

Sistema y periodismo: crisis de nula simbiosis

Daniel Moya López

(Universidad de Sevilla)
[damopez@gmail.com]

E-ISSN: 2173-1071 IC - Revista Científica de Información y Comunicación
2015, 12, pp. 277 - 280

Reig, Ramón (2014). *Crisis del sistema, crisis del periodismo. Contexto estructural y deseos de cambio.* Barcelona: Gedisa Comunicación.

Uno de los axiomas que Paul Watzlawick dogmatizó en su teoría de la comunicación humana es la imposibilidad de no comunicar, pues la no comunicación, en sí, implica un modo de compartamiento y por tanto ya es un acto comunicativo. Ésta es la premisa que subyace en *Crisis del sistema. Crisis del periodismo*, la última obra del Catedrático en Estructura de la Información por la Universidad de Sevilla, Ramón Reig. Publicado en marzo de 2015, el libro de Reig se une a su amplia bibliografía que analiza los entresijos que conforman la estructura mediática y que se esconden –y determinan– tras el periodismo.

Las verdades ineludibles han de ser cogidas con alfileres, pero parece claro que, en efecto, como decía Watzlawick, los seres vivos comunican hasta cuando no hacen ninguna labor de comunicación. La no comunicación es comunicación, simplemente. Ya que comunicamos indefectiblemente, ¿por qué no decidir qué comunicar? La gran estructura que sostiene al sistema, que Ramón Reig califica de “político-financiera”, abrazó al periodismo para designarlo como brazo derecho y prolongación del primer poder. Una herramienta con la que dirigir el mensaje a la masa. Y así el sistema, y su mastodóntica estructura

en lo que a poder se refiere – cuantitativamente son muy pocas manos – elaboró el discurso a calar y una ideología única y hegemónica.

Ramón Reig habla de crisis pero en absoluto se refiere a la crisis económica que estalló en 2008, la cual considera superficial. Como abanderado del enfoque estructural va más allá, y la crisis tanto del sistema como del periodismo es mucho más que números, sean verdes o rojos, e índices económicos. La vida siempre se juega en algo más profundo. El sistema está en crisis puesto que su subsistencia se ha quedado obsoleta. Ha devorado todo lo que tenía que devorar. Y el periodismo, fiel aliado desde que se integró en pactos con las grandes corporaciones que poco o nada tenían que ver con la comunicación, ha caído con él. La falta de credibilidad, para ambos, es una daga que les mantiene en un desprestigio del que el periodismo, más que el sistema, tendrá difícil salir. En realidad es mucho más débil.

La obra del catedrático sevillano analiza los hilos que han construido esa red por la que sistema y periodismo están unidos. Es un todo en el que factores muy diversos comparten un interés común para trazar las sinergias. Y todo subyace a la esencia sobre la que se construyó tal sistema de poder, que viene de lejos y se conformó tras la II Guerra Mundial. De hecho, la ideología política ha quedado subvertida a la única ideología que vale en el sistema: el mercado. Reig critica cómo sectores conservadores o socialdemócratas juegan a lo mismo, se alimentan de lo mismo y apenas les separan matices (leyes sobre el aborto, cuestiones sociales, etcéteras) que, a la hora de la verdad, resultan irrelevantes. Lo intocable es aquello que de verdad corretea por los engranajes del sistema, y los gobiernos ni siquiera están en la sede central de la fábrica. Puedes atacar a un gobierno u otro, pero jamás a la estructura que conforma el sistema. “Por encima de las tendencias políticas aceptadas por el sistema – de diferencias irrelevantes – está la defensa del *establishment*”, (pag. 97). Los medios de comunicación juraron amor a sus dueños. Nunca morderán las manos que les dan de comer. Se abalanzarán contra rostros, pero no contra hábitos arraigados en el devenir de las cosas.

