

Revista de la Comunicación **Sinergia**

Año 1 Número 2

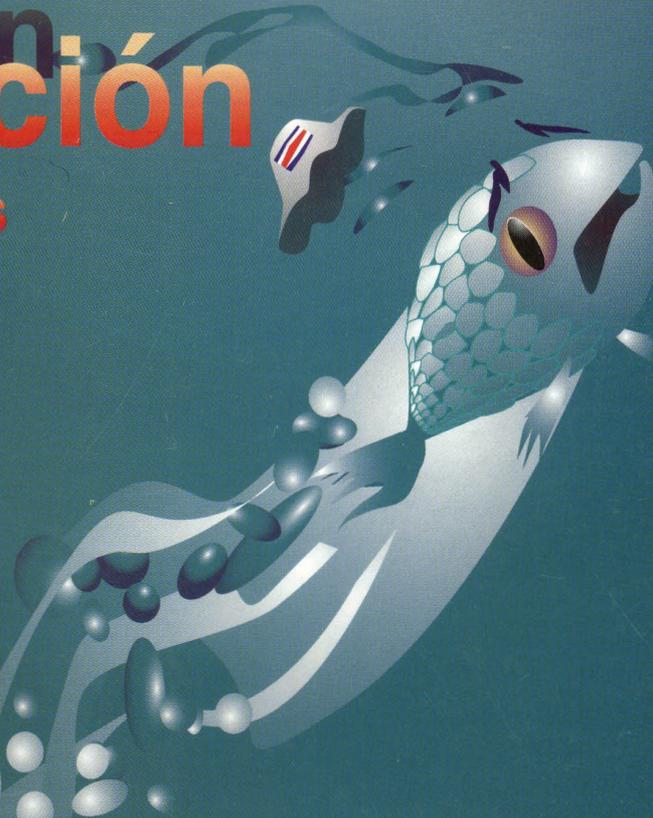
Noviembre- Diciembre 1995

Precio ₡ 450 00

Una publicación
bimestral
del Colegio
de Periodistas
de Costa Rica

depredación. **La globalización**

Reto para los comunicadores



Con:
**ECOS DEL PRIMER
Y SEGUNDO ENCUENTROS
DE LA COMUNICACION**

En la sección ANALISIS
• La prensa y el Banco Anglo
• Pseudoperiodismo
• La construcción del Temario
y otros

También:
• La profesión del reportero

DIRECTOR

M. A. Jimen G. Chan Soto

DISEÑO GRAFICO Y

PORTADA

Héctor Gamboa

IMPRESO POR
LA IMPRENTA NACIONAL**SINERGIA***Revista de la Comunicación*

Es una publicación bimestral del Colegio de Periodistas de Costa Rica, y se distribuye en todo el territorio nacional y en el extranjero, con un valor por ejemplar de ₡ 450,00 (\$ 2,50).

Toda correspondencia deberá dirigirse a **SINERGIA-Revista de la Comunicación**, Apartado Postal 5416-1000, San José, Costa Rica, Centroamérica.

Facsímil (506) 223-8669.

Registro en trámite. Conforme a la Ley de Derechos de Autor, queda prohibida la reproducción total o parcial de su contenido literario o gráfico sin previa autorización por escrito del Colegio de Periodistas.

Teléfonos:

(506) 221 51 19

(506) 233 58 50

(506) 221 54 43

En lugar de que la edición de Noviembre - Diciembre fuera contada como doble, esta edición se corrió para que la #3 correspondiera a Enero- Febrero

CONTENIDOAño 1 No.2
Noviembre-Diciembre 1995
Valor ₡ 450,00

Mensaje del Director

*El Proceso Sinérgico de SINERGIA
Revista de la Comunicación*

2

Dr. Luis Montoya Salas

ECOS DEL I^{ER} Y II^{DO} ENCUENTROS:

