilusión hacia los líderes políticos.

Los posicionamientos que los individuos establecen con el sistema político se conectan de manera directa con la dimensión Mediática del concepto Mundo Común que aborda nuestra investigación. En este punto destacan fenómenos convergentes: deslocalización del espacio público, reconfiguración y mediatización de la opinión pública, desplazamiento de la participación política, desde los escenarios tradicionales hacia la esfera virtual.

En este contexto se desarrollan la polarización afectiva, la fragmentación comunicativa, el aislamiento cognitivo y la hiper exposición a contenidos, promovidos por la lógica algorítmica binaria y aprendizaje mecánico-automático

de los medios digitales, particularmente de las redes sociales, que operarían como “burbujas”; estimulando modalidades de interacción virtual basadas en la producción, circulación y consumo de contenidos altamente individualizados; orientados a crear vínculos entre individuos con intereses y afinidades comunes; y destinados a reforzar el sesgo cognitivo de las audiencias.

Estos fenómenos se despliegan en un escenario caracterizado por la presencia de individuos que actúan simultáneamente como medios, productores y consumidores de información. El declive de la hegemonía de los medios de tradicionales en la construcción de la opinión pública y la concomitante emergencia de un nuevo tipo de cosmos digital caracterizado por la multiplicación de los medios de información, por el crecimiento del flujo de información circulante y por la expansión de expresiones individuales orientadas a una multiplicidad de audiencias, no solo constituirían un novedoso espacio de participación en el que se ubicaría la opinión pública, sino que daría cuenta de una suerte de mutación en el significado mismo de la opinión pública. Una modificación del estatuto de la opinión pública convencionalmente entendida como conjunto de preferencias acumuladas de los ciudadanos individuales.

251

Finalmente, en relación con la dimensión Social del concepto Mundo Común destacamos la confluencia de tendencias que darían cuenta de una suerte de clima social caracterizado por la disolución del vínculo individuo-comunidad. En este sentido vale resaltar la correspondencia entre los procesos de estructuración de las clases sociales en contextos de inequidad social, precarización laboral y vulnerabilidad socioeconómica; la creciente percepción de desigualdad e injusticia que afecta a múltiples segmentos de la sociedad; y el desarrollo de posiciones políticas e ideológicas extremas, principalmente dentro de los sectores juveniles.

4.1. Objetivos de investigación

Partimos de la pregunta básica acerca de cómo las audiencias juveniles del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA) se posicionan en las diferentes dimensiones que integran la idea de Mundo Común que se despliega en el terreno de la opinión pública. La forma en que los jóvenes construyen dicha idea se hace

visible a través de los significados y de las prácticas que articulan en relación con un conjunto de temas relevantes de la conversación pública. Nuestra investigación pretende identificar esos posicionamientos, haciendo foco en los tres niveles de análisis a través de los cuales el concepto Mundo Común se convierte en directamente observable en la opinión pública: el nivel de análisis que remite a la relación que los jóvenes establecen con los diversos componentes del sistema político, visible a través de los sentidos, las creencias, las valoraciones y las opiniones que los individuos y los grupos sociales construyen en torno al sistema democrático y a las instituciones de poder; el nivel de análisis que corresponde a la relación que establecen con el sistema mediático, donde la idea de Mundo Común se torna visible en las prácticas de producción, circulación e intercambio de información, estimuladas por la lógica algorítmica de los medios digitales, que operan como espacios de reconfiguración y relocalización de la opinión pública; y el nivel de análisis centrado en los significados a través de los cuáles se visibiliza el vínculo que los jóvenes establecen con el sistema social, dimensión que permite dar cuenta de los sentidos atribuidos al vínculo individuo – comunidad en el plano de las relaciones sociales.

252

Nuestro objetivo es identificar y caracterizar las formas actuales de manifestación de la idea de Mundo Común, tal como se construyen y se expresan en la opinión pública del segmento conformado por personas que tienen entre 18 y 29 años de edad, residentes en el AMBA, durante el período 2025-2028.

En relación con la dimensión Política de la noción Mundo Común, nuestra investigación aborda los posicionamientos (opiniones, valoraciones, evaluaciones, actitudes) que dicha población asume en relación con las denominadas instancias de poder; el interés por la política; la satisfacción con la democracia; la agenda pública; la confianza en las instituciones del estado, medios de comunicación y clase empresarial; los sentidos que construyen en relación las diferentes dimensiones de la polarización afectiva y de la segregación ideológica; su autodefinición política ideológica y su participación electoral.

