



Rafael Correa, crítico socio-mediático

Rafael Correa, crítico socio-mediático

Resumen

La dinámica estructura económico-mediática-mensajes-ideología mercantil –los medios como servosistema– está siendo cuestionada por la llamada Nueva Izquierda Latinoamericana y, en concreto, por el presidente de Ecuador, Rafael Correa quien, en sus intervenciones audiovisuales –algunas de las cuales se analizan en este artículo– suele abordar con claridad el problema, mediante unos argumentos demolidores aunque en ocasiones apasionados. Correa se expone a las consecuencias de su atrevimiento al vulnerar el Nuevo Orden Mundial destapando la articulación poder político, económico y mediático.

Palabras clave: Poder, medios, mensajes, manipulación, choque de intereses.

Introducción

En los llamados países democráticos occidentales existe un sistema –el de mercado– con dos partidos que se alternan en el poder político sobre la misma base: el orden internacional mercantil surgido tras la Segunda Guerra Mundial (1939-1945) y tras la Guerra del Golfo de 1991 y la caída de la URSS. Además, un sistema electoral –como por ejemplo el derivado de la Ley D’Hont– estimula el bipartidismo de mercado y las leyes internacionales creadas por un mercado globalizado casi imposibilitarían la actuación de un partido que cuestionara el orden establecido, en el muy improbable caso de que llegara al poder político.

Por su parte, los medios de comunicación más masivos e influyentes suelen ser un servosistema (Quirós, 1988) y, en la esencialidad de sus mensajes, por regla general, “la voz de sus amos” (Reig, 2010 y Reig, 2011). La llamada comunicación alternativa es escasa y, sobre todo, ni se halla articulada ni posee un enfoque empresarial riguroso sino que se caracteriza más por el voluntarismo y las iniciativas individuales o grupales más o menos aisladas. Si los medios de comunicación comerciales tienen unos propietarios que se derivan de la –a la vez– concentración y diversificación del capital, no estamos ante contrapoderes del mercado y de su poder socio-económico-político sino ante negocios que, además, de manera voluntaria o involuntaria, transmiten ideología que suele emplearse en la consolidación de la cultura hegemónica. En su sustancia, los medios no son servicios públicos sino privados y los públicos son clientes, no ciudadanos.

Toda esta dinámica se ha roto con la llegada al poder político de la llamada Nueva Izquierda Latinoamericana¹. Un buen ejemplo es la pugna del presidente de

1 Aproximaciones al tema en: Calvo Salazar, Cindy (2009): La “nueva” Izquierda Latinoamericana: características y retos futuros, *Reflexiones*, 88 (1): 55-65. Disponible en: <http://www.latindex.ucr.ac.cr/reflexiones-88-1/04-CALVO.pdf>

Ecuador, Rafael Correa, con los monopolios mediáticos de su país, apegados al orden mercantil y al bipartidismo citados. En América Latina está sucediendo algo mucho más profundo que un relevo en el poder político-coyuntural, previsto por el sistema, como en los casos de Inglaterra, España, Francia, Alemania o Estados Unidos². Los presidentes de Ecuador, Argentina, Bolivia, Venezuela..., siguiendo sus programas electorales, respaldados por sus votantes, no desean seguir los dictados del Nuevo Orden Mundial y eso tiene un precio: la crítica –feroz a veces (Rodríguez Illana, 2013)– de unos medios –enmarcados en un contexto mundial de economía de mercado– que desarrollan auténticas estrategias de información estructuradas con el objetivo de llevar a término una actividad estructurante de mentalidades (Sánchez-Bravo, 1992) a favor de un statu quo que se siente amenazado. La mundialización mediática se encarga de que la estrategia vaya mucho más allá de los países de origen de esos medios³. Por supuesto, la actividad antimonopolística de los protagonistas de la Nueva Izquierda Latinoamericana puede cometer 'irregularidades' y tal vez abusos pero es que los medios comerciales llevan a veces siglos formando parte de un poder estructural al que precisamente el tiempo ha ido desgastando.

2 Francia incluso mantiene a dos militantes socialdemócratas en puestos clave: uno en la presidencia (François Hollande) y otro al frente del FMI (Christine Lagarde). Y España, en los años 90, tenía al frente del gobierno a Felipe González y al frente de la OTAN a otro destacado socialdemócrata, Javier Solana.