3

LAS ALIANZAS ESTRATÉGICAS DAN RESULTADOS

Dr. Javier Esteinou Madriz

*IMPLICACIONES DE LA GLOBALIZACION SOBRE LA
CULTURA*

4

Ilustra Héctor Gamboa

Licda. Maralisse Hood

*LA COMUNICACIÓN EN LA RESOLUCIÓN DE
CONFLICTOS*

13

Ilustra Ronald Porras

Dra. Elizabeth Fox

IDEAS GLOBALES, PUBLICOS LOCALES

19

Ilustra Ronald Porras

Dr. Antonio Sánchez-Bravo Cenjor

*GLOBALIZACION Y COMUNICACION.**Implicaciones Psicosociales y Socioculturales*

29

Ilustra Héctor Gamboa

*Diálogo "LOS DERECHOS DE LOS CIUDADANOS
FRENTE A LAS TAREAS DE LA INFORMACIÓN"*

41

Ilustran Alvaro Borrasé y Ronald Porras

Dr. Tomás Guerra Rivas

LA PROFESION DE REPORTERO

63

Ilustra Alvaro Borrasé

Licda. Jeannette Acón M., y Licda. Evelyn Ardón R.

¿PSEUDOPERIODISMO? ¡PRESENTE!

66

Ilustra Vicky Ramos

Licda. Rocío Ballesterero Alfaro, Licda. Kattia Bermúdez Mora,

Licda. Yulissa Guevara Angulo, Licda. Ivania Mora Rodríguez,

Licda. Yanory Obando Silva

*LA PRENSA Y EL BANCO ANGLO**El tratamiento periodístico de la información*

77

Ilustra Ronald Porras

Licda. Carolina Carazo Barrantes

*LA CONSTRUCCION DEL TEMARIO: UN NUEVO
PUNTO DE PARTIDA*

94

Segundo informe parcial

*COLEGIO DE PERIODISTAS**ANALIZA MEDIOS ESCRITOS*

103

IMPLICACIONES DE LA GLOBALIZACION SOBRE LA CULTURA



Dr. Luis Montoya Salas
Director de la Escuela
de Ciencias de la Comunicación
Colectiva, Universidad de Costa Rica

Ilustra Héctor Gamboa



Dr. Javier Esteinou Madriz (*)

Para participar y dirigir el conjunto social, ahorra con la introducción creciente de la lógica del mercado y las relaciones contractuales, presencia-mos que cuando el trabajador latinoamericano se acerca a los 40 ó 45 años de edad, y está en su fase más madura y experimentada de la vida, ya no es contratado por la mayoría de las empresas modernas, por considerarlo no competitivo.

EL CODIGO GENETICO EN LA SOLICITUD DE EMPLEO

Seguindo los principios de ahorrar gastos empresariales para hacer más competitivas las empresas, la lógica del mercado ya empieza a utilizar, en algunas de las principales empresas estadounidenses y de México, los avanzadísimos descubrimientos que ofrece la biogenética, a través de las huellas genéticas, para contratar solamente a aquellos trabajadores cuya información biológica demuestre que no tendrán futuras enfermedades costosas. Mediante el examen del código genético básico de cada aspirante laboral, los empresarios ya están en la capacidad de emplear dicha herramienta molecular para la rigurosa selección biológica del personal, al suprimir o evadir la contratación de trabajadores que, según esta técnica, muestren indicios de que van a sufrir padecimientos dentro de algunos años.

De esta manera se evitan gastos y atrasos en los procedimientos productivos y se incrementa la eficacia económica. Dentro de este marco del mercado, los seres humanos somos, cada vez más, vistos como simples medios de producción, desechables, sustituibles, de utilidad limitada, y que debemos generar el menor costo posible. Esta dinámica productiva comprueba que en los tiempos de la modernidad, el valor de lo humano, crecientemente, está determinado por el mercado y no por otros procesos sociales de valoración de la persona.

Esta dinámica productiva comprueba que en los tiempos de la modernidad, el valor de lo humano, crecientemente, está determinado por el mercado y no por otros procesos sociales de valoración de la persona.

