

SOCIOCIBERNÉTICA CRÍTICA: UN MÉTODO GEOPOLÍTICO
PARA EL ESTUDIO ESTRATÉGICO DEL SISTEMA
DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN NO PRESENCIAL
EN AMÉRICA DEL NORTE

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
CENTRO DE INVESTIGACIONES SOBRE AMÉRICA DEL NORTE

UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DEL TRABAJO

SOCIOCIBERNÉTICA CRÍTICA: UN MÉTODO GEOPOLÍTICO PARA EL ESTUDIO ESTRATÉGICO DEL SISTEMA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN NO PRESENCIAL EN AMÉRICA DEL NORTE

Juan Carlos Barrón Pastor



Prensas de la Universidad
Universidad Zaragoza

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
Centro de Investigaciones sobre América del Norte

UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA
Prensas de la Universidad de Zaragoza
México, 2018

Primera edición, diciembre del 2018

D.R. © 2018 UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
Ciudad Universitaria, deleg. Coyoacán,
C. P. 04510, Ciudad de México

CENTRO DE INVESTIGACIONES SOBRE AMÉRICA DEL NORTE
Torre II de Humanidades, pisos 1, 7, 9 y 10
Ciudad Universitaria, 04510, Ciudad de México
Tels.: (55) 5623 0000 al 09
<http://www.cisan.unam.mx>
cisan@unam.mx

ISBN 978-607-30-1174-7

D.R. © 2018 UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA

PRENSAS DE LA UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA
Edificio de Ciencias Geológicas
c/Pedro Cerbuna, 12
50009 Zaragoza, España
Tel.: 976 761 330
puz@unizar.es
<http://puz.unizar.es>

ISBN 978-84-17633-37-0

Diseño de la portada: Patricia Pérez Ramírez

Prohibida la reproducción parcial o total, por cualquier medio conocido o por conocerse, sin el consentimiento por escrito de los legítimos titulares de los derechos.

Impreso en México / Printed in Mexico

ÍNDICE

PRÓLOGO. MÁS SOCIOCIBERNÉTICA.....	7
<i>Chaime Marcuello Servós</i>	
INTRODUCCIÓN.....	15
HACIA UNA SOCIOCIBERNÉTICA CRÍTICA	27
Introducción.....	27
El paradigma constructivista	28
La teoría de sistemas	31
Algunas aclaraciones sobre las perspectivas de complejidad	34
Acerca de la sociocibernética.....	36
Hacia una sociocibernética crítica	37
Métodos geopolíticos.....	39
Violencia sistémica	41
Conclusión.....	43
EL ENTORNO DEL SISTEMA MEDIÁTICO NO PRESENCIAL	45
Introducción.....	45
Acoplamiento estructural del sistema mediático con otros sistemas	46
Acoplamiento y reforma estructural en México: la energía eléctrica	49
Acoplamiento y reforma estructural en México: telecomunicaciones.....	53
Elementos del sistema de medios masivos de comunicación	55
¿Qué es un dispositivo?	57
Apropiación de dispositivos en Estados Unidos.....	59
Conclusión.....	62

LOS CAMPOS PROGRAMÁTICOS.....	63
Introducción.....	63
Lo que acontece	66
Lo que entretiene	72
Lo que vende.....	75
Lo que conecta	86
Conclusión.....	99
EL PODER MEDIÁTICO EN LA INVENCIÓN DE AMÉRICA DEL NORTE.....	101
Introducción.....	101
La invención de Norteamérica.....	104
¿Globalización o desglobalización?.....	107
El poder de los medios como factor clave para la agenda regional.....	113
Los campos programáticos y la recreación mediática de América del Norte.....	117
CONCLUSIONES	121
BIBLIOGRAFÍA.....	125

PRÓLOGO

MÁS SOCIOCIBERNÉTICA

Chaime Marcuello Servós*

*Si alguien con gran autoridad, como Heinz von Foerster,
les dice algo, duden, exijan mayor argumentación
o establezcan un diálogo*

HEINZ VON FOERSTER (2002: 79)