3 Televisa y Clarín han llevado a cabo alianzas con Prisa y Atresmedia en España. Cisneros hace años que mantiene pactos y negocios con News Corp. (Murdoch), Carlos Slim es accionista de *The New York Times*, etc. Todos los grandes grupos, a su vez, están conectados a la banca y otros sectores (Reig, 2011, Mancinas, 2008).

Correa y la estructura mediática ecuatoriana

Hemos observado que el discurso sincrónico-mediático del presidente de Ecuador es el que más ha trascendido, al menos en ciertos ámbitos sociales y académicos. Primero, su deseo de llevar a cabo un diagnóstico estructural del estado mediático de su país; segundo, la militancia y la crítica decididas no sólo contra la situación ecuatoriana sino contra la estructura mediática mundial y sus manipulaciones. Estimamos que lo que diferencia a Correa de otros colegas suyos (Morales en Bolivia, Fernández en Argentina) es el mayor rigor de su enfoque crítico, tal vez derivado de su condición de académico experto en economía y de su índole política. También hemos observado que Correa, en sus intervenciones audiovisuales, suele abordar sin tapujos y con claridad, hilarante en ocasiones para sus entrevistadores, el problema de la preeminencia de lo mercantil y el reflejo de sus intereses en el mensaje mediático, mediante un lenguaje asequible a todos y unos argumentos demoledores aunque en ocasiones apasionados.

En 2011 llegó a nuestro poder el primer informe que demostraba que en la presidencia de Ecuador se hallaba una persona analista o estimuladora del análisis de la situación de los medios en su país⁴. Los puntos principales de aquel informe pueden resumirse en los siguientes puntos:

- El Gobierno de Ecuador ha revelado en la cadena pública de televisión los vínculos que varios medios de comunicación mantenían con negocios empresariales y financieros que pudieran generar “un eventual conflicto de intereses”.
- Con los datos de un informe de la Comisión para la Auditoría de Frecuencias de Radio y Televisión 2008-2009, el Ejecutivo señala que grandes medios de comunicación compartían acciones en varias empresas lo que les hace actuar según sus intereses y “no al servicio de la ciudadanía”.
- Según el informe citado, el Grupo Vivanco, propietario del diario La Hora, con 14 ediciones locales, también manejaría Radio Planeta, Revista Judicial, Satnet (Servicios Agregados y Telecomunicaciones) y Editorial Gran Tauro, que edita la revista Vanguardia, en sociedad con el Grupo Martínez, propietario de los diarios Extra y Expreso.
- Además, tiene vínculos empresariales con el Estudio Jurídico Vivanco & Vivanco, Casa Vivanco y la televisión de pago TVCable.
- Asimismo, señala que la familia El Juri manejó Telerama y sus 12 frecuencias, además de negocios automotrices y de perfumería.
- El Grupo Pérez figura como propietario de diario El Universo, Radio City, Diario Súper; además, es socio del Grupo Alvarado Roca en el sistema de televisión de pago Univisa, una fusión entre El Universo y el canal Ecuavisa.

⁴ No hay comunicación para el desarrollo sin diagnóstico estructural previo, este extremo se ignora demasiadas veces en cualquier lugar del mundo.