(*)Dr. Javier Esteinou Madriz, profesor investigador del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México.

En el terreno ecológico también constatamos que por no convenir a sus intereses económicos y comerciales, Estados Unidos; siendo la nación que consume 25% de la energía total del mundo, fue el único país de la comunidad internacional que no firmó el acuerdo de defensa de la biodiversidad en la Cumbre de Río de Janeiro, celebrada en 1992.

Ante ello, se argumentó que no se aceptaba dicho tratado debido a que sus aplicaciones prácticas costarían mucho dinero a la economía estadounidense.

En términos educativos, esto representa que serán cada vez más las bases de la mercadotecnia las que gobernarán la orientación y la acción de las instituciones culturales en América Latina, y no las directrices del desarrollo social y espiritual de nues-

...serán cada vez más las bases de la mercadotecnia las que gobernarán la orientación y la acción de las instituciones culturales en América Latina, y no las directrices del desarrollo social y espiritual de nuestras comunidades.



tras comunidades.

LA CULTURA PARA QUIEN LA PAGA

Esto significa que, al ser progresivamente regidas, la comunicación y la cultura, por las leyes del mercado, especialmente impulsadas por la Iniciativa de las Américas, el proyecto de conciencia que tendería a producirse en América Latina a través de los medios de comunicación y otras infraestructuras culturales, será crecientemente una propuesta lucrativa que se regirá por los siguientes seis principales rectores:

1.- Con el fin de crear mayor eficiencia y competitividad, el Estado se retira crecientemente de la actividad cultural pública para delegar sus espacios al sector privado comercial. Con ello entramos en un proceso acelerado de desmantelamiento de los proyectos nacionales y accedemos al nuevo panorama de la privatización de la cultura y de los conocimientos, donde el Estado juega un papel de simple promotor de la iniciativa de los individuos y ya no de rector colectivo en dicho ámbito.

Así, por ejemplo, en el caso de México, presenciamos la venta de medios de comunicación estatales, la desaparición del Fondo de la Calidad Cinematográfica, el "adelgazamiento" del Instituto

Nacional de Bellas Artes, la privatización de museos, etc., bajo el argumento de crear una mayor eficacia cultural. Con la privatización de este ámbito, entramos en la fase del desarrollo mental muy peligrosa de nuestra sociedad, en la cual los conocimientos y la cultura ya no son patrimonio de la humanidad sino de quien paga.

Esta situación podría, a largo plazo, desintegrar nuestra infraestructura de extensión cultural, pues solamente podrán acceder a ésta quienes cuenten con recursos económicos para comprarla, pues el Estado ya no impulsará dichas actividades.

2.- Se buscará conseguir ganancia cada vez más a corto plazo a costa de lo que sea; mientras menor sea el tiempo de recuperación de la inversión realizada, más atractivo será el proyecto informativo.

Esto significa que las inversiones mayoritarias -que no se destinaron al terreno cultural y comunicativo- estarán definidas muy directamente por la rapidez de recuperación de la ganancia económica y no por los criterios más humanos, equilibrados, que anteriormente introdujo el Estado benefactor. Para entender la repercusión que podría ocasionar esta introducción de las leyes del mercado, es necesario tener presente, por ejemplo, que así como la aplicación de estos principios de la oferta y la demanda al área forestal, han producido la devastación de los bosques en Morelia, Michoacán, México, así la depredación material también se trasladará con idénticas características, al ámbito de la cultura.

...el proyecto de conciencia que tendería a producirse en América Latina, a través de los medios de comunicación y otras infraestructuras culturales, será crecientemente una propuesta lucrativa...

Con el fin de crear mayor eficiencia y competitividad, el Estado se retira crecientemente de la actividad cultural pública, para delegar sus espacios al sector privado comercial.

...mientras menor sea el tiempo de recuperación de la inversión realizada, más atractivo será el proyecto informativo.