En relación con la dimensión Mediática del concepto Mundo Común, abordamos el tipo de relación que las audiencias juveniles establecen con el sistema mediático: los medios de información sobre los asuntos públicos; la información consumida; la confiabilidad atribuida; los hábitos de contraste o chequeo de información; la percepción sobre el nivel de influencia que ejercen los contenidos consumidos en sus posiciones político-ideológicas; y su vínculo con las redes sociales (hábitos de producción y reproducción de contenidos informativos, formas de acceso, percepción sobre el grado de correspondencia entre la información producida y reproducida, y su posición político-ideológica).

Finalmente, acerca de la dimensión Social de Mundo Común, analizamos los significados construidos en relación con la idea de Estado y las relaciones estado-mercado y público-privado; los sentidos atribuidos a las nociones de Público, Justicia Social y Desigualdad; la función redistributiva del Estado; su auto-percepción socioeconómica; su nivel económico-social y nivel de acceso a los bienes y servicios públicos; su situación personal y familiar en términos de desigualdad social; y expectativas en torno a su situación socio-económica futura.

253

4.2. Preguntas de investigación e hipótesis

Partimos de los siguientes interrogantes: ¿cómo se estructura la idea compleja de Mundo Común en la opinión pública, en el segmento conformado por personas de 18 a 29 años de edad, residentes en el AMBA? ¿Qué tipo de significados construyen estos individuos, qué prácticas articulan y qué posicionamientos asumen, en el nivel de las dimensiones política, mediática y social de la noción de Mundo Común? ¿Qué factores asociados a su condición socio-económica, posición político-ideológica y relación con el sistema mediático, estructurarían la idea de Mundo Común que expresan en el plano de la opinión pública?

Para dar respuesta a estos interrogantes, partimos de la conceptualización de Sadin (2020) sobre el impacto tecnológico en la conformación de un nuevo *ethos* contemporáneo, que caracterizaría las diversas formas de relacionamiento de los individuos, en un contexto dominado por los medios digitales. Nuestra hipótesis central es que los procesos de digitalización que operan como medios privilegiados

de producción y reproducción de información, y adquieren visibilidad a través de la relación que los individuos establecen con el sistema mediático en redes sociales, operarían como condiciones de estructuración de la idea de Mundo Común que se despliega en el territorio de la opinión pública. Se asume entonces que dichas condiciones estarían dando lugar a un cierto debilitamiento de la vida pública, mediante la hiperpersonalización de la experiencia y la fragmentación del sentido compartido.

4.3. Construcción teórico-metodológica del objeto de estudio

Buscamos abordar empíricamente la complejidad del concepto Mundo Común en la opinión pública atendiendo a las tres dimensiones identificadas en el presente estudio: Política, Mediática y Social. Aplicamos un enfoque metodológico convergente. Utilizamos técnicas de selección, recolección y análisis cualitativas, destinadas a explorar y comprender los significados que los actores sociales construyen en relación con la idea de Mundo Común en el espacio de la opinión pública. Por otro lado, a través del abordaje cuantitativo buscamos producir evidencia empírica que dé cuenta de las actitudes y prácticas que caracterizan los posicionamientos que los jóvenes establecen en relación con dicho concepto.

254

Incorporamos diferentes teorías. En concordancia con la perspectiva fenomenológica, recuperamos la noción de Mundo Común asociada a la existencia de una realidad común que emerge de la intersubjetividad y es entendida como experiencia vivencial (Merleau-Ponty, 1945, 1961). Por otro lado, incorporamos la definición de Mundo Común como el espacio plural de diálogo e interacción que actúa como marco comunicacional de la vida política (Arendt, 1958, 1961). Asimismo, desde nuestra perspectiva Mundo Común es una construcción colectiva resultante de la negociación entre los agentes que interactúan en el espacio social, político y cultural (Latour, 2005). Finalmente, nuestra concepción de Mundo Común refiere al territorio de los significados compartidos, donde se plasma el sistema de referencia de los hablantes (Habermas, 1987). A partir de ello postulamos la siguiente definición conceptual de Mundo Común:

El concepto Mundo Común designa los sentidos que los actores sociales atribuyen a la vida en comunidad, donde la noción de colectividad ocupa un lugar central. Se trata de una noción que alude a un *ethos* social, es decir, a un sistema de valores compartido socialmente, que proporciona a los individuos un marco de referencia colectivo; que impacta sobre las subjetividades y sobre las creencias; que opera en el nivel de las actitudes y de la acción; y que se cristaliza en los sentidos que los actores sociales construyen en relación con los componentes normativos y valorativos de la vida en comunidad.