- Este grupo también tendría relación con negocios empresariales como la Compañía Naviera de Turismo Galápagos, Canodros, Unipartes, también un grupo relacionado con acciones bancarias en el Banco de Guayaquil.
- Según el informe, el Grupo Pérez tiene, igualmente, participación accionarial en otros negocios como Uniprensa, Unidiario, Agrícola Guayaquil, Uniediciones e Industrializadora de Alimentos Santa Inés, entre otros.
- El Grupo Alvarado Roca, por su parte, maneja Ecuavisa, Vistazo, Generación 21, Hogar, Estadio (un canal en UHF con señal abierta en Estados Unidos y España); empresas como Artesgráficas y participación accionarial en las inmobiliarias Alcor y Roalpa, Cendetel, y Agroespíritu.
- El Grupo Mantilla, propietario del diario quiteño El Comercio y que edita además el diario Últimas Noticias, Radio Quito, Radio Platinum, Ecuadoradio y la empresa de teatros y cines de Quito, en asociación con el Grupo Mantilla Anderson de Diario Hoy.
- Tiene también acciones en Megadatos, Access proveedora de internet, negocios empresariales en Cofiec y sería socio con el grupo Egas Grijalva en Metropolitana del Seguros y Consorcio del Pichincha.
- El Grupo Egas manejó la cadena de televisión Teleamazonas, Revista Mundo Diners, Agencia Delta Publicidad, las revistas Gestión, Soho, Fucsia, Cosas; además de Banco Pichincha, Banco de Loja, Rumiñahi, la tarjeta de crédito Diners Club; las empresas Multicines, la productora Publi Promueve y sería socio del Grupo Mantilla Anderson de diario Hoy. Adicionalmente, posee acciones en Autodelta, Centro Comercial El Condado, y otros negocios como Megamaxi.
- El informe señala, según el informe de auditoría, que el Grupo Mantilla Anderson maneja diario Hoy, Radio Hoy, TVHoy, varias revistas y la empresa de teatros y cines de Quito.
- Algunos de estos grupos habrían sido socios del Grupo Isaías, ex propietarios de Finlanbanco, el cual manejó varias empresas de comunicación y que a fines de los 90 provocó una crisis financiera nacional⁵.

⁵ <http://www.periodistas-es.org/medios-de-comunicacion/libertad-de-prensa-en-ecuador-vinculos-empresariales-y-financieros-de-grandes-medios-de-comunicacion>. 2/5/2011.

Las críticas de Correa

Sin duda, la situación que se acaba de describir, junto a su contexto mundial, tanto mediático como socioeconómico, han supuesto un acicate para que el presidente Correa haya decidido dedicar buena parte de su discurso a este asunto tan crucial para el desarrollo de una democracia lo más sólida posible. Y es que –lo hemos sostenido en trabajos ya citados aquí– si la mayoría de la población se informa y se forma a través de los medios de comunicación mercantiles y estos se encuentran determinados por su propia índole, toda la democracia se resiente.

Hemos analizado el discurso crítico del señor Correa a través de diversos textos audiovisuales que hemos localizado en Internet. El espacio limitado de un artículo de esta naturaleza nos impide extendernos en el reflejo de dicho análisis pero sí podemos constatar algunos resultados obtenidos. La metodología utilizada se deriva de la Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (EPICC) y del análisis ideológico, cualitativo y semántico del mensaje. En pocas palabras, si los medios forman parte de una estructura económica ideologizada y politizada por su trasfondo mercantil, es preciso examinar los mensajes que emiten y, en este caso, tener en cuenta la hermenéutica de algunos líderes de opinión y políticos como es el caso de Rafael Correa.

Los audiovisuales analizados figuran en la bibliografía, al final de este trabajo, así como su minutaje más significativo, en algunos casos. De ellos, entre otros factores, extraemos una serie de ideas y conclusiones. Hemos asignado a los textos códigos identificativos:

| Código | Documento |
|--------|--------------------------------------|
| RT | CORREA ENTREVISTA RT |
| HTV | CORREA ENTREVISTA HISPAN TV |
| D | CORREA ENTREVISTA DOSSIER |
| AP | ENTREVISTA "ANITA" PÁSTOR |
| CL | RAFAEL CORREA CUMBRE LATINOAMERICANA |
| A | RAFAEL CORREA SOBRE ASSANGE |
| AM | ANÁLISIS MEDIÁTICO SOBRE CORREA |

Dicho lo anterior, establecemos además una serie de campos semánticos, cuyos contenidos aportamos de manera muy aproximativa por razones de espacio. Utilizamos para su descripción palabras del propio Correa:

Mínima aproximación a los campos semánticos del discurso de Correa

Conexiones estructurales

"(...) el problema básico de esa crisis fue la unión incestuosa entre poder económico, poder mediático y poder político" (D).

"que aquí domine el pueblo ecuatoriano, no los banqueros, no los medios de comunicación, los países extranjeros... Que aquí domine el ser humano, no el capital" (RT).