Palabras

Si algo tiene la vida, tal como la conocemos, es una curiosa combinación de desordenado orden o de ordenado desorden, según se acentúe una perspectiva o su contraria. En la primera, la sucesión de los días y las noches hace pensar que estamos inmersos en una rutina permanente. El cambio se instala en nuestra percepción de la vida, dentro de un orden. Es una visión que encaja con paradigmas explicativos como aquel del “eterno retorno” o, en cierta manera, con creencias como la del karma. En la segunda perspectiva, la incertidumbre supera a las rutinas. Percibimos el cambio como resultado de casualidades y causalidades inconexas a las que, o bien buscamos explicación *a posteriori* o bien aceptamos narraciones mitológicas como el *Timeo* platónico donde el demiurgo pone orden en el caos. En cualquier caso, tanto el orden como el desorden están mediados por el lenguaje con el que construimos nuestra interpretación de la realidad.

Las cosas son como son, los problemas comienzan cuando queremos explicar el mundo en el que vivimos. Para ello, contamos con los recursos que nos permite la lengua con la que nos hemos humanizado y, por tanto, socializado. El lenguaje es la puerta al conocimiento y a la posibilidad de explicar(nos) lo que vivimos con más o menos dosis de subjetividad/objetividad.

* Profesor-investigador de la Universidad de Zaragoza, España, Departamento de Estudios Sociales.

Así, paradójicamente, estamos presos y somos libres de esas palabras con las que modelamos el mundo que nos rodea y le damos sentido. El Logos, las palabras están antes que uno mismo, estaban ahí al llegar al mundo, y nos sobrevivirán, porque tienen su lógica intrínseca que permite crear una clausura operacional conectada con algo más allá de la propia lengua; similar a lo que sucede con los números, como subconjunto de las palabras.

El lenguaje tiene bases fisiológicas y biológicas, pero sobre todo es un reservorio donde se acumulan historias, culturas y patrones psicológicos con los que, de manera recursiva, modelamos nuestro mundo y nuestro ser en el mundo. El orden o el desorden lo construimos en tanto observadores que interpretan lo que perciben, viven con otros y trazan el sentido de eso que viven con los recursos disponibles. Así, los sistemas sociales se vertebran de suyo, pero siempre se explican mediante un lenguaje que es un sistema articulado a partir de tres ejes: gramática (forma), significado (contenido) y cultura (contexto) (Wong, 2010). Esta triple articulación del lenguaje nos muestra que éste es fundamentalmente una herramienta humana con la que trazamos lo que somos. Aparentemente, sólo la distancia nos permite tener perspectiva tanto en el tiempo como en el espacio. La distancia entre acontecimientos permite relatar las diferencias entre lo que fue, lo que es y lo que será. Pero para expresar esta secuencia se requiere de la estructura lingüística apropiada. Quienes contamos con la posibilidad de expresar el pasado y el futuro, aunque en sentido estricto sólo vivamos aquí y ahora, podemos formular esa diferencia si y sólo si nuestro lenguaje conjuga verbos en pasado y futuro. Sólo entonces podremos pensar sobre lo que hemos sido y lo que podremos ser. Ahora bien, si no disponemos de estos tiempos verbales es imposible expresar los recuerdos e incluso construir futuros o narrar mitos, como en el caso de los Pirahã, tal como lo explica Daniel L. Everett (2009: 429).

Aceptando que no hay una gramática universal (Everett, 2009), sin embargo, sí que es universal la necesidad de comunicar(se), sea con el medio, con los demás o con uno mismo. Cada contexto cultural delimita lo posible y lo imposible, dibujando un mundo de contenidos con los que se ordena la vida cotidiana, entrando en dinámicas de innovación y sedimentación, donde lo instituido entra en procesos más o menos controvertidos con aquello que está en fase instituyente: orden-desorden, en función de quien interprete.