4.3.1. El estudio de la opinión pública

Nuestra investigación se centra en el estudio de la opinión pública. Parte de la definición clásica de la opinión pública como estado de deliberación; como espacio de la conversación racional sobre los problemas sociales que se reproduce a través de la acción comunicativa y que se constituye en expresión de una voluntad general (Habermas, 1987). A partir de esta perspectiva general, incorporamos la noción de la opinión pública como proceso social en el que las personas expresan o silencian sus puntos de vista (Noelle-Neumann, 1995); como resultado de relaciones de poder e intervención mediática (Bourdieu, 1973); y como el producto de interacciones grupales en las que diferentes sectores sociales buscan influir en la toma de decisiones colectivas (Blumer, 1948).

Por otro lado, nuestra concepción de la opinión pública considera su inserción en el contexto socio-histórico actual. Contexto en el que los sistemas de información que antaño operaban sobre una esfera pública en la que los ciudadanos se encontraban (en mayor o menor medida) expuestos a la misma información, prácticamente habrían dejado de existir (Da Empoli, 2019). Conforme a lo anterior, concebimos a la opinión pública como dinámica de circulación de creencias, significados, prácticas y valoraciones sobre los asuntos comunes, en un contexto de predominio de aquello que Da Empoli (2019) refiere como “lógica centrífuga” de los medios digitales. Donde la mediatización operaría como vector de las opiniones, como impulsor de contenidos a la medida del destinatario y como factor estructurante de los procesos de extrema fragmentación y polarización de las audiencias.

En este punto fundamental incorporamos, por un lado, el concepto de “mediatización profunda” (Hepp, 2013), que enfatiza el rol de la tecnología en la configuración activa de la organización y de las prácticas sociales, políticas y culturales; por otro lado, la noción de “entorno tecno-cultural” (Cabello, 2019), que nos permite designar a la opinión pública que se despliega en el espacio digital, como objeto de estudio que incluye múltiples dimensiones de análisis; relacionadas, por un lado, con los diferentes modos como las tecnologías digitales se integran a las prácticas que vinculan a los individuos con las redes de información (Harari, 2024); y por otro lado, con las representaciones que se construyen en torno a ellas y a su práctica cotidiana.

4.4. Diseño metodológico

Nuestro estudio incluye dos fases. Una fase cualitativa, orientada a la captación de los significados y las prácticas que los individuos articulan en relación con las diferentes dimensiones que integran el concepto de Mundo Común. El objetivo es arribar a una comprensión interpretativa de los sentidos que los actores sociales (personas de 18 a 29 años de edad, residentes en el AMBA), construyen en relación con la política, los asuntos públicos y la democracia como sistema de gobierno; las instancias de poder; su autodefinición política ideológica; sus hábitos de producción y reproducción de información en el entorno mediático; su auto-percepción sobre la influencia del entorno mediático en la construcción y reafirmación de sus posiciones político-ideológicas; el rol del Estado y el rol del mercado en la sociedad; lo público, la Justicia Social, la Desigualdad y la función redistributiva del Estado; y su experiencia subjetiva de movilidad y desigualdad social.

Por otra parte, incorporamos una fase cuantitativa, orientada a captar las regularidades que presenta la idea de Mundo Común en la población de estudio. En este caso el diseño metodológico se centra en una estrategia de medición por sondeo, destinado a relevar el interés por la política y nivel de satisfacción con la democracia; la agenda pública; la confianza en las instancias de poder; el nivel de polarización afectiva y segregación ideológica; la autodefinición política ideológica

y la participación electoral; los medios de comunicación consumidos; la confianza en los medios; los hábitos de producción y reproducción de contenidos informativos en redes sociales; las actitudes en relación con el Estado, privatizaciones y cierre de organismos públicos, Justicia Social, Desigualdad y función redistributiva del Estado; la denominada clase social subjetiva o auto-percepción económico-social; las expectativas en torno a su situación socio-económica futura; y su nivel económico – social³.

