

El libro expone gran cantidad de conceptos fundamentales para pensar un proceso comunicacional en tanto interrelaciones sociales, logra establecer una conexión y anclaje en el transcurso del libro, que nos lleva a poder seguir una línea argumentativa clara y precisa. Es un libro de gran contenido conceptual que nos sirve para pensar el tomo N° 2 escrito junto a Héctor Thompson, denominado “La incidencia como camino para la construcción de ciudadanía. Una propuesta para trabajar desde la comunicación”, orientado mayormente a la puesta en práctica del modelo de intervención desde la comunicación en procesos sociales trabajado por Washington Uranga. [\[subir\]](#)

**Felipe Navarro Nicoletti**

Universidad Nacional de Río Negro

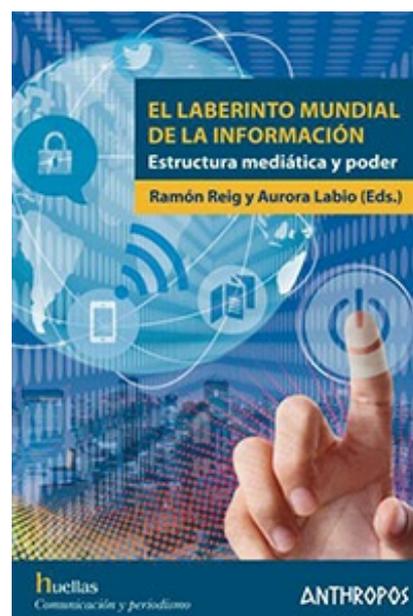
---

## **EL LABERINTO MUNDIAL DE LA INFORMACIÓN. ESTRUCTURA MEDIÁTICA Y PODER**

REIG, R. Y LABIO, A. (eds). El laberinto mundial de la información. Estructura mediática y poder. Barcelona: Anthropos, 2017, 302 pp.

En El laberinto mundial de la información se hace un importante repaso a toda la estructura mediática y de poder mundiales, en forma de capítulos se van trabajando los diferentes entramados mediáticos que existen aquí o allá, dividiendo el globo terráqueo por áreas, sin poder llegar a tocar todos los países ni todas las regiones del mundo en el libro. La propia estructura de la publicación hace que la lectura sea clara, cómoda y ágil. El hecho de que haya una diferenciación por regiones consigue que de alguna manera parceleemos las zonas, los conglomerados mediáticos e incluso nuestra mente, para después darnos cuenta de que todo está conectado a su vez con todo.

El volumen, empieza con una presentación que realizan sus editores. En la introducción se comenta el surgimiento de la Escuela Sevillana de Estructura de la Información (ESEI), que ha nacido en torno a la Universidad de Sevilla y que está conformada por los escritores de este libro, además de por otros académicos. Estas personas están conectadas con la Escuela Sevillana de Estructura de la Información y con la Universidad de Sevilla a través de dos grupos de investigación: el Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación (GREHCCO), dirigido por Ramón Reig, y el Grupo de Investigación Medios, Políticas de Comunicación y Democracia en la Unión Europea (DEMOC-MEDIA), dirigido por Aurora Labio, siendo estos los dos editores de El laberinto mundial de la información.



La Escuela Sevillana de Estructura de la Información (ESEI) busca con sus investigaciones ensalzar un método de trabajo, el enfoque estructural, poniendo el punto de mira en la estructura de la información. Es el método que mejor explica el mundo, con sus complejidades y entresijos. Sus trabajos se centran en las estructuras de poder de cualquier índole que están detrás de la comunicación y del periodismo, intentando darle sentido a este campo tan amplio y diverso, a la vez que dando luz acerca de hacia dónde se dirige la profesión, cómo se trabaja la información hoy día, cómo las estructuras que están detrás de los principales conglomerados mediáticos afectan a la comunicación y a la información que las personas reciben a diario en los distintos canales que existen. Cada día son más numerosos los canales debido al rápido avance de las nuevas tecnologías y a los soportes que aparecen semana tras semana.

