

Ramón Reig

Estructura y Poder de la Comunicación

Entre la libertad, la dependencia
y la «esclavitud digital»



SALAMANCA
2023

1ª edición: Salamanca (España), 2023.

Esta obra, tanto en su forma como en su contenido, está protegida por la Ley, que establece penas de prisión y multas, además de las correspondientes indemnizaciones por daños y perjuicios, para quienes reprodujeren, plagiaran, distribuyeren o comunicaren públicamente, en todo o en parte, una obra literaria, artística o científica, o su transformación, interpretación o ejecución artística fijada en cualquier tipo de soporte o comunicada a través de cualquier medio, sin la preceptiva autorización por escrito del titular de los derechos de explotación de la misma.



La edición de esta obra ha contado con la colaboración de la Fundación Morera & Vallejo, y con la del Departamento de Periodismo II de la Universidad de Sevilla.

Diseño y producción gráfica: PEPA PELÁEZ, Editora.

Del texto: © *by* Ramón Reig, 2023.

De esta edición:

COMUNICACIÓN SOCIAL EDICIONES Y PUBLICACIONES, sello propiedad de:
© *by* PEDRO J. CRESPO, EDITOR y PEPA PELÁEZ, EDITORA (2023).

Contacto

Gestión:

Avda. Juan Pablo II, 42, Ático A. 37008 Salamanca, España.

Taller editorial y almacén:

c/ Escuelas, 16. 49130 Manganeses de la Lampreana (Zamora, España).

info@comunicacionsocial.es

<https://www.comunicacionsocial.es>

ISBN: 978-84-17600-84-6

Depósito Legal: DL S 224-2023

Impreso en España. *Printed in Spain*

Sumario

Nota preliminar. Va siendo hora de hacer balance 9

Primera Parte

LA BASE ESENCIAL DE ESTE LIBRO

1. **Una visión sintetizada del Poder y la Comunicación desde una postura «simplecompleja»** 15
 - Mínima aproximación a una teoría práctica* 15
 - Una línea metodológica para una hipótesis* 15
 - Teoría del Poder*..... 18
 - El Poder, una constante histórica* 21
 - La Comunicación en su contexto teórico metodológico*24
 - Práctica y análisis del Poder y la Comunicación actual*30
 - Primer paso: contexto mundial mediático-tecnológico*31
 - Segundo paso: Warner*36
 - Efectos de la actividad del Poder* 40

Segunda Parte

PODER, COMUNICACIÓN Y CIUDADANÍA

2. **Los órdenes y el nuevo orden mundial**..... 47
 - Tres órdenes mundiales muy relevantes*..... 48
3. **La democracia siempre está vigilada por los dueños de los medios**..... 53

4. La interrelación poder-ciudadanos: vigilancia, indolencia, resistencia, miedo, guerra, manipulación	59
<i>De Maquiavelo a otros.....</i>	<i>59</i>
<i>¿Por qué no actuamos?</i>	<i>61</i>
<i>El Poder, las leyes y la fuerza.....</i>	<i>62</i>
<i>Revolución y neoesclavismo</i>	<i>66</i>
<i>Todo cambio, inquieta</i>	<i>68</i>
<i>Terror y temor.....</i>	<i>71</i>
<i>Mensajes y opinión pública: influencias.....</i>	<i>71</i>
<i>Tensa situación multipolar en 2020-21.....</i>	<i>73</i>
5. Los medios no son un cuarto poder y manipulan, pero...	75
<i>Información veraz.....</i>	<i>77</i>
<i>La realidad y el deseo</i>	<i>78</i>
6. ¿Por qué la llamada TV basura es tan rentable?	81
<i>Tele 5, líder desde hace nueve años.....</i>	<i>81</i>
<i>Mediaset/Tele 5 siguen ingresando.....</i>	<i>83</i>
<i>¿Las mujeres son basura y los hombres no?.....</i>	<i>86</i>
7. ¿Hay que controlar los medios de comunicación? Desmontando (un poco y de nuevo) el «progresismo»	89
<i>La sociedad pura y casta</i>	<i>89</i>
<i>Todo poder precisa medios de comunicación.....</i>	<i>90</i>
<i>Es la lógica del mercado.....</i>	<i>92</i>
<i>¿Qué medios de comunicación quiere Iglesias?.....</i>	<i>94</i>
8. Comunicación y estructura invisible de poder: un acercamiento al caso de los fondos de inversión	99
<i>Fondos y comunicación: otra telaraña mercantil.....</i>	<i>109</i>
9. El Poder mercantil se defiende de sus agresores a través de sus mensajes	113
<i>Una forma implícita de defenderse.....</i>	<i>121</i>
<i>El Poder se defiende, ¿y qué?.....</i>	<i>123</i>

Tercera Parte

PODER, COMUNICACIÓN Y PERIODISMO

10. La «represión» del periodismo en EEUU	129
<i>Intereses encontrados</i>	129
<i>¿Quién puede tirar la primera piedra?</i>	131
<i>Las pruebas de por qué USA debe callarse</i>	133
<i>Assange y Snowden</i>	135
<i>La telaraña mediática</i>	136
11. ¿Libertad de prensa? ¡Y dos huevos duros!	141
<i>Lo primero es vender</i>	141
<i>Periodismo y universo empresarial globalizador</i>	146
<i>El asedio digital</i>	148
12. El otro periodismo al que tapan la boca	151
13. El ABC de un periodismo decente	155

Cuarta Parte

PODER, COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD TECNOLÓGICA

14. Una sociedad tecnológica que libera y esclaviza	163
<i>El poder nos vigila y lucha entre sí por dominar la Red,</i> <i>¿adónde vamos?</i>	164
<i>Redes sociales y públicos: burbujas, medios de</i> <i>aprendizaje, alteradores de la psiquis</i>	167
<i>¿Qué es vivir?</i>	184
<i>La caída de Netflix</i>	185
<i>Mucho donde ver</i>	186
<i>Imposible escapar</i>	188
<i>El eterno «pan y circo»</i>	189
<i>El postureo y la «amistad»</i>	191
<i>Negación de los negacionistas</i>	192
<i>Ser a medias o ser</i>	195
<i>He aquí la realidad más real</i>	196

¿Y hoy?..... 197
¿Qué hacen los de Humanidades?..... 197

**15. La tecnología llega al periodismo:
una era de encaje 203**

Quinta Parte
EDUCOMUNICACIÓN

**16. Educar para «hacer frente» a los medios
de comunicación 213**

Conclusiones..... 221

Bibliografía 225