5. Algunos resultados preliminares

En la actualidad estamos realizando una encuesta de opinión orientada a medir cómo los jóvenes del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA) se posicionan en relación con las diferentes dimensiones de la noción Mundo Común elaborada en el marco de nuestra investigación. En este apartado presentaremos los resultados parciales que arroja el análisis de un conjunto de indicadores diseñados para abordar la dimensión Social del concepto. Nos referimos a los indicadores que dan cuenta de los significados que los jóvenes construyen sobre la relación Individuo-Comunidad, la desigualdad y la función redistributiva del Estado (Maceira y Nardin, 2024).

A partir de los promedios ponderados aplicados a la escala utilizada para medir dichos indicadores mediante puntajes “+1”, “0” y “-1” (“Acuerdo”, “No tiene posición tomada” y “Desacuerdo”, respectivamente), la Tabla 1 cuantifica la proporción neta que alcanzan los acuerdos por sobre los desacuerdos, para el total

³ Nuestra investigación consta de una fase cualitativa por medio de entrevistas en profundidad y una fase cuantitativa por encuesta, tomando como unidad de análisis a jóvenes de 18 a 29 años residentes de AMBA. Actualmente, el estudio se encuentra en proceso de trabajo de campo y análisis. La primera parte del mismo se realizó en el marco de las actividades del Seminario de Investigación de Mercados, Medios y Opinión de la Licenciatura en Comunicación de la Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS), con la participación de los estudiantes que cursaron dicho seminario durante el primer semestre de 2025. La encuesta combina diferentes técnicas de recolección dentro de la modalidad de sondeo por internet (*web survey* auto-administrada): coincidental, en hogares y “bola de nieve”. El trabajo de campo comenzó en abril de 2025 y continúa en la actualidad. Hasta la fecha de envío del presente artículo se realizaron 14 entrevistas en profundidad (fase cualitativa) y 471 casos efectivos encuestados (fase cuantitativa). De allí que los datos aquí presentados constituyan una suerte de “recorte”, de carácter preliminar, de las exploraciones y mediciones planificadas.

de la muestra, según voto a presidente de la Nación en 2023 y nivel socioeconómico⁴.

Partiendo de la columna total se observa que los ítems “Todas las personas deberían tener las mismas oportunidades” y “Todas las personas deberían tener los mismos derechos”, registran los mayores niveles de adhesión, particularmente entre los jóvenes que votaron al candidato Sergio Massa (“Unión por la Patria”) en la segunda vuelta electoral de 2023. Sin embargo, la actitud proclive a la “igualdad de derechos” alcanza niveles relativamente elevados tanto entre los votantes de Massa como de Javier Milei (“La Libertad Avanza”).

Esta cosmovisión general tiende a declinar cuando los jóvenes que responden la encuesta toman posición sobre el rol del Estado. La frase “El estado debería garantizar una distribución equitativa de la riqueza”, registra apoyo significativo sólo entre los votantes de Massa (“Unión por la Patria”) y en el segmento de nivel socioeconómico “D+E”, es decir, dentro de los estratos socioeconómicamente menos favorecidos.

⁴ Para la medición del nivel socioeconómico (NSE) se aplicó el instrumento de SAIMO (2015).

Tabla 1

Población de 18 a 29 años del AMBA según Actitudes relativas a la dimensión Social de Mundo Común

	Voto a Presidente en 2023						NSE		
	Total	Votó a Milei	Votó a Massa	Voto en Blanco / Impugnado	Prefiere No decirlo	No concurrió a votar	ABC1	C2+C3	D+E
		(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(A)	(B)	(C)
"El Estado debería garantizar una distribución equitativa de la riqueza"	0,34	0,18	0,62 A D E	0,31	0,09	0,13	0,12	0,29	0,41
"Hay que respetar los méritos individuales sin intervenciones externas"	0,27	0,47 B	0,01	0,34	0,14	0,58 B	0,57 C	0,36	0,17
"Todas las personas deberían tener las mismas oportunidades"	0,75	0,65	0,89 A D	0,91	0,59	0,68	0,64	0,77	0,74
"Todas las personas deberían tener los mismos derechos"	0,84	0,85 D	0,87 D	0,83	0,58	0,90 D	0,85	0,76	0,90 B
"Cualquier persona puede salir adelante por sus propios medios, sin necesidad del Estado"	0,19	0,42 B D	-0,01	0,09	-0,04	0,32 B	0,26	0,18	0,20