En la presentación del ejemplar, los propios editores manifiestan que han escrito un texto con el que se pretende ofrecer lo esencial y más básico que hay que conocer para comprender un asunto complicado que de una forma directa o indirecta -cada vez más directamente- nos involucra y debería importar a todos, debido a que nos afecta. A lo largo de sus cuatro apartados, se muestra la inmensa interrelación entre el poder, el periodismo y la comunicación mundiales.

La primera parte trata los fundamentos metodológicos y contextuales de la estructura de información, donde hay un apartado llamado Metodología para el estudio de la estructura mundial de la información escrito por el catedrático en Estructura de la Información y uno de los editores del libro, Ramón Reig. Por otro lado, hay un segundo apartado llamado Contexto: la estructura mundial de la información, escrito por la profesora Aurora Labio, también editora del libro.

Un aspecto muy práctico del ejemplar, que hace que se aprecie como una especie de manual es que, aparte del contenido teórico de cada apartado, nos encontramos con una serie de ejercicios eminentemente prácticos, que invitan al lector al estudio, a la investigación y al análisis. Estas secciones, que se repiten capítulo tras capítulo son: aplicaciones prácticas; ideas esenciales del capítulo; ejercicio práctico; y referencias. En el apartado ideas esenciales del capítulo sintetizan en tres puntos concretos lo más relevante del artículo. Lo hacen de un modo claro y conciso. En las aplicaciones prácticas, llama especialmente la atención cómo plantean un enunciado con una situación determinada al que le dan respuesta y a continuación plantean otro enunciado distinto. Es una forma rápida y contundente de mostrar de qué manera está realmente todo conectado y cómo con un simple ejercicio de análisis se pueden ver conexiones entre tu vida, tus acciones y todo aquello que ejecutas y realizas.

Dividen el mundo en bloques, de manera que lo primero de lo que se habla es de occidente, dentro de este bloque de Estado Unidos, Europa, Japón y España. Después de América Latina, luego del África subsahariana, del mundo árabe e islámico y, por último, de Rusia y China.

En la segunda parte del libro aparece por tanto la estructura de Estados Unidos, la concentración de poderes, el avance de las tecnologías y el control que tiene este país sobre el mundo. Lo escriben Aurora Labio y Victoria García-Prieto, quienes ponen de manifiesto la imposición de la cultura norteamericana al resto de los países a través de

contenidos informativos y culturales, es decir, a través de los medios de comunicación tomando este concepto en su sentido más amplio. Analizan por otro lado, los grandes grupos de comunicación estadounidenses. Así mismo, está la estructura europea y se hace hincapié en la pérdida de la diversidad en la comunicación y en los medios de Europa y en cómo poco a poco ha ido copiando a Estados Unidos en su modelo y fórmula convirtiéndose en la sombra de este. El capítulo está escrito por Lorena R. Romero-Domínguez y por Miriam Suárez-Romero.

Japón: a la vanguardia de la tecnología, paradigma de diversificación e internacionalización del mercado es el capítulo escrito por Antonia Isabel Nogales-Bocio y María Dolores Ortiz-Herrera. Así se cierra el triángulo considerado clave en el área de la estructura de la información, formado por Estados Unidos, Europa y Japón, donde la interconexión es casi completa. En el apartado de España vemos el duopolio televisivo que existe en nuestro país, con un cambio de liderazgo y, por consiguiente, un nuevo equilibrio de fuerzas, reorganizándolo todo para que todo siga en cierta forma igual. Lo han escrito Gema Alcolea-Díaz y Victoria García-Prieto.

En la tercera parte del volumen se estudia la estructura de la información de otras regiones del mundo, entre ellas está América Latina y se investiga la concentración mediática y los cambios de regulación en el ámbito de la comunicación en esta amplia zona del globo terráqueo. Este capítulo fue escrito por Rosalba Mancinas-Chávez, quien es especialista en el área de Latinoamérica. A continuación aparece el apartado del África subsahariana, escrito por Sebastián Ruiz-Cabrera, donde se analiza de la misma manera la estructura de la información en esta región del planeta, teniendo siempre presente el capital de la zona, la colonización, los intereses de las grandes potencias mundiales por estar en África y hacerse un hueco en su economía, así como la tecnología que quiere desarrollarse allí con unos alicientes concretos.

