



La política por otros medios, los digitales

Oscar Grillo

Question/Cuestión, Nro.73, Vol.3, Diciembre 2022

ISSN: 1669-6581

URL de la Revista: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/>

IICom -FPyCS -UNLP

DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e765>

La política por otros medios, los digitales

Reseña del libro “Redes Sociales, televisión y elecciones argentinas. La mediatización en la “era K””

Oscar Grillo

grillo.oscar@gmail.com

Este libro realiza un fascinante y exhaustivo análisis de aspectos clave de los cambios y continuidades en la ecología mediática argentina en los últimos 20 años. Identifica dos focos de observación, la televisión y las principales redes sociales, se concentra en los períodos de elecciones entre 2009 y 2011 y reconstruye las puestas en pantalla de dirigentes políticos y candidatos en esos diversos dispositivos mediáticos.

El texto muestra un trabajo arduo de la doctora Ana Slimovich, inscripta en un ambiente académico de excelencia con los apoyos institucionales de la Universidad de Buenos Aires y el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) que fructifican en esta obra.

Es destacable la originalidad y firmeza del soporte teórico del texto. La referencia clara, precisa, reflexiva a los textos de Eliseo Verón, sus seguidores e investigadores que trabajaron con él principalmente en la UBA.

Ubicada en la zona de contacto, de entremezclamiento entre los campos de lo “político” y lo “mediático”, Slimovich explora esta convergencia particular de medios, un espacio resueltamente heterogéneo de instituciones, plataformas analógicas y digitales, actores políticos y audiencias diversas; y por supuesto, relaciones de poder.

De este laberinto borgeano, la autora logra ofrecernos una cartografía, una agenda de investigación precisa que abarca las formas argumentativas, la tendencia a los personalismos en los aparatos partidarios y su “captura” por los medios tanto analógicos como digitales.

Destacamos la solidez del soporte teórico utilizado, y ahora toca resaltar que en su matiz metodológica el texto combina una modalidad expositiva detallada y evaluación precisa de los focos y coyunturas históricas elegidas, con una tipología sólidamente apoyada en la observación de campo del “mundo” de los internautas.

Entonces, este libro construye y aborda de forma original la intersección entre “lo político” y lo “mediático”, elabora una agenda de investigación estricta y compleja del campo y muestra modos exactos y pertinentes para encarar la tarea. Permite moverse con orientación en una cartografía mediática -crecientemente digital- que cambia vertiginosamente a ritmos poco marcados por “lo político”, ajenos a los intereses de los públicos e internautas y estrictamente vigilados por los conglomerados empresarios mediáticos y los dueños de internet.