... la demanda al área forestal ha producido la devastación de los bosques... esta misma actitud de depredación material se trasladará, con idénticas características, al ámbito de la cultura.

LA CULTURA DEBE PRODUCIR DINERO

3.- La ganancia será solicitada en términos monetarios y no de otro tipo, como puede ser el enriquecimiento social o la humanización de la población, o el desarrollo cerebral de las comunidades.

Para la realidad cultural informativa, esto significa que aquellas actividades que no produzcan ganancias peculiares, no serán apoyadas por las principales instituciones comunicativas de América Latina. De esta manera, la cultura y la comunicación son entendidas y practicadas como simples mercancías y no como procesos sociales de superación de la conciencia humana. Por consiguiente, los proyectos culturales de apoyo al desarrollo social quedarán crecientemente marginados o desaparecerán, y serán más impulsados los eminentemente lucrativos.

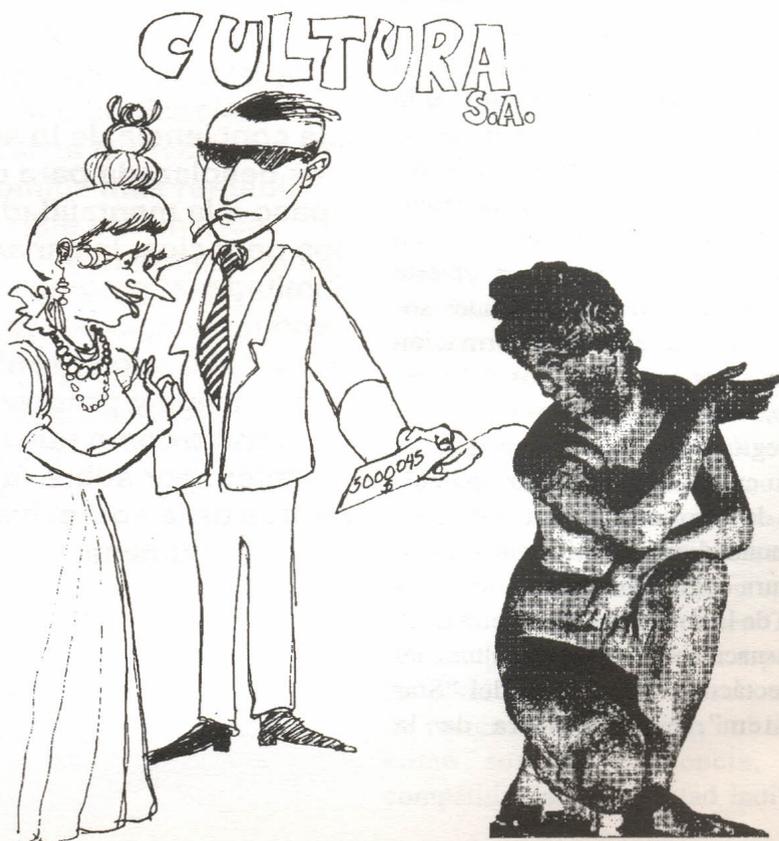
4.- Todas aquellas áreas culturales que hasta el momento no hayan sido retomadas por la dinámica del mercado, en la medida en que representen alta rentabilidad financiera, a mediano y largo plazo, vivirán fuertes presiones, para quedar absorbidas por dicho fenómeno, a través de procesos privatizadores, desregulizadores y comercializadores. Este es el caso de los museos, centros históricos, lugares de reuniones públicas, áreas urbanas, juegos populares e, incluso, parques y jardines, que con el pretexto de producir servicios de mayor calidad, se privatizan para convertirlos en negocios.

... la cultura y la comunicación son entendidas y practicadas como simple mercancía y no como procesos sociales de superación de la conciencia humana.

...la aplicación de los principios del mercado al campo de la cultura, obligará a producir, a través de las industrias culturales, las ideologías parasitarias más rentables. Con ello se sacrificarán los valores más importantes que nos constituyen como comunidades, memorias y naciones...

