



PORTADA

INFORMACIÓN GENERAL

CONSEJO EDITORIAL

ENVÍO DE ORIGINALES

NÚMEROS ANTERIORES

INDEXACIÓN BASES DE DATOS

CREATIVE COMMONS

BÚSQUEDAS

CONTACTO

DENTRO DE C&amp;S

OK



Reseña /

Raquel BORREGUERO GÓMEZ

Comunicación y poder. Relaciones en un mundo globalizado

*Editorial Universitas, S.A., Madrid, 2007, 155 pp.*

“La información es poder”. Esta frase, quizá una de las primeras que aprenda un estudiante de periodismo, encierra una gran verdad, que puede ser cuestionada con diferentes preguntas: ¿qué tipo de información?, ¿qué poder otorga?, ¿es información o es manipulación?, ¿es poder o es servicio?, ¿es un poder delegado o conquistado por los medios? De esta forma, el análisis de la frase se convierte en un menú mucho más elaborado por parte del analizador y en algo más sabroso para el lector-degustante. Las relaciones entre la comunicación y el poder (o, mejor, los poderes) han sido estudiadas por numerosos autores, especialmente entre los sectores más críticos socialmente, puesto que el análisis sirve para demostrar cuáles son las relaciones simbióticas que se establecen entre ambos mundos. Sin encasillarlos en una u otra corriente, y sólo dentro del ámbito español, son recordados los trabajos de Fernando Quirós con Estructura internacional de la información, Antonio Sánchez-Bravo con el clásico Manual de estructura e información, Miguel Urabayen con Estructura de la información, etc.

Con el paso del tiempo, hay que utilizar nuevos enfoques y aportar nuevos datos sobre un mundo cambiante: cambian los medios y sus corporaciones, cambian los poderes establecidos. No hay más que recordar los casos españoles de la ONCE, con los gobiernos socialistas entre los años 1982 y 1996; y de Telefónica en el primer gobierno de los conservadores entre los 1996 y 2000.

La profesora de Estructura de la Información de la Universidad Pontificia de Salamanca Raquel Borreguero se ha adentrado a estudiar este binomio entre información y poder con un nuevo prisma: el de la globalización. No es la primera obra que tiene en cuenta este enfoque, pero sí una de las primeras en buscar las relaciones entre la comunicación, la identidad, el desarrollo, la estructura y la globalización.

Como podía esperar el lector, la autora ha dividido este manual en dos partes. En la primera se centra en el concepto de comunicación; y en la segunda en el de poder. La primera, la comunicación, es vista en su relación con los conceptos de identidad y desarrollo, en primer lugar. Sintetiza, como el manual que es, las relaciones entre la comunicación y la cultura, y las etapas de la historia reciente que han ido configurando la globalización para terminar hablando del desequilibrio existente en el sistema de comunicación mundial. Se echa en falta una mirada más profunda sobre la idea de identidad cultural y de su relación con la comunicación autóctona o con los grandes flujos informativos, uno de los aspectos cruciales en el análisis de la comunicación como elemento de desarrollo cultural e identitario de los pueblos. Lógicamente, se puede hacer desde la perspectiva de la recepción y consumo de medios en esos lugares, pero también desde la teoría de la cultura.

Al analizar la comunicación desde la estructura, desarrolla el concepto de “estructura potencial”, que “sería siempre un proceso de intercambio en el que el receptor se convierte en un sujeto activo de primer orden” (p. 41), pero es potencial porque “el sistema mediático se alimenta mayoritariamente de lo que podemos denominar la antiestructura de la información periodística: mensajes distorsionados o manipulados que convierten a la comunicación en algo dependiente y vinculado a los intereses de las élites dominantes” (p. 41). A partir de ahí, realiza una interesante división entre dos tipos de manipulación: la aceptable (como hace el cocinero con los alimentos para poder servirlos a los comensales) y la inaceptable (que distorsiona con otros intereses la realidad) y que ejemplifica con los casos recientes de Stephen Glass o Blair, o más clásicos como los de Leni Riefenstahl o la Unión Soviética.

El último bloque de esta primera parte aborda las relaciones entre comunicación y globalización. Además, expone brevemente los criterios económicos y legales que rigen la globalización: desregulación, reducción de impuestos, expansión de mercados, libertad de mercados internacionales, privatización de empresas; y otras situaciones como el menor peso de los sindicatos, la deuda externa de los países pobres.

La segunda parte de este manual se centra en los grupos de comunicación en el mundo y en España. Un repaso por los principales grupos mediáticos por países. Como no podía ser de otra manera, comienza por Estados Unidos para conocer Gannett, McClatchy, Hearts Corporation, The New York Times, The Washington Post, Dow Jones, Time Inc., Tribune, Capital Cities Communications, Condé Nast, McGraw-Hill, AOL-Time Warner, Disney, Viacom-CBS, New Corporation, General Electric. Otros países presentados son: Portugal (donde se echa en falta una explicación de la presencia de grupos españoles en el país vecino), Gran Bretaña, Francia, Alemania, Italia y Rusia. En este repaso europeo no hubiera estado de más hablar de la expansión de grupos noruegos y suecos, cuya presencia en España (y otros muchos países) en publicaciones gratuitas es importante. La autora dedica unas pocas páginas al siempre desconocido mundo de América Latina, con referencias a México, Brasil, Cuba o Venezuela. Pero no encontramos un análisis de la presencia de algunos conglomerados en Estados Unidos, para atender al emergente grupo de ciudadanos de habla hispana en esa parte del continente. Las páginas finales están centradas en las zonas del planeta menos conocidas en cuanto a los medios de comunicación: Oceanía, África y Asia, con especial atención al subcontinente indio, y a la agencia de noticias china Xinhua, cuyo “director tiene rango de ministro y ejerce el control de los medios de comunicación. La agencia es muy opaca y la censura y retención de noticias conflictivas son prácticas habituales. En su labor propagandística, y como disfraz para ocultar la falta de libertad de expresión, Xinhua difunde ocasionalmente informaciones ‘molestas’ al poder, aunque sólo hacia la comunidad internacional y nunca dentro de las fronteras de China” (p. 127).

Cierra el libro el capítulo dedicado a los medios en España, con un repaso a los doce grupos de comunicación más importantes en España. En ocasiones, el lector se queda con ganas de leer algunas referencias a las relaciones con el poder de estos grupos, por ejemplo del Grupo Joly con la Junta de Andalucía o del Grupo Promecal con la Junta de Castilla y León.

En resumen, la autora de este manual hace un considerable esfuerzo para la actualización de los datos de los grupos de comunicación y expone de manera muy clara cuáles son los principales conceptos sobre la globalización de los medios, el desarrollo y la estructura de la comunicación de masas.

**Fernando MARTÍNEZ VALLVEY**

[fmartinezva@upsa.es](mailto:fmartinezva@upsa.es)

---

[arriba](#)