"Es que ésa es la libertad de expresión, entre comillas, de los grupos de poder. No nos engañemos. En el mundo no hay prensa libre independiente, sino totalmente sometida al capital" (HTV).

"de los siete canales nacionales de televisión, cinco pertenecían a la banca. ¿Usted se imagina si queríamos regular a la banca para que no ocurra los excesos que ocurrieron aquí en España y nos han llevado a esta crisis? Teníamos a todos los canales de televisión en contra" (AP).

Manipulación

"Por supuesto que hubo campaña sucia, y también la campaña de siempre de ciertos medios, que toman partido político traicionando su labor de informar objetivamente" (RT).

"los gobiernos progresistas, que tratamos de sacar adelante nuestros pueblos, a cada rato, víctimas de mentiras, de manipulaciones, desinformación" (D).

"hay manipulación. No es crítica, es manipulación; utilicemos las palabras correctas" (AP).

"¿Usted sabe otra noticia que dio la vuelta al mundo? Decía: veinte radios cerradas por la dictadura de Correa. Usted sí sabe que estamos en un proceso de renovación de frecuencias exigido por la Contraloría. Se han renovado doscientas cincuenta y cuatro frecuencias, y veinte no fueron renovadas y fueron canceladas: ésas fueron las veinte radios cerradas, de las cuales casi todas eran radios musicales. Pero así es como se distorsionan las noticias" (A).

Comunicación antidemocrática

"Fue la prensa desinformando, la oposición política que se dice democrática. Fueron los primeros en apoyar a los golpistas, pidieron la renuncia del Presidente (que era el agredido), se tomaron las Gobernaciones para tratar de desestabilizar al Gobierno y en esta campaña estaban proclamando el respeto a la Constitución" (RT).

"esos medios de comunicación son los que han respaldado dictaduras, los que han callado con las represiones, con los atracos bancarios, etcétera, y son los que persiguen a los gobiernos que realmente queremos cambiar las cosas" (AP).

"ahora somos nosotros los dictadores. Este Gobierno que ha ganado ocho elecciones seguidas, ha tenido tres consultas populares al nuevo estilo de democracia directa, reduce la pobreza, la inequidad, defiende la soberanía del país... Nosotros somos los

dictadores. Vaya, vea, pues, lo que hacía la prensa latinoamericana con la dictadura de Pinochet" (A).

Comunicación corrupta

"La prensa, con mala fe (cierta prensa)... Oiga, yo no le dejaba [a mi hermano] ni entrar al Palacio; pregúntele usted a mis colaboradores. [...] Porque siempre he sabido cómo es mi hermano. [...] Pero ¿cuál es la impresión que ha dado la prensa? Que Fabricio Correa se presentaba como hermano del Presidente y se le daban los contratos a dedo: falso. Con ayuda, dicho sea de paso, del abogado del diario El Universo, hizo empresas fantasmas en Panamá, que a su vez compraron empresas en Ecuador que ganaron concursos. [...] Entonces, da la impresión de que se le ha dado a dedo directamente el contrato. Eso es falso. [...] para que se entienda bien el problema: creó empresas fantasma en Panamá, con asesoría del abogado del diario El Universo. Empresas fantasma que compraron empresas en Ecuador que participaron en concursos. ¿Cómo se puede detectar esa vinculación?" (AP).

"En parte sí [luchar contra el poder de los medios es luchar contra los cerdos, como dice el periodista Jorge Gestoso, parafraseando a su vez a Julian Assange], y si luchas contra los cerdos te vas a enlodar. Y a los cerdos les gusta el lodo; a la gente decente, no. Mira, aquí hay cosas impresionantes. O sea, cómo son capaces de destruir la honra de las personas" (A).

"Mario Vargas Llosa, este señor tiene una doble moral (él sí tiene una doble moral, un doble discurso), porque él escribió una carta muy fuerte contra El comercio de Lima denunciando su falta de ética, su descarada intromisión en la campaña favoreciendo a Keiko Fujimori contra Ollanta Humala. Lo denunció Vargas Llosa. Pero cuando él denuncia a la prensa ahí es porque es un patriota que ama la verdad; cuando uno denuncia a la prensa es un dictador que no quiere la libertad de expresión. Mire quién tiene doble moral" (A).