Cuando se publica un nuevo libro se participa en estas dinámicas. Un libro es el resultado de un proceso de decantación. Sea por placer, por encargo,

por carrera, por negocio, por terapia... alguien redacta su contenido. Como en todo texto hay una mano que ha puesto, negro sobre blanco, un conjunto de frases, pero ese resultado supera a su autor, que irremediablemente lanza las palabras a la búsqueda de alguien que las lea. De hecho, escribir, leer y pensar son parte de un mismo acontecimiento, equivalente a la acción social donde lo cotidiano se interpreta en función de los significados y códigos socialmente disponibles. Con las palabras se hacen cosas y también se abren mundos de emociones, de percepción y de conocimiento. Toda palabra es precisa, pero necesita de la reflexión que fija con nitidez lo que se piensa y lo que se quiere decir. La palabra precisa no depende sólo de quien la escribe o dice, sino que negocia su significado con quien lee o escucha. Es un ir y venir donde la interacción social, siempre situada en un contexto material e intangible, condiciona las respuestas y metas, además de trazar rumbos y situar los puntos cardinales. Las palabras pueden sanar heridas, partir almas, acariciar emociones, vender proyectos, seducir a las masas, soñar futuros... Las palabras pueden, pero sobre todo descubren.

Poder, control, violencia

Éste es un libro para descubrir un territorio apenas explorado. Su autor, Juan Carlos Barrón Pastor, ha escrito una obra que asume varios retos. El primero es utilizar un conjunto de términos especializados, en algunos aspectos casi esotéricos, para explicar asuntos tan necesarios como el poder de los medios de comunicación no presencial y su uso estratégico en el ámbito geopolítico. El segundo es continuar con la senda de la sociocibernetica aportando la perspectiva crítica, reinterpretada desde la experiencia poliédrica de un “chilango” formado en distintas lides, selvas y paralelos. El tercero es proponer un marco donde seguir construyendo herramientas adecuadas a la interpretación del presente, adaptando conceptos y teorías que permitan dotar de respuestas aplicadas críticamente a la gestión de los espacios de posibilidad en la política internacional... prestando especial atención a su vecino de América del Norte. Además, también facilita claves interpretativas con las cuales abordar, primero, la violencia como sistema complejo; segundo, el poder como fenómeno socialmente ineludible y, tercero, el control de la complejidad como tarea artesana, a la vez que científicamente fundamentada.

Desde el principio, en el título y con la portada, el autor, *Juancho*, ha optado por la sociocibernética. Pero, ¿qué es eso?, ¿qué significa? Quien se sumerja en los adentros de esta obra podrá leer que existe una “tradición” asentada desde hace cuatro décadas, la cual aporta una manera de entender las ciencias sociales. Por eso, más que una disciplina o un campo especializado del saber, es un paradigma (Hornung, 2006) compartido por una comunidad científica que da continuidad a lo que también se denominó “cibernética de segundo orden”. La cibernética sin más o cibernética de primer orden llegó de la mano de Norbert Wiener (1948). Fue él quien acuñó el término en su libro *Cybernetics: Or Control and Communication in the Animal and the Machine*, donde también jugó un papel muy destacado su amigo Arturo Rosenblueth Stearns (1900-1970), mexicano y chilango como Juancho Barrón. La historia de aquellos comienzos se puede leer en diversos trabajos, entre otros los de Bernard Scott (2006), Bernd Hornung (2006) o Stuart Umpleby (2018). El paso siguiente vino de la mano de Heinz von Foerster ([1971]; 1991; 2003), quien propuso dar un paso más con la cibernética de la cibernética, o de segundo orden. Usando sus propias palabras: “La cibernética de los sistemas observados como una cibernética de primer orden; mientras que la cibernética de segundo orden es la cibernética de los sistemas observantes” (Von Foerster, 1991: 92). A partir de ahí se preparaba el terreno para esta extraña palabra: sociocibernética, un vocablo desconocido para el público general, un neologismo inventado a comienzos del año 1978 por parte de Felix Geyer y su editor Hans van der Sluijs (Marcuello, 2006: 7). En esto imitaban la invención de la noción de “sociología”, habitualmente atribuida a Comte, pero que adelantó Emmanuel-Joseph Sieyès medio siglo antes, en 1780 (Guilhaumou, 2006), en el proceso de reflexión sobre el orden social, la sociedad, el espíritu social, la sociabilidad, etc. Salvando las distancias, con ambos términos se trataba de asignar una palabra para ordenar un conjunto de asuntos que merecían ser identificados de suyo en tiempos convulsos. Inventar una palabra es una manera de nombrar el mundo y de ordenar una parte del mismo. La sociocibernética era y es aplicar los principios y bases de la cibernética a lo social.