EL MERCADO NO TIENE ETICA NI CORAZON

5.- Así como en el terreno productivo, para conservar el precio de las mercancías, la ley de la oferta y la demanda del mercado obliga permanentemente a desperdiciar miles de productos en una América Latina plagada de carencias vitales, de igual forma la aplicación de los principios del mercado al campo de la cultura, obligará a producir, a través de las industrias culturales, las ideologías parasitarias más rentables. Con ello se sacrificarán los valores más importantes que nos constituyen como comunidades, memorias y naciones. En la medida en que no sean altamente lucrativas en términos monetarios y de corto plazo, o porque se opongan al crecimiento del mercado. Una sociedad regida exclusivamente y mayoritariamente por los principios de la oferta y la demanda -la mano invisible del mercado- liqui-



dará naturalmente a todas aquellas formas culturales que son ineficientes, para respaldar e impulsar el proceso acelerado de superacumulación y sobreconsumo social, y fomentará a las que sí permiten esta expansión material.

Hay que recordar que el mercado, por sí mismo, no tiene ética ni corazón, ni se preocupa por lo humano y lo social; su objetivo es la rápida acumulación de riqueza a expensas de lo que sea. Por consiguiente, es una ley que en la medida en que funcione autónomamente, sin sólidos contrapesos planificadores, puede introducir en las comunidades latinoamericanas una relación social de convivencia, cultura y comunicación salvaje.

EL MALTHUSIANISMO CULTURAL

Mientras en Latinoamérica existe una urgente necesidad de construir una cultura ecológica, una cultura del agua, una cultura de la civilidad urbana, una cultura de la racionalización de los recursos no renovables, una cultura de la tolerancia humana, una cultura de la defensa de las especies animales, etc., para sobrevivir como sociedades, en este mismo contexto de prioridades sociales, los canales de información regidos por los principios del mercado, tenderán a construir en nuestra región una atmósfera de desperdicio cultural, al construir una cultura de la frivolidad, una cultura de la mundialización informativa, una cultura del hiperconsumo, una cultura de la novedad, una cultura de la transnacionalización, una cultura del espectáculo, una cultura del "Star System", una cultura de la

...para sobrevivir como sociedades, en este mismo contexto de prioridades sociales, los canales de información regidos por los principios del mercado, tenderán a construir en nuestra región una atmósfera de desperdicio cultural, al construir una cultura de la frivolidad, una cultura de la mundialización informativa, una cultura del hiperconsumo, una cultura de la novedad, una cultura de la transnacionalización, una cultura del espectáculo, una cultura del "Star System", una cultura de la fetichización de las mercancías, etc...

...la conciencia de lo social es desplazada para dar paso a la mentalidad de los negocios, la ganancia ilimitada, al pragmatismo económico, la posesión material como el sentido de la vida y progreso técnico como nueva religión, por sobre otros valores de la sobrevivencia humana.

fetichización de las mercancías. Aunque son altamente rentables nos llevan a despilfarrar la enorme energía humana que existe en el continente, para enfrentar nuestros grandes problemas de crecimiento y de sobrevivencia humana. En este sentido, con el reinado de los principios del mercado, en el campo cultural, presenciaremos cada vez más la existencia de un malthusianismo cultural, donde la conciencia de lo social es desplazada para dar paso a la mentalidad de los negocios, la ganancia ilimitada, al pragmatismo económico, la posesión material como el sentido de la vida y progreso técnico como nueva religión, por sobre otros valores de la sobrevivencia humana.

6.- Este proceso neoliberal de mercantilización extrema de la cultura, funcionará en América Latina bajo la tendencia de producir, exclusivamente, una conciencia de educación y tradición que sea funcional, para incrementar el proyecto de acumulación, especialmente a escala megatransnacional y marginará la construcción de las políticas culturales orgánicas que urgentemente requiere nuestro proyecto regional de desarrollo natural.