Por ello, Ramón Reig explica el sarcasmo que supone el baño de pluralismo que se dan medios de comunicación y sus corporaciones. Un caso cercano, en España, es el de *Atresmedia*, conglomerado mediático que dispone de dos cadenas de televisión de líneas editoriales opuestas: Antena 3 (conservadora), La Sexta (progresista). Como si de equipos de fútbol se tratase,

condenarán a unos y otros por filias y fobias. Y aunque no parezcan tener nada en común, sí les une un propósito: no criticar a los de arriba. La editorial Planeta, principal accionista del grupo *Atresmedia*, tendrá dos fantásticos entes de comunicación para difundir su ideología de mercado, entre ellos sus negocios editoriales (sólo son noticias sus premios literarios y certámenes de sus medios, cercenando la pluralidad que realmente existe en la realidad, por jugar con las palabras). Pero nunca dejará en evidencia a grandes bestias como El Corte Inglés o el BBVA, accionistas que financian y ponen dinero a sus medios. Información que jamás será contada. Es más, para hacer un anuncio, el BBVA se valdrá de creadores de opinión, líderes de información, periodistas a nómina de *Atresmedia*. El pluralismo mediático se resume en absorber cuantos más nichos de mercado, mejor.

Si las ideologías políticas han sido banalizadas, ¿qué alternativas hay? Aquellas que se salgan de la hegemonía impuesta por el mercado. Reig, consciente de ello, presta especial atención a los interesantes acontecimientos de América Latina. La izquierda sudamericana ha alcanzado el poder y ha hecho esfuerzos por cambiar las cosas. El resultado ha sido una agresividad inapelable por parte de los medios de comunicación afines a Occidente. Estos han dibujado en la mente del consumidor el imaginario de dictaduras, represiones y pucherazos con tal de desprestigiar a una verdadera amenaza. El periodismo se ha vendido al mejor postor, hecho caso omiso a su deontología y deber. No importa que Ecuador, Venezuela, Argentina o Bolivia hayan demostrado ser una alternativa – ni mejor ni peor, simplemente un alternativa –. Se ha tergiversado la realidad hasta convertir el fenómeno latinoamericano en un reducto negativo y condenable. A las fuerzas emergentes que aparecen recientemente por Europa les espera el mismo recibimiento mediático. Un linchamiento continuo que, de hecho, ya se ha producido. Bien es cierto que, de todos modos, Ramón Reig no tiene mucha confianza en estos movimientos europeos.

Por último, y esencial, hay lugar para la autocrítica. Más allá de todos esos enlaces estructurales, el autor se va directo al periodismo para ver cómo gestiona toda esta problemática. Encuentra errores y malas prácticas aquí también. Considera a los periodistas cómplices por su permisividad ante el panorama que vive la profesión. Desde los más privilegiados, hasta las bases, aunque estos son los menos, quizás por la excusa de que hay que comer, como reconoce el propio Reig. Desgrana cómo se desenvuelve el periodista

en esta época de trincheras para su dignidad y cómo se ha hecho con unos procedimientos impuestos por los intereses superiores que limitan al periodismo. No se olvida de la universidad, a la que critica, porque probablemente no hace lo suficiente. Reparte culpas entre profesores viciados y alumnos indolentes. La universidad con una pata coja.

La obra, por tanto, mantiene la línea continuista de Ramón Reig, vistas en obras anteriores como en *Dioses y diablos mediáticos* (2004), *Los dueños del periodismo* (2011) o *Todo mercado* (2012). De hecho, muchos datos son una recopilación de estas obras a las que se han añadido pequeñas actualizaciones que el avance del tiempo dejó escapar en anteriores párrafos. He aquí que para los lectores habituales de Reig quizás los datos no susciten tanto interés como el mensaje transversal que recorre cada una de las páginas. Para los nuevos, se encontrarán con un discurso oculto y criminalizado por el sistema a través de vocablos ya desfasados pero que siguen en el imaginario colectivo. La doctrina del miedo.

A esta línea continuista le sigue, como no podía ser de otra forma, el estilo propio del catedrático de la Universidad de Sevilla. Fresco, desenfadado, mucho más cotidiano, que ofrece esa sensación de cercanía del que pretende difundir más el mensaje que edulcorar la grandeza de sus conocimientos. No hace uso de excesivos tecnicismos, ni se pierde en definiciones teóricas. No es un libro académico desde una perspectiva tradicional. Sí de contenido, en tanto a que son investigaciones científicas, pero no de continente.

El periodismo debiera ser un eslabón para la libertad, y el sistema garante de la misma. Patrañas utópicas que en tiempos de crisis podrían ser una buena ventana al cambio, pero que permanecen arrinconadas por el leitmotiv 'gatopardiense'. Ramón Reig analiza la amistad en tiempos revueltos de dos amigos que deberían permanecer opuestos. Una amistad de nula simbiosis para el progreso. Por eso están en crisis.