Comunicación desestabilizadora

"Un poder mediático que ponía la agenda, si se portaba mal el presidente, con dos titulares, ya lo destituían. A nosotros ya nos han sacado doscientos, y no han podido desestabilizarnos. Novelerías que se impusieron en América Latina para mantener el mismo sistema neoliberal independientemente de quien llegara a la presidencia" (HTV).

"de grupos externos (no sabemos si la CIA, sí sabemos de otros, de ultraderecha, de los Estados Unidos, de otras latitudes...) se financian grupos de oposición para desestabilizar los Gobiernos, no sólo el de Ecuador; de Venezuela. [...] Entonces, contrataban periodistas, financiaban a las "organizaciones de la sociedad civil" para que sean ellas las que ocupen el lugar de los partidos políticos derrotados, hagan oposición a los Gobiernos, pero no una oposición democrática, sino oposición desestabilizadora" (D).

Construir la verdad

"una prensa que para dominar nos robaba la esperanza (nos decía que éramos los más inútiles, los más corruptos, los más perezosos), nos habían bombardeado tanto con esa cosa que yo le puedo definir la situación del país como el país de la desesperanza. Ése es el mayor cambio que hoy ve. Usted ve a la gente motivada, orgullosa de lo que hoy está sucediendo en su patria. Se siente representada por su Gobierno. Ha recuperado la confianza en ellos mismos. Y eso es lo básico para seguir adelante, más importante que las carreteras y toda la infraestructura: la actitud de la gente. Y esa actitud ha dado un cambio radical de ciento ochenta grados" (RT).

"por favor, ya bájense... derrumben esos mitos, esos estereotipos de los políticos malvados persiguiendo a pobres periodistas y pobres medios de comunicación: es al revés. Es el agente, esos medios de comunicación son los que han respaldado dictaduras, los que han callado con las represiones, con los atracos bancarios, etcétera, y son los que persiguen a los gobiernos que realmente queremos cambiar las cosas. Desmitifiquen eso, por favor" (AP).

Antagonismo pueblo-poderes fácticos

"Unos cuantos poderes, económicos, sociales, mediáticos., burocracias internacionales como el Fondo Monetario, países hegemónicos, poderes nacionales e internacionales sin legitimidad democrática, que dominaban este país [han dado paso] a un verdadero poder popular, donde dominen los ciudadanos. Ésa es la esencia de la Revolución. Lo estamos logrando, pero todavía falta mucho por hacer. El domingo 17 de febrero se ha demostrado lo debilitados que están esos poderes. Pero siguen vivos. Tenemos que seguir construyendo esa Patria Nueva. Ésa es la Revolución. Donde manden los ciudadanos, ya no manden los capitales. Donde mande la sociedad, no manden los mercados. Donde mande la inmensa mayoría del pueblo ecuatoriano y no las élites que siempre dominaron nuestros países" (HTV).

Por encima de la ley

"¿Controversial para quién fue la Ley de Comunicación? ¿Para los que se acostumbraron a vivir sin ley? Porque, primero, la Ley de Comunicación no es iniciativa del Ejecutivo sino legislativa. Segundo, es un mandato constitucional, Transitoria Primera de la Constitución del 2008, que ordenaba en un año (esto fue octubre de 2008), la Constitución, que tuviera una Ley de Comunicación. El poder mediático ha bloqueado sistemáticamente esa Ley. Entonces, controversial ¿para quién? Para los que no respetan la Constitución, para los que quieren vivir por encima de la Ley como siempre lo han hecho estos poderes fácticos, empezando por el poder mediático" (HTV).

"Hay doce mil... no... sí, creo que doce mil juicios por daño moral en el país; ciudadanos comunes. Pero si un periodista lo calumnia y usted le pone un juicio por daño moral, ha 'atentado a la libertad de expresión'. O sea, los otros doce mil no es nada; si son bomberos, arquitectos... Si es un periodista, es 'atentado contra la libertad de expresión'" (D).

Escudarse en la libertad de expresión

“al grupo más grande, Isaías, que eran los mayores deudores, les incautamos doscientas empresas por la deuda que tenían con el Estado. Isaías están viviendo en Miami y pese a que pedimos extradición, Estados Unidos no los envía al Ecuador. Entre esas doscientas empresas, dos canales de televisión; por eso hablan de atentado a la libertad de expresión” (D).