Fuente: Seminario de Investigación de Mercados, Medios y Opinión (IDH-UNGS, 2025)

Nota: la tabla, de elaboración propia a partir de los resultados provisorios de la Encuesta de Opinión 2025 (IDH-UNGS, 2025), muestra la proporción neta de encuestados que surge de restar las posiciones de "acuerdo" menos las de "desacuerdo", en relación con 5 ítems que dan cuenta de las actitudes sobre la relación Individuo-Comunidad e Individuo-Estado, a partir de una muestra de 471 casos ponderados según voto en las elecciones presidenciales de 2023 y nivel socioeconómico. Las letras mayúsculas junto a los valores numéricos permiten identificar los grupos poblacionales donde se observan diferencias significativas para un nivel de significación de 0.05 (5%) y 95% de confianza.

Los ítems "Hay que respetar los méritos individuales sin intervenciones externas" y "Cualquier persona puede salir adelante por sus propios medios, sin necesidad del Estado", que representan una actitud tendiente a valorar positivamente la noción de Individuo por sobre la de Estado, registran un nivel de apoyo que se profundiza entre los jóvenes que en 2023 votaron al gobierno de la "La Libertad Avanza". Además, el nivel de adhesión que registra la frase que alude a la noción de mérito asociado a las capacidades, esfuerzo y logros individuales, es mayor entre quienes pertenecen al segmento socioeconómico más favorecido ("ABC1").

Cuando los encuestados expresan su opinión acerca de la ayuda social del Estado a través de planes sociales (Tabla 2), una mayoría, el 57% manifiesta un acuerdo "parcial", aproximadamente el 28% indica "desacuerdo", y una clara minoría, 13%, indica su acuerdo con la idea de que constituyen una solución para enfrentar la

desigualdad. Los primeros aclaran que su implementación debería estar regulada; los que manifiestan desacuerdo a su vez señalan que “se debería combatir la pobreza generando empleo”.

Tabla 2

Población de 18 a 29 años del AMBA según opinión acerca de la ayuda social del Estado a través de planes sociales

		Voto a Presidente en 2023						NSE		
		Total	Votó a Milei	Votó a Massa	Voto en Blanco / Impugnado	Prefiere No decirlo	No concurrió a votar	ABC1	C2+C3	D+E
			(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(A)	(B)	(C)
¿Cuál de las siguientes frases expresa mejor su opinión acerca de la ayuda social del Estado a través de planes sociales?	Estoy de acuerdo con los planes sociales y lo veo como una solución para enfrentar la desigualdad	12,7%	4,4%	21,3% A	19,3%	12,2%	11,7%	3,7%	11,8%	14,7%
	Estoy de acuerdo parcialmente, debería ser regulado	57,0%	52,9%	65,6% D	52,2%	40,5%	55,1%	61,0%	52,2%	60,0%
	No estoy de acuerdo, considero que se debería combatir la pobreza generando empleo	27,7%	41,9% B	12,3%	24,0%	29,6%	29,0%	31,3%	34,3% C	22,3%
	Ninguna de las anteriores	2,6%	0,7%	0,7%	4,4%	17,7% A B	4,3%	4,1%	1,7%	3,1%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		471	190	183	13	39	46	33	186	252

Fuente: Seminario de Investigación de Mercados, Medios y Opinión (IDH-UNGS, 2025)

Nota: la tabla, de elaboración propia a partir de los resultados provisorios de la Encuesta de Opinión 2025 (IDH-UNGS, 2025), muestra el porcentaje de encuestados que manifiestan acuerdo o desacuerdo con la ayuda social del Estado por medio de planes sociales, a partir de una muestra de 471 casos ponderados según voto en las elecciones presidenciales de 2023 y nivel socioeconómico. Las letras mayúsculas junto a los valores numéricos permiten identificar los grupos poblacionales donde se observan diferencias significativas para un nivel de significación de 0.05 (5%) y 95% de confianza.

El factor político-ideológico y el factor socioeconómico influyen en estas opiniones. Las posiciones más favorables a la asistencia social del Estado mediante planes sociales se concentran en una parte minoritaria (21,3%) del segmento integrado por quienes votaron al candidato Massa (“Unión por la Patria”) en la última elección presidencial, y si bien se incrementa en la medida que desciende el nivel socioeconómico de los jóvenes encuestados, no alcanza a trascender un nivel de adhesión que se podría definir como relativamente marginal.

Como contrapartida se observan dos tendencias bien marcadas: por un lado, la del votante de Massa (“Unión por la Patria”), cuya opinión mayoritaria (65,6%) tiende

al acuerdo “parcial” y a la necesidad de regulaciones. Tendencia que se refuerza en el segmento de mayor nivel socioeconómico (“ABC1”). Por otro lado, la del votante de Milei (“La Libertad Avanza”), cuyas actitudes hacia las políticas públicas de asistencia social se reparten entre el desacuerdo (41,9%) y el acuerdo “parcial” condicionado por la necesidad de instrumentar una gestión regulada (52,9%).

6. Comentarios finales

Acabamos de presentar una síntesis del estudio que actualmente se encuentra dando sus primeros pasos. A lo largo del artículo, describimos los antecedentes relevantes del problema de investigación; los objetivos y preguntas que orientan nuestro trabajo; y nuestra propuesta teórico-metodológica, centrada en el análisis de las tres dimensiones del concepto Mundo Común que se despliega en la opinión pública: Política, Mediática y Social.

Los resultados descriptos en el apartado dedicado a la exploración de los primeros hallazgos revisten el carácter de aproximación preliminar, no solo porque constituyen un recorte de un trabajo en progreso cuya continuidad permitirá robustecer su base empírica. También por la naturaleza parcial de su abordaje, focalizado en un conjunto acotado de indicadores que corresponden a una de sus tres dimensiones de análisis: la dimensión Social del concepto Mundo Común. Tomando en cuenta estas limitaciones, nuestras exploraciones nos llevan a extraer algunas conclusiones que revisten un carácter provisional.

Las orientaciones político-ideológicas que predominan en los diferentes segmentos de la población juvenil del AMBA, sus comportamientos electorales y sus perfiles socioeconómicos ejercen una función determinante en la configuración de los posicionamientos que se asumen en relación con la idea de Mundo Común en la opinión pública. Pareciera afirmarse la tesis sobre el vínculo entre la adhesión a opciones político-electorales de naturaleza neoliberal y el efecto de “desolidarización” que expone el sentimiento refractario a la intervención redistributiva estatal hacia los segmentos desfavorecidos de la estructura social y el consecuente bajo grado de apoyo a las políticas de transferencias sociales de ingresos y de seguridad pública (Maceira y Nardin, 2024).

Existe un cierto consenso entre los jóvenes del AMBA sobre la igualdad de derechos y oportunidades como una suerte de valor compartido con independencia de las posiciones político-ideológicas. Pero la adhesión al rol estatal redistributivo de la riqueza declina entre los votantes de la fuerza política gobernante (cuyo perfil es marcadamente neo-liberal) y dentro de las capas socioeconómicas altas, donde se tiende a valorar el mérito y la autosuficiencia individual. La mayoría de los jóvenes manifiesta una adhesión parcial a las políticas de transferencia mediante planes de ayuda social y condiciona su implementación a la aplicación de regulaciones: dichas políticas no se rechazan de plano, pero tampoco están legitimadas como solución frente a la desigualdad.

Vale preguntarnos hasta qué punto estas tensiones expresarían una mutación profunda de los valores tradicionales asociados a la idea de Mundo Común: solidaridad, igualdad, justicia social, cohesión social; y del Estado como garante de la equidad. Seguramente próximos análisis cuyas bases empíricas contemplen la complejidad del objeto, su naturaleza multidimensional, permitirán arrojar más certezas en relación con las principales preguntas de investigación que nos orientan.

¿Cómo se cita este artículo?

MOYANO, M. R. (2025). La idea de Mundo Común en la opinión pública juvenil del AMBA. *Argumentos. Revista de crítica social*, (32), 234-265. [link]

Referencias bibliográficas

- Arendt, H. (1958). *The human condition*. University of Chicago Press.
- Arendt, H. (1961). *Between past and future: Eight exercises in political thought*. Viking Press.
- Blumer, H. (1948). Public opinion and public opinion polling. *American Sociological Review*, 13(5), 542-549.
- Bourdieu, P. (1973). *L'opinion publique n'existe pas*. Les Temps Modernes.
- Cabello, R. (2019). Estrategias para el estudio de procesos de apropiación de tecnologías en la infancia. En A. Rivoir y M. Morales. (coords.), *Tecnologías Digitales: miradas críticas de la apropiación en América Latina* (pp. 103-122). CLACSO.
- <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20191128031455/Tecnologias-digitales.pdf>
- Civila de Dios, S., Romero-Rodríguez, L. M. y Aguaded, I. (2020). El lenguaje como creador de realidades y opinión pública: análisis crítico a la luz del actual ecosistema mediático. *Íconos: Revista de Ciencias Sociales*, (67), 139-157. <https://doi.org/10.17141/iconos.67.2020.3942>
- Creswell, J. (2003). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage.
- Da Empoli, G. (2019). *Los ingenieros del caos*. Ediciones Anaya Multimedia.
- Fernández, J. y Campillñay, V. (2024) La opinión pública como jugador con veto informal. *Clivatge*, 12, e-46988.
- Habermas, J. (1987). *Teoría de la acción comunicativa* (M. Jiménez Redondo, Trad.). Taurus.
- Haidt, J. (2024). *La generación ansiosa: por qué las redes sociales están causando una epidemia de enfermedades mentales entre nuestros jóvenes*. Paidós.

Harari, J. N. (2024). *Nexus: una breve historia de las redes de información desde la Edad de Piedra hasta la IA*. Debate.

Hepp, A. (2013). *Cultures of mediatization*. Polity Press.

Instituto del Desarrollo Humano – Universidad Nacional de General Sarmiento (IDH-UNGS). (2025). Encuesta de Opinión 2025 [Datos no publicados].

Latour, B. (2005). *Reassembling the social: an introduction to actor-network-theory*. Oxford University Press.

Maceira, V. y Nardín, S. (2024) Diferenciación social y perfiles político – ideológicos: el área Metropolitana de Buenos Aires en un contexto de derechas globales. *Lavboratorio, Revista de Estudios sobre Cambio Estructural y Desigualdad Social*, 34(4), 10-39.
<https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/lavboratorio/issue/viewIssue/34%202/1>

Merleau-Ponty, M. (1945). *Phénoménologie de la perception*. Gallimard.

264

Moyano, M. R. (2024). Opinión pública, medios y democracia en el contexto de la crisis socioeconómica actual. Ponencia presentada en las Jornadas de la Licenciatura en Comunicación: "Presente y futuro de lo común", 11 de noviembre de 2024, Universidad Nacional de General Sarmiento, Los Polvorines, Argentina.

Muñoz, O. (2021). Democracia y participación ciudadana de las juventudes en México. En A. M. Cárabe y J. Russo (eds.), *Las grietas de la democracia en el contexto latinoamericano* (pp. 135-161). Tirant.

Noelle-Neumann, E. (1995). *La espiral del silencio: opinión pública, nuestra piel social*. Paidós.

Ramírez, I. y Falak, A. (2023). "Te amo, te odio: dame más": polarización afectiva en la opinión pública argentina. *Revista SAAP*, 17(2), 361-397.
<https://doi.org/10.46468/rsaap.17.2.a6>

Ramos-Galarza, C., Apolo-Buenaño, D. y Jadán-Guerrero, J. (2018). *Jóvenes y política: una revisión de estudios desde Latinoamérica*. Observatorio (OBS*) Journal, (2018), 169-182 1646-5954/ERC123483/2018 169. <http://obs.obercom.pt>.

Romero-Rodríguez, L.M., Tejedor, S., y Pabón Montealegre, M.V. (2021). Actitudes populistas y percepciones de la opinión pública y los medios de comunicación: Estudio correlacional comparado entre España y Colombia. *Revista Latina de Comunicación Social*, (79), 43-66. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2021-1507>.

Sadin, E. (2020). *La era del individuo tirano: El fin de un Mundo Común*. Caja Negra.

Vasilachis de Gialdino, I. (1992). *Métodos cualitativos I. Los problemas teórico-epistemológicos*. Centro Editor de América Latina. pp. 11-30; 61-70.