De esta manera, podemos decir que al acercarse el final del siglo XX, el proyecto modernizador que se introduce en América Latina formará intensivamente una nueva cultura de chatarra, de la expansión del capital y una reducción de la cultura de la vida y de la humanización, que tanto requiere la sobrevivencia regional del planeta. Frente a todo ello, ¿qué podría hacerse ?

¿Y QUE HACER FRENTE A ESTE DRAMATICO ESCENARIO?

Yo creo en el máximo límite de evolución donde nos encontramos como civilizaciones latinoamericanas; y frente a la realidad de establecer la propuesta de la Iniciativa de las Américas en nuestra región, debemos considerar que una enorme cantidad de actividades estratégicas para el desarrollo de nuestros estados latinoamericanos no pueden dejarse en manos del sector mercantil, a riesgo de que éstas desaparezcan, como es el caso de la medicina preventiva, la generación de transporte urbano público y la creación de una ciencia básica, así tampoco se le puede dejar la construcción de una cultura social para la sobrevivencia de nuestros países. Aunque paradójicamente, a largo plazo, la planificación cultural es la inversión económica más rentable que existe en América Latina, a corto plazo no es lucrativa dentro de los criterios de ganancia pecuniaria y de corto plazo que establece la actual concepción neoliberal de la vida.

UNA CULTURA DE LA VIDA

Por ejemplo, en el campo de la física, el descubrimiento del boscón de Jiguins o el invento del acelerador de partículas más costoso del mundo, no pudieron desarrollarse sin la aportación multimillonaria de los estados de la Comunidad Económica Europea y del estado americano. De igual forma, la construcción de una cultura ecológica, de una cultura de conservación de las especies que componen la conservación de las cadenas, para la reproducción de la vida; de una cultura de la defensa de los ancianos, de una cultura del cui-

...es necesario que los estados latinoamericanos produzcan las condiciones de otro equilibrio cultural, a través de la elaboración de una nueva política social en el terreno comunicativo, que actualmente no existe, y se requiere urgentemente producir para poder coexistir.

... aunque paradójicamente, a largo plazo, la planificación cultural es la inversión económica más rentable que existe en América Latina, a corto plazo no es lucrativa dentro de los criterios de ganancia pecuniaria y de corto plazo que establece la actual concepción neoliberal de la vida.

dado del Planeta Tierra, de una cultura de la convivencia civil, etc. En tanto que los niveles de "cerebralidad" requeridos son mínimos para construir y sobrevivir en América Latina, tendrán que ser creados por el Estado y la sociedad civil, ya que para el sector privado-mercantil no es rentable efectuarlas.

Ante este panorama de creciente desigualdad comunicativa y espiritual que se establece en nuestra región con la acción de las leyes del mercado, creemos que es necesario que los estados latinoamericanos produzcan las condiciones de otro equilibrio cultural, a través de la elaboración de una nueva política social en el terreno comunicativo, que actualmente no existe, y se requiere urgentemente producir, para poder coexistir.

ESTO, O EL PRECIPICIO MENTAL

Para ello hay que considerar que, por ejemplo, así como en México, en el campo económico, el Estado reprivatizó la banca estatal, paralelamente impulsó la banca de desarrollo para apoyar a los sectores más desfavorecidos; o así como vendió empresas públicas para destinar fondos a los proyectos de equilibrio social, ahora es necesario que permita crecientemente el juego de los principios del mercado en el ámbito cultural, y se apoye en lo dinámico de la comunicación social, que surge de las necesidades de expresión y participación ideológica más apremiante de los grupos mayoritarios de nuestros países. Con ello, se podrían rescatar los aspectos positivos que ofrece la economía de mercado en el campo cultural como son: la eficiencia, la competitividad, la libertad indivi-

dual, la apertura de mercados, el aporte de nuevos financiamientos, etc. Al mismo tiempo, se aplicarían los contrapesos culturales de liberación mental necesarios para sobrevivir, que no están incluidos dentro del frío cálculo económico del neoliberalismo latinoamericano.

Frente a esto, es imprescindible considerar que la práctica del libre juego de las fuerzas culturales, por sí mismo, no generará automáticamente un proceso de comunicación superior en América Latina, sino que para lograrlo, se requerirá la presencia y la acción de procesos sociales planificadores, con alto nivel de participación de las sociedades civiles latinoamericanas. Contrapesos planificadores que no sean burocráticos, estatistas, paternalistas o populistas, pero que sí vinculen los principales requerimientos del desarrollo social latinoamericano, con la dinámica de la producción cultural.

De no hacernos estos cuestionamientos y otros más, encontraremos, que en plena fase de modernización latinoamericana, se modificarán las estructuras económicas, políticas, jurídicas, tecnológicas, etc., de nuestras sociedades, sin haber alcanzado una verdadera transformación de las estructuras mentales profundas que, en última instancia, son las que sostienen y le dan vida a nuestra región.

Bajo estas circunstancias, las sociedades latinoamericanas estarían avanzando con los ojos vendados por un precipicio mental muy peligroso, y dentro de algunos años veremos y sufriremos las consecuencias devastadoras que habrá dejado, sobre nuestras conciencias y comportamientos colectivos, la presencia de la lógica del mercado en el terreno cultural y espiritual de nuestro continente.

QUE LAS CULTURAS SE DEFIENDAN SOLAS

Lamentablemente, y sin afán de parecer pesimista, la verdad es que está sucediendo todo lo contrario. Por ejemplo, dentro de los acuerdos del Tratado se llegó a mencionar, con mucha insistencia, la conveniencia de proteger aquellas áreas referidas a la propiedad intelectual, a la transferencia de tecnología, los flujos de capital, las reglas de origen, etc., entre los tres países. Pero con respecto a la cultura se argumentó que no era necesario protegerla debido, esencialmente, en el caso de México, a que es un país que cuenta con una cultura milenaria, desde orígenes prehispánicos y por lo tanto, por sí misma se podía defender.

Creo que es muy importante meditar por qué no hemos tenido la sensibilidad mínima para incluir con suficiente visión en estos acuerdos, el papel de los medios de comunicación. Más bien, han quedado de manera colateral, fuera de esta situación, aunque igualmente, van a ser afectados. Y creo, también, que un fenómeno similar es lo que se está produciendo en América Latina. Los acuerdos que se han firmado contrastan con lo que es, por ejemplo, la presencia europea y sus preocupaciones, ahora frente al GATT, encabezados por Francia, a quien sí le preocupa mucho su cultura frente a la liberalización contemplada en los acuerdos del GATT, en el ámbito de la comunicación y la información. ¿Por qué? Por el efecto que han sentido, especialmente con la expansión de la cultura estadounidense en Europa.

...se requiere una reflexión muy cuidadosa sobre las implicaciones de la cultura y su conservación, que no es solamente el folclor o las tradiciones curiosas, sino aquellas cosmovisiones que nos pueden permitir mantener la armonía con nuestras formas de vida y sobrevivir.

En ese sentido, se requiere una reflexión muy cuidadosa sobre

las implicaciones de la cultura y su conservación, que no es solamente el folclor o las tradiciones curiosas, sino aquellas cosmovisiones que nos pueden permitir mantener la armonía con nuestras formas de vida y sobrevivir.

PREGUNTA DEL AUDITORIO

La dinámica de libre mercado, de eficiencia, de rentabilidad, es sin duda un hecho innegable, es una realidad presente. **¿Cómo percibe la posibilidad de que surjan dinámicas diferentes, que nos permitan rescatar esa dimensión de la cultura desde otros puntos de vista, dirigidos a la realización del ser humano latinoamericano ?**

LAS CONTRADICCIONES NOS OFRECEN LA RESPUESTA

Yo creo que son las propias contradicciones que genera este sistema las que nos dan las salidas. Voy a ilustrar con un ejemplo de mi país, México, Porque es lo que mejor conozco.

En 1992 le pedimos a Japón \$2000 billones de dólares, y al Banco Mundial \$400 millones de dólares, en 1993, para invertirlos en proyectos de limpieza de ríos y defensa de la atmósfera. Si se construyera, hoy día, en los medios de comunicación, una cultura de defensa de la ecología, nos ahorraríamos enormes cifras que, por otro lado, nuestros propios aparatos de gobierno deben invertir.

Un aspecto muy importante que deberíamos considerar, también, en el marco de la relación cultura-desarrollo, es la pregunta: ¿de dónde

surge la enorme cantidad de problemas a los cuales nos encaramos? Encuentro dos causas que los originan: por una parte estarían todas aquellas agresiones que la naturaleza nos presenta como el desbordamiento de los ríos, las erupciones de los volcanes, los terremotos, etc.; pero además, vemos que, en el fondo, estos problemas surgen de la mente del ser humano. Entonces lo que se requiere transformar es la estructura de la conciencia, para que estos fenómenos no se produzcan y ante ello, tengamos una infraestructura muy amplia de sistemas nerviosos, tecnológicos, que serían los medios de comunicación.

Hemos visto, por ejemplo, nuevamente en el caso de México, cómo la modificación de la mentalidad que se tenía del modelo de familia en la década de los años 70, de siete miembros: dos padres y cinco hijos, ha derivado en el modelo de familia basado en cuatro miembros: dos padres y dos hijos. Este cambio estuvo apoyado por órganos de salud. Esto explica por qué la sociedad mexicana ahora tiene doce millones de personas menos. Y el Estado se ahorró cifras astronómicas en vivienda, salud, educación, empleo, transporte, etc., que son cifras superiores a todas las ganancias bancarias acumuladas. Como este, hay muchos ejemplos más, de que la transformación mental genera mayor ganancia a mediano y a largo plazo en nuestras sociedades, que las otras inversiones financieras.

LOS BEBES NACEN CON PLOMO EN LA SANGRE

Por otro lado, situaciones como la crisis ecológica requieren este tipo de nuevos proyectos culturales. Se puede tener mucha tecnología, se pueden tener muchas redes

Si se construyera, hoy día, en los medios de comunicación, una cultura de defensa de la ecología, nos ahorraríamos enormes cifras, que ahora nuestros propios aparatos de gobierno deben invertir.

de computación, nuevos satélites, pero si, simplemente, no hay oxígeno para respirar, no hay vida que los pueda usar. Este es el caso en las principales ciudades del país, donde tenemos ambientes tan deteriorados que no se puede hacer ejercicio, por la alta contaminación, y los bebés ya están naciendo con más de 9 microgramos de plomo en la sangre. Estos fenómenos reducen la vida, que no lo compensa ningún desarrollo tecnológico.

Durante épocas anteriores, la responsabilidad de las políticas culturales y políticas de comunicación

descansaron en los estados y eso, en América Latina al menos, fracasó.

¿Hay actores sociales con capacidad suficiente para impulsar las políticas de comunicación que transformen o al menos modifiquen la conciencia?

Creo que la respuesta está en los grupos más organizados frente a los grandes problemas y su participación, vía medios de comunicación; es decir, la sociedad civil, que en algunos momentos se organiza y en otros momentos desaparece, y que se debilita en algunos períodos y en otros resurge.

No obstante, en este proceso, los estados de América Latina siguen siendo instancias rectoras y son ellos los que en última instancia tienen que enfrentar las contradicciones para gobernar. Entonces, la cultura es un elemento muy importante en estas contracciones conducidas, en un cierto porcentaje, por el Estado. Pero ante la incompetencia del Estado, ahora le toca el relevo a la sociedad civil, que se encuentra en una fase aún endeble y requiere el apoyo del Estado.