“También la típica era tener una radio, promocionarse políticamente y después lanzarse a la Asamblea [...]; ese asambleísta era el cacique, pues, en su provincia. Por eso se han hecho algunas reformas para tratar de limitar aquello. Y eso es lo que distorsionan a nivel internacional y dicen: mordaza a la prensa, que no se va a poder dar información” (D).

“En un Estado de derecho, mi querida Anita, no se persiguen periodistas, como se quiso posicionar; se persiguen delitos, infracciones legales, tipificadas en la ley, y, gracias a Dios, en nuestro marco jurídico todavía la injuria es una infracción legal, que quien la comete puede ser un periodista, un jugador de fútbol, un bombero voluntario; ya es otra cosa. Pero se persiguen infracciones, delitos; no personas, como lo quiso presentar la prensa” (AP).

“si la prensa puede jugar un rol político siendo contrapoder, ¿qué legitimidad tiene ese contrapoder? ¿O tiene que limitarse a dar información objetiva, veraz, verificada, a lograr esta comunicación social adecuada, objetivamente, sin meterse en los juicios de poder; en los juegos de poder, perdón? Estas son algunas de las cosas que tenemos que debatir. Pero ya cuestionar esto es “atentado a la libertad de expresión”. Superemos estos tabúes, compatriotas” (A).

“nos han bombardeado, nos han acorralado, en el sentido de que criticar estos negocios dedicados a la comunicación es criticar a la libertad de expresión. Eso me recuerda la época de la Colonia, cuando criticar al rey era criticar a Dios, y así nos mantenían colonizados y con la cabeza agachada” (A).

“Aplicar la justicia a un periódico, a un periodista, ¿es persecución? O sea, ¿cuál es la ley que dice que están por encima de la ley? Entonces, Inglaterra está persiguiendo periodistas, porque el caso Murdoch, ¿cuántos juicios no ha puesto?” (A).

Gran problema

“Ése es el poder de los poderes, ése el gran desafío de la Humanidad en el siglo XXI: hablar claro frente a ese poder mediático. Pero todo el mundo le tiene terror. ¿Por qué? Precisamente, porque quien ose cuestionar el poder mediático, como (peor que) Torquemada, hasta es condenado a la hoguera, previa tortura, linchamiento mediático” (D).

“Se quiere hacer política desde el sector privado: en la parte económica, privado con fines de lucro; en la parte supuestamente de derechos, sin fines de lucro. Eso es uno de los graves problemas de nuestro tiempo” (AP).

“esto, chicos, si ustedes [lo] analizan detenidamente les demuestra el poder dominante a nivel mundial, y cómo pueden tener discrepancias, pero cuando se trata de intereses del sistema, sus privilegios de grupo, grupales, todos se unen” (A).

“No buscan la verdad; buscan defender sus grupos de poder, buscan defender sus privilegios, buscan defender su hegemonía. Y ésta es la gran lucha civilizatoria del siglo XXI: cambiar esas relaciones de poder. Y vuelvo a lo que manifestaba hace unos momentos, creo que todavía nos falta bastante camino por andar para lograr aquello” (A).

“La única dictadura, o la mayor dictadura que existe a nivel mundial es la dictadura mediática, lo que creemos los ciudadanos de personas que ni conocemos, lo que pensamos, lo que conocemos o dejamos de conocer depende de lo que nos quieran decir o callar estos negocios dedicados a la comunicación. ¿Usted se da cuenta de la vulnerabilidad de la sociedad actual? Es uno de los grandes desafíos mundiales: hablar sin temor de esa dictadura. [...] La Humanidad tiene que darse cuenta de esto, tiene que liberarse de en qué influencia está” (A).

Antagonismo derecho-negocios

"esa prensa privada, a esos grupos mediáticos que convirtieron la información (un derecho humano) en una mercancía más, y que son negocios privados con fines de lucro. Fíjese en la contradicción: negocios privados con fines de lucro proveyendo un derecho. Si la calidad de ese derecho atenta contra su lucro, por definición prevalece ese lucro. Ésa es una de las contradicciones del siglo XXI que tenemos que enfrentar" (HTV).

