



NATALIA ARUGUETE

El poder de la agenda: política, medios y público

Buenos Aires, Biblos, 2da. ed. 2016

El poder de los medios de comunicación y su relación con los procesos políticos y sociales forma parte de los enunciados generales con los cuales se abren la mayoría de los encuentros académicos y debates actuales. No obstante ello, hay pocos trabajos que profundicen en las complejidades de la relación entre medios de comunicación, política y público/s; más aún si nos limitamos a la producción actual en la Argentina.

Natalia Aruguete es investigadora del Conicet con sede en la Universidad de Quilmes donde se dedica desde hace años al estudio de los medios de comunicación; además es periodista de *Página/12*. Este doble carácter le da al trabajo una perspectiva novedosa que recoge críticamente los legados conceptuales y construye nuevas herramientas de análisis, a la vez que demuestra un profundo conocimiento del contenido, la dinámica y el funcionamiento de los medios de comunicación.

“El poder de la agenda...” es una excelente puerta de entrada a los temas vinculados con los medios como actores que intervienen en planos diversos de la realidad: el comunicacional propiamente, el político, el económico, el social, el cultural, influyendo en la modalidad en que cada uno de esos planos se modifica.

El libro de Natalia Aruguete está abocado al estudio de las agendas mediática, pública y política y tiene la virtud de tratar temas complejos

y específicos, del mundo de la comunicación y del conocimiento científico de la problemática, bajo la forma de un relato accesible y claro para interesados -aunque sea ocasionalmente- en el problema. A su vez, el texto tiene todos los ingredientes para convertirse en un clásico en la temática: una prolija revisión bibliográfica de los textos con los que se inicia el tratamiento de la relación medios – público desde los años sesenta a la actualidad; un diálogo crítico con las teorías sobre las que se basa la “agenda de atributos” (*agenda setting*); un seguimiento de las transformaciones conceptuales; la definición de un planteo teórico y epistemológico propio a partir de la óptima utilización de la teoría existente y una pregunta acerca de cuáles son las implicancias de esta agenda sobre los procesos sociales y políticos (la “realidad”, entendida también como una construcción cambiante producto de esa vinculación).

La importancia de analizar la evolución de la relación entre medios de comunicación y público refiere a la persistente intriga acerca de en qué medida los medios modelan, influyen o imponen las interpretaciones y los temas de actualidad al público. Esto lleva a plantear la tarea de los medios en un doble nivel: el primario (asociado con una descripción de hechos, lo que ocurre) y el secundario que plantea qué se debe pensar a partir de esos hechos. Esta cuestión es de importancia vital para entender lo que a cada medio o conjunto de medios le/s interesa que se piense sobre aquello que se observa.

En este punto, surge la importancia de entender la agenda mediática como el producto construido a partir de distintos actores en constante movimiento: los medios, la política, los demás medios y el público; entre otros.

El tipo de relación que se establece también es específico. La autora remarca el carácter consciente, racional, orientado a fines que tiene el mundo de lo político respecto de los medios; así como el carácter inconsciente que tendría esa relación con respecto del público o los públicos, en virtud de que interfieren infinidad de otros factores.

El trabajo tiene un capítulo final donde indaga el papel que cumplen los avances tecnológicos en la comunicación, abriéndose dos líneas de trabajo: aquellos que abonan la hipótesis de que la aparición de infinidad de medios digitales permiten una mayor diversificación de la agenda y aquellos que afirman que las nuevas plataformas actúan como satélites de los grandes conglomerados informativos y comunicacionales.

La tesis de la autora es que existen vasos comunicantes entre la agenda mediática y la pública en constante diálogo; lo que los constitu-



ye como objetos difícilmente abarcables por una teoría de construcción de agenda. De esta manera se rechaza la relación causal y se invita a un vasto espacio de reflexión.

Marisa Duarte
Directora de *Realidad Económica*