Destaca igualmente el análisis hecho sobre el mundo árabe e islámico, remarcando que esta zona del planeta precisa de un modelo propio dentro de un entorno globalizado que, en alguna medida, se lo dificulta. Está escrito por Rafael Fernández-Ruiz y Ana María Ortega-Pérez. Por último, María José García-Orta estudia el control por parte del Estado sobre la comunicación tanto en Rusia como en China, países donde dominan los medios de comunicación públicos y de intervención estatal.

La parte IV, denominada la red, es la de mayor actualidad y novedad. Sorprende mucho ver la concentración del poder que hay en un mundo inmenso como es el digital, también en este mundo aparentemente plural y libre, existe concentración de poder siendo muy llamativa además. De ese capítulo se ha hecho cargo Rafael Avilés. El que trata el tema de las redes sociales lo ha escrito Ramón Reig, llamando la atención sobre la lectura digital y determinando cómo ha cambiado la manera de estudiar, leer, trabajar, de analizar y profundizar en los temas que nos rodean. Las redes sociales han provocado que la celeridad de todo sea aún mayor. Y el último capítulo de esta cuarta parte del libro es el nombrado Nuevas iniciativas en periodismo online: casos de nativos digitales en España, EE.UU. y Latinoamérica y ha sido escrito por José Antonio González-Alba.

Esta última parte del libro resulta especialmente esclarecedora. Pone de manifiesto hacia dónde se dirige el interés mercantil, hacia qué aspecto de la comunicación va el negocio y sobre todo y más importante, quiénes son los nuevos dueños del mundo, los nuevos amos de la comunicación. Ha cambiado el paradigma y lo ha hecho de un modo radical, no siendo ya los medios de comunicación quiénes determinan de qué se habla y de que no, sino siendo estos una pequeña parte de las empresas o de los conglomerados mediáticos que toman esta decisión acerca de lo que es más comentado y de lo que ha de omitirse. Los gigantes de la comunicación han dejado de ser las grandes discográficas, productoras, televisiones, radios, periódicos, revistas, editoriales, para convertirse en un todo. Es un conglomerado aún más heterogéneo y, aunque sigue habiendo influencias y accionariado totalmente ajeno al ámbito de la comunicación, del mismo modo se han sumado las empresas especializadas en las telecomunicaciones que dan al ser humano la capacidad de tener comunicación desde la distancia o, al menos, de un modo telemático. Cada empresa que participa en comunicación tiene a su vez numerosas áreas más en las que interviene, ya sean sectores de la comunicación o de fuera de esta. En la mayoría de los casos se dan ambas situaciones, se participa en negocios que estarían dentro de la comunicación, así como en sectores externos a nuestro campo. Solo hay que ver las cadenas de televisión por internet que las empresas de telecomunicaciones están creando y ofreciendo en sus tarifas. Estas cadenas de pago de la red tienen productoras, distribuidoras, conexiones con otros medios... El giro hacia el mundo digital está siendo de 360 grados y lo más sorprendente es la especialización en el cliente, la casi personalización del contenido y de la publicidad para cada usuario, potencial cliente o consumidor de mi medio de comunicación, de mi producto. ¿Y cómo consiguen esa personalización y especialización tan acertada? Muy sencillo, lo hacen a través de los datos, a través de la huella digital que siendo conscientes de ello o no, vamos dejando a nuestro paso por la red.

En resumen, el libro da una idea amplia, general y global de cómo se encuentra en estos momentos la estructura de la información y de la comunicación, nos hace comprobar de qué manera está todo interconectado, unido y relacionado. La tendencia del mercado de la comunicación está en la red: el vídeo en streaming, la televisión por internet de pago, las redes sociales, la prensa digital, el marketing digital, compras en línea, la tecnología móvil... buscando incluso que cualquier acción comercial, de comunicación o de información, pueda hacerse desde este artilugio tan personal y, a la vez, tan útil para el mercado y para el sistema. [\[subir\]](#)

**Susana Alés Álvarez**  
Universidad de Sevilla

---

**LA PROTECCIÓN DE LA INTIMIDAD Y VIDA PRIVADA EN INTERNET: LA INTEGRIDAD CONTEXTUAL Y LOS FLUJOS DE INFORMACIÓN EN LAS REDES SOCIALES (2004-2014)**