"¿Julian Assange es el terrorista, el hacker, el pirata informático por divulgar información? Él no la divulga. La divulgan los medios de comunicación. [...] ¿Por qué no se enjuicia a todos estos medios? Ahí sí que por hacer negocios (porque son negocios con fines de lucro) publican esa información" (A).

En conclusión

Como idea-conclusión general, estimamos que Rafael Correa escenifica la pugna entre el «herético» (Berger y Luckmann, 1991) y la estructura mundial de poder, es decir, su presencia y sus opiniones e interpretaciones colocan ante los ojos del ciudadano a una persona que disiente sustancialmente con el discurso oficial establecido a nivel mundial por la estructura mercantil de poder, alguien que debe atenerse a las consecuencias de su atrevimiento.

A veces con demasiada pasión, a veces con argumentos muy sólidos y con datos significativos, el presidente Correa coloca sobre la mesa un tema que es a la vez una realidad demostrada y un reto para el ciudadano: el deseo de una estructura mediático-mercantil de que todo lo que no sea acorde a sus intereses se convierta en un elemento negativo. El significado del lenguaje intenta ser monopolizado por dicha estructura y Correa está saliendo al paso del hecho en sus apariciones públicas, con un lenguaje contundente que en los llamados países occidentales se utiliza para deslegitimar al propio Correa, quien también tiene ante sí un reto sustancial: cómo lograr la sociedad que persigue con la activa presencia de quienes poseen intereses radicalmente distintos y cómo concretarla sin atentar contra los derechos ciudadanos más básicos.

Referencias bibliográficas

Almiron, Núria (2010): *Journalism in Crisis. Corporate Media and financialization*, Cresskill NJ: Hampton Press.

Berger, Peter y Luckmann, Thomas (1991): *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires: Amorrortu Editores.

Mancinas Chávez, Rosalba (2008): *El poder mediático en México*, Grehcco/Universidad de Sevilla.

Quirós, Fernando (1988), *Introducción a la Estructura Real de la Información*, Madrid: Eudema.

Reig, Ramón (2011), *Los dueños del periodismo. Claves de la estructura mediática mundial y de España*, Barcelona: Gedisa.

Reig, Ramón (2010), *La telaraña mediática. Cómo conocerla, cómo comprenderla*, Zamora: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Rodríguez Illana, Manuel (2013): *Análisis crítico, ideológico, cualitativo y cuantitativo del mensaje periodístico en torno a la figura de Evo Morales: las ediciones sevillanas de ABC, El Mundo y El País*. Tesis Doctoral, Universidad de Sevilla.

Sánchez-Bravo, Antonio (1992): *Manual de Estructura de la Información*, Madrid, Fundación Ramón Areces.

Textos audiovisuales analizados

<http://www.youtube.com/watch?v=V1bqbpjg18E>. Dictadura mediática, Wikileaks, Assange, Rafael Correa. Publicado el 02/09/201.

<http://www.youtube.com/watch?v=GpH5d6knx3Q&NR=1&feature=endscreen>. Entrevista con Ana Pastor, Correa y la estructura mediática. Ana Pastor habla de Rafael Correa en CNN. Publicado 15/11/2012.

<http://www.rtve.es/alacarta/videos/noticias-24-horas/entrevista-correa-tve-para-salir-crisis-no-hay-hacer-caso-fmi/1581482/>. Cumbre Latinoamericana de Cádiz. Correa habla de las relaciones Ecuador-España, de la situación internacional y analiza la estructura mediática. Consultado, 16/11/2012. Entrevista al presidente de Ecuador, Rafael Correa, en 24 horas de TVE: «¿Qué pasó con Anita Pastor?».

http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=zMQEvZ4itoo, 19/3/2012. A partir del minuto 25, sobre todo. Es la entrevista en la que Ana Pastor “reprende” a Rafael Correa por llamarla “Anita” y por hacerle preguntas.

<http://www.youtube.com/watch?v=qn6SbRspoWY> 2:06-2:58. 30:04-32:04 34:25-42:38 59:50-1:00:24. Correa, entrevista en Dossier de Walter Martínez (Telesur): 23/10/2012.

