

Editorial

Mónica Petracci

Los cambios a la vista de la sociedad contemporánea son un desafío para comprender e investigar la opinión pública. Se trata de cambios que enfocan la reflexión –lejos de todo tecnicismo como fundamento– hacia lo público, las decisiones y los debates públicos.

Para incentivar la producción académica sobre Comunicación y Opinión Pública, la revista *Avatares* convocó a la presentación de artículos que investiguen discusiones teóricas, comunicacionales y políticas sobre opinión pública en los procesos preelectorales, las campañas y la comunicación política; la relación de la opinión pública con el periodismo, los medios de comunicación, la agenda pública y los políticos; el proceso de formación de opiniones y de participación social y política ante el impacto de las redes sociales; los modos tradicionales de generación de conocimiento y análisis de la opinión pública frente al desafío de la masiva información generada en entornos virtuales en el marco de la investigación de grandes volúmenes de datos (Big Data); la producción e interpretación de estudios comparados; el aporte a la toma de decisiones y la evaluación de gestiones gubernamentales en el campo de las políticas públicas; el desarrollo académico e institucional del campo de la opinión pública en nuestro país y la región.

Luego de un extenso y riguroso proceso de revisión por pares, los cinco artículos seleccionados para integrar el número afrontan algunos de los temas convocantes a través de análisis agudos y perspectivas críticas.

"La cuestión de la opinión pública -y otros debates de hoy-" es un texto inédito de Sergio Caletti (1947-2015), quien fuera Decano de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires en el período 2010-2014 y Profesor Titular de la materia Comunicación III de la Carrera de Ciencias de la Comunicación (FCS-UBA). En estas notas, revisadas y editadas por dos de los integrantes de su equipo de

Investigación, Carolina Ré y Sebastián Ackerman, el autor despliega la "cuestión" adelantada en el título en tres planos –teórico, académico- profesional, y político–; destaca la relevancia de este último, y a partir de dimensiones políticas deja fluir sus definiciones y argumentos sobre los recorridos teórico y empírico del concepto de opinión pública. La crítica a la construcción social de los sondeos y el marketing político (desde su diseño hasta su visibilidad) a través del interrogante que atraviesa el artículo encuentra en el cierre del autor su mejor expresión: "Si en definitiva podemos repensar la política como la capacidad para poner en tela de juicio los principios organizadores de la vida social –no necesariamente todos los días, pero que sí la define como tal–, si eso es la política, esta posibilidad de respuesta en cuestión, está liquidado por la demoscopía y por el instituto del sondeo. La madre de todos los sondeos es el peligro de la muerte de la política".

El ensayo de Carlos de Angelis –"La opinión pública entre la razón y el control social. una actualización en la era del big data"– retoma desarrollos teóricos enraizados en el campo y visibiliza debates actuales. El autor parte de las dos posiciones que atravesaron la discusión sobre la definición de la opinión pública: una que define a la opinión pública como el resultado de la racionalidad de los sujetos que contribuye al proceso de formación de la opinión y de toma de decisiones en una democracia; otra, que la considera control social para promover la integración y garantizar los consensos necesarios para las acciones y decisiones gubernamentales. A continuación desarrolla conceptualizaciones que influyeron en las concepciones del espacio público y en la investigación: la "espiral del silencio" de la politóloga alemana Elisabeth Noelle-Neumann, y la imposición de agenda (agenda setting) de los estadounidenses Maxwell McCombs y Donald Shaw y sus desarrollos teóricos y conceptuales posteriores. Respecto de la investigación de opinión pública, en particular la cuestión de los sondeos de opinión, parte del supuesto de la existencia de una esfera pública abordable metodológicamente y expone los cambios sociales recientes vinculados a las tecnologías info-comunicacionales y el surgimiento de una posible esfera pública virtual, enfocada especialmente en redes sociales como Facebook y Twitter, para

finalizar con una aproximación al estudio de la opinión pública desde los conceptos de Big Data y Data Mining.

Marina Acosta y Silvia Demirdjian -"Los medios y la política. Estructuras de oportunidad para la acción colectiva"- vertebran, desde una perspectiva relacional, las nociones de "estructura de oportunidad política" derivada del campo de la sociología política, con la de "estructura de oportunidad mediática" derivada del campo de la comunicación y, a través del despliegue de situaciones y fundamentos teóricos, arriban a considerar una noción de mayor profundidad para las autoras, la "estructura de oportunidad de mediación". La solidez de esta última, tanto conceptual cuanto para las prácticas sociales, radica en la posibilidad de no perder de vista las aperturas y las clausuras de otras estructuras de oportunidad. . Dada la relevancia de cada estructura de oportunidad para la acción colectiva de los movimientos sociales en los escenarios político comunicacionales actuales, Marina Acosta y Silvia Demirdjian entienden, lejos de una visión lineal, que las demandas sociales que no logran acceder a los medios de comunicación pueden, mediante las posibilidades de la estructura de oportunidad de mediación, dar lugar a la generación de espacios democráticos para la acción colectiva. En palabras de las autoras: "Es la estructura de oportunidad en red la que representa el mayor espacio de reivindicación democrática "[...]. Por su naturaleza constituye una esfera siempre disponible para el activismo social".

En el artículo "Entre un proyecto y un equipo: tensión discursiva en tiempo de elecciones", Lucas Van Rey analiza declaraciones formuladas entre marzo y junio de 2015 (período anterior a las elecciones nacionales en nuestro país), las que fueron recopiladas en una base documental integrada por material de medios gráficos y audiovisuales. El recorrido analítico, desde diferentes autores con perspectivas teóricas en diálogo, se articuló en torno a la creencia "El candidato es el proyecto". A partir de la misma, buscó responder en diferentes secciones interrogantes acerca de sus significaciones, su construcción, las formaciones ideológicas que operan detrás de los significantes y cadenas discursivas. A su vez el autor cierra el artículo con

reflexiones sobre el vínculo entre ciudadanía y gobierno e inaugura nuevos interrogantes acerca de la vigencia de las nociones que motivaron las preguntas iniciales. En sus palabras: " En efecto, desde una superficie discursiva el significante "proyecto" fue arrasado por la idea de un "cambio", eufemismo que pareciera representar una refundación en el modo de gobernar. Este borramiento es, sin embargo, tramposo. En rigor, observamos que ningún corrimiento tiene lugar. Por el contrario, las cadenas significantes parecen sobrevivir al recambio gubernamental y, más aún, intensificarse en las discursos cristalizados por los medios de comunicación en los últimos meses".

"El poder bajo la estructura. La información que El País ofrece a los españoles sobre la nacionalización de Repsol-YPF en Argentina" es el artículo de Adrián Tarín Sanz que reúne los hallazgos de una investigación exploratoria en la que el autor analiza la cobertura periodística realizada por el diario español *El País*, sobre la nacionalización de la industria petrolera promovida por el gobierno argentino en el período que transcurre entre el anuncio de la entonces Presidenta de la Nación Cristina Fernández de Kirchner de promover el proyecto de nacionalización (16/04/2012) hasta su aprobación por los órganos legislativos (4/05/2012). En la Discusión, el autor concluye que el principal valor de su investigación de tipo exploratorio es el señalamiento de la parcialidad, contraria a la estatalización, en el tratamiento que el periódico *El País* dio a la crisis entre España y Argentina por la nacionalización de YPF así como la producción de marcos discursivos contrarios al gobierno de la presidenta de nuestro país.

Este número de *Avatares* convoca a la lectura sobre comunicación y opinión pública desde diferentes miradas, propicia el debate académico y contribuye –desde la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires– a la construcción de conocimiento.