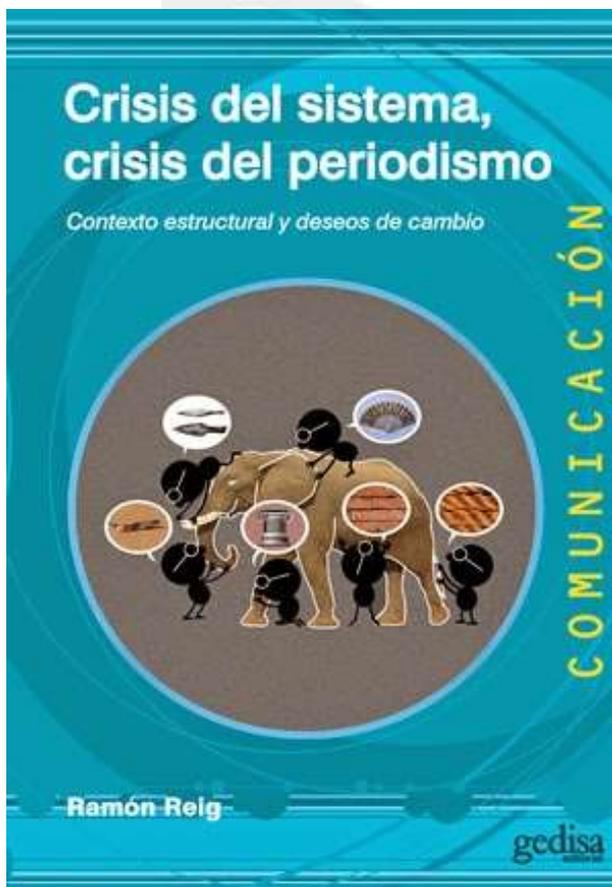


**REIG, Ramón:** *Crisis del sistema, crisis del periodismo. Contexto estructural y deseos de cambio.* Gedisa Editorial, Barcelona, 2015, pp. 280. ISBN: 978-84-9784-912-8. Ana María Ortega Pérez (España).<sup>1</sup>

Ramón REIG, catedrático de Estructura de la Información de la Universidad de Sevilla tiene claro en esta obra que el periodismo sufre una crisis. No es nueva, ni debe ser confundida con la crisis económica que se vive desde 2008. Y es en este contexto donde el periodismo deja de ser la primera fuente a la que recurren los ciudadanos, que buscan alternativas informativas al acoso político y económico que sufre el ejercicio periodista y sus profesionales.



De esta forma, a sus 5 “pes” –Política, Propiedad, Publicidad, Producción y Público- Reig añade una sexta, la P de Periodismo, marcada por el sensacionalismo, la acritica, la pasividad y el desvío de la atención hacia temas banales. Es decir, “un periodismo light” que sirve a los intereses de los poderes privados, cuando el periodismo debería ser entendido como un servicio público e independiente.

Mientras esa compleja estructura de poder se alimenta y se hace cada vez más fuerte y estable, los ciudadanos, los llamados “analfabetos funcionales” por parte del profesor Reig, viven en una libertad ilusa en la que creen tener alcance a los datos. Es a través de las plataformas y herramientas digitales como el lector está sobreinformado, infocado, y ni siquiera sabe que tiene un pensamiento crítico, ya que está adormecido por el discurso hegemónico que viene desarrollándose desde mucho tiempo. Porque aquellos, escasos, ciudadanos y profesionales del periodismo que se atreven a contestar a ese mensaje oficial y unidireccional, quedarán marginados, incluso silenciados, en el vertiginoso camino de la Sociedad de la Información.

El objetivo que se plantea esta obra es hacer demostrar la existencia y el funcionamiento de la estructura de mercado, coyuntural y ficticia en su superficie para fingir cambios y modernización, pero estructuralmente inamovible en su sistema de valores. Liderada por el consumismo desenfrenado, el Periodismo colabora en la perpetuación del sistema.

El estudio de la propiedad de los medios será un recurrente en esta nueva publicación desde la perspectiva de la “Comunicación Mercantil de Masas” de la que habla Reig. Para ello alude a casos actuales, como quiénes son las tres grandes empresas de comunicación más rentables, esto es, Walt Disney, Time-Warner y Thompson Reuters, la conexión entre el beisbol, el fútbol y la prensa a través de un hombre, John W. Henry, los dueños de Internet o las conexiones estructurales de gigantes de la comunicación, como los grupos francés Le Monde, el mejicano Carso o el español Prisa, entre muchos otros.

*Crisis del sistema, crisis del periodismo* se divide en dos grandes bloques. El primero presenta la situación de crisis del sistema a través de una visión crítica que favorece la contextualización de la Comunicación mundial y el estudio de la teoría estructural de la que bebe el Periodismo y como una metodología de especialización. También se desarrollan dos casos de estudio, el grupo Prisa y el discurso occidental de los dirigentes políticos de América Latina, diana de los dardos envenenados de Occidente.

La segunda parte de este libro se centra en la situación agónica del Periodismo para tratar de mejorar la profesión y conseguir el progreso con el conocimiento. Para ello, aborda las distintas figuras de los periodistas existentes en este contexto globalizador y digital, tales como el periodista enciclopédico, el silenciado por la propia profesión, el periodista de gabinete de comunicación, el periodista vendedor o el periodista emprendedor que se lanza a la fundación de un medio alternativo después de años de inhibición profesional y personal.

Las conclusiones finales del profesor Reig son contundentes. Su principal aportación al respecto es que el Periodismo es algo muy delicado como para dejarlo en manos privadas y, sobre todo, que los empresarios respeten al Periodismo en la forma de conocerlo, ejercerlo por profesionales cualificados, dedicación exclusiva y no búsqueda de interés y beneficio económico a partir de inversiones en grupos de comunicación ligados, a su vez, a negocios ajenos a la Comunicación y al Periodismo. Porque ello garantizará que los periodistas trabajen con criterio profesional libre, sin manipulaciones ni ataduras de los actuales dueños de la comunicación por el ejercicio de su trabajo.

En definitiva, nos encontramos con una interesante obra que, desde el punto de vista crítico y analítico, aborda cómo la crisis del sistema de mercado que tiene un impacto grave en el Periodismo, así como las claves para superar esta situación y cambiar la profesión siempre desde la contextualización, la reflexión, el pensamiento crítico, la interpretación y el conocimiento. Destacamos esta obra por el ofrecimiento de posibilidades y vías para superar la servidumbre de la Comunicación y la Información al mercado y sus intereses.

---

<sup>1</sup> Doctoranda de la Universidad de Sevilla. Grupo de investigación en Estructuras, Historia y Contenidos de la Comunicación [anaortper@gmail.com](mailto:anaortper@gmail.com)