<http://www.youtube.com/watch?v=ukD4i6wOGgE> 3:40-5:34. 15:19-21:05. Correa, entrevista RT. Tras su victoria electoral. Publicado 18/2/2013.

<http://hispanTV.com/detail/2013/02/22/214476/correa-critica-doble-moral-occidente-respecto-iran> 1:00-1:50. Correa, entrevista Hispan TV.

NOTAS SOBRE LOS AUTORES

Ramón Reig

- Catedrático de Estructura de la Información de la Universidad de Sevilla (España). http://www.us.es/acerca/directorio/ppdi/personal_2372
- Director del Laboratorio de Estudios en Comunicación (Ladecom, <http://www.ladecom.es>).
- Director del Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación (<http://www.grupo.us.es/grehcco>).
- Miembro de ULEPICC-España.
- Colaborador del Observatorio de la Energía, Tecnología e Infraestructura para el Desarrollo (OETEC) de Argentina.
- Autor de casi una veintena de libros sobre comunicación y periodismo entre los que se encuentran: *El control de la comunicación de masas* (1995, Libertarias, Madrid); *Medios de comunicación y poder en España* (1998, Paidós, Barcelona); *El éxtasis cibernético* (2001, Libertarias, Madrid); *Dioses y diablos mediáticos* (2004, Urano, Barcelona); *El periodista en la telaraña* (2007, Anthropos, Barcelona); *La telaraña mediática* (2010, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Sevilla/Zamora); *Los dueños del periodismo* (junio de 2011, Gedisa, Barcelona); y; *Todo Mercado. Contra la simplicidad del pensamiento crítico* (diciembre de 2011, Anthropos/Siglo XXI, Barcelona). Para consultar todas sus publicaciones, ingresar al enlace que se presenta a continuación: https://investigacion.us.es/sisius/sis_showpub.php?idpers=1502
- Coordina el programa internacional de doctorado "Comunicación y Cultura en la Sociedad de la Información".
- Para mayor información sobre el CV del Profesor Ramón Reig, consultar el siguiente enlace: <http://personal.us.es/ramonreig/index.php?page=curriculum>

Correo electrónico de Ramón Reig: ramonreig@us.es

Manuel Rodríguez Illana

- Doctor en Periodismo por la Universidad de Sevilla.
- Licenciado en Psicología por la Universidad de Sevilla.
- Licenciado en Periodismo por la Universidad de Sevilla.
- Posee la titulación de Experto Universitario en Comunicación Institucional y Marketing Político así como el Diploma de Estudios Avanzados por la Hispalense.
- Colaborador del Observatorio de la Energía, Tecnología e Infraestructura para el Desarrollo (OETEC) de Argentina.
- Miembro del Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación (www.ladecom.es y www.grupo.us.es/grehcco) de la Universidad de Sevilla, España.
- También es profesor funcionario de enseñanza secundaria en la especialidad de Lengua Castellana y Literatura, actividad en la que ha adquirido y aplicado formación actualizada en el uso de la prensa y el audiovisual como recursos didácticos, posee amplia experiencia profesional directamente relacionada con el campo comunicacional: monitor del Programa de Divulgación Científica de Andalucía; Observador Internacional para el Consejo Nacional Electoral de la República Bolivariana de Venezuela; portavoz del Centro de Estudios Históricos de Andalucía; coordinador de suplementos culturales para la revista El Giraldirlo; asesor en mercadotecnia electoral para el FMLN de El Salvador; redactor y locutor en Onda Local de Andalucía, Televisión Española en Andalucía y el Ayuntamiento de Marchena (Sevilla); elaborador de contenidos para Educación Sin Fronteras; compositor de sintonías y música para spots en Standby Producciones y Radio Giralda. Además ha colaborado con artículos para las revistas Análisis y perspectivas y Ágora. Su línea investigadora se enmarca en el análisis ideológico del mensaje mediático de acuerdo con sus condicionantes estructurales.

Correo electrónico de Manuel Rodríguez Illana: mri1975@gmail.com



OETEC

Infraestructura para el desarrollo

<http://www.oetec.org>
oetecid@gmail.com