Sin embargo, no fue sino hasta 1998 cuando se institucionalizó con el nombre de Comité de Investigación 51 (RC51, por sus siglas en inglés) de la Asociación Internacional de Sociología, consiguiendo un estatus de reconocimiento académico asentado. En el XIV Congreso Mundial de Sociología “Social

Knowledge: Heritage, Challenges, Perspectives”, celebrado en Montreal, Canadá, en julio de 1998, Felix Geyer y Richard E. Lee, junto con Bernd Hornung, entre otros, consiguieron delimitar un espacio singular a la vez que lograron el reconocimiento externo de la comunidad científica.

Años después, al pensar sobre el futuro de la democracia, el propio Felix Geyer escribió:

En sentido estricto, se puede usar el término “sociocibernética” siempre y cuando se aplique la cibernética a dos o más personas, aunque uno tenga en mente agregados mayores. Sin embargo, ciertamente la sociocibernética se puede aplicar en el nivel micro de las interacciones interpersonales (como en la terapia familiar), en el nivel meso de las distintas clases de grupos pequeños y de investigación institucional (por ejemplo, problemas de organizaciones en la industria, problemas de integración de minorías), y en el nivel macro de las grandes unidades sociales y sus interacciones (por ejemplo, países, o incluso partes del mundo como Norte *vs.* Sur, que últimamente se apuntan en el campo de la teoría de sistemas mundiales (Geyer, 2006: 24).

En cierta manera, la sociocibernética se debe explicar recordando que en este mundo de casualidades, de orden y desorden, interpretado en función de los códigos socialmente disponibles, hay cosas que no sólo pasan por azar. De hecho, no todo es casual. Existen cadenas de cosas con sus causas y construimos nuestra vida cotidiana interpretando lo que vivimos. Por eso, queda un margen para la acción, para el *kybernetes*. En ese intersticio es posible trazar un rumbo; podemos fijar un norte. Y si el norte existe, necesitamos una brújula para señalar dónde está, interpretar el mapa recorriendo el territorio. La función aplicada y estratégica de una *sociocibernética crítica* se hace más que relevante en los tiempos actuales. La digitalización de los procesos sociales nos obliga a pensar más y mejor sobre cómo operan las formas de control de los sistemas sociales donde las tecnologías de la información y la comunicación permiten crear estos medios de comunicación no presencial que analiza Juancho Barrón desde una perspectiva geopolítica.

Para seguir leyendo

Esta obra significa un nuevo paso de la sociocibernética contemporánea. Abre un espacio dónde explorar y aplicar los principios básicos de este para-

digma y permite afrontar asuntos complejos como la geopolítica. A ello el autor suma la perspectiva crítica, la cual complementa una de la caras del poliedro de la sociocibernética, desde sus inicios y en construcción permanente. El paso del tiempo ha sedimentado buena parte del trabajo de aquellas primeras generaciones. Son cuatro décadas desde la primera aproximación de Geyer y siete desde Wiener. Estamos ante un cambio generacional, donde el reto que se dibuja en el horizonte es cómo seguir en esta tarea reflexiva orientada a la praxis sin renunciar a la teoría.

El trabajo de los investigadores mexicanos ha sido clave desde los primeros pasos de Rosenblueth. En estas líneas, antes de terminar, es importante recordar el papel que han jugado desde el año 2001 personas como José A. Amozurrutia, Jorge González, Margarita Maass, Patricia Almaguer, entre otros, que desde el LabCOMPLEX de la Universidad Nacional Autónoma de México han contribuido fehacientemente al desarrollo de la sociocibernética. Los intercambios intelectuales y académicos han estado acompañados de vínculos personales donde se ha tejido una red de investigación y amistad, en la que la sociocibernética heredada de la mano de Felix Geyer, Hornung, Paetau, Scott, etc., ha permitido llegar a lo que hoy es.

Todavía recuerdo las sesiones del XVII Congreso Mundial de Sociología, el año 2010 en Goteborg (Suecia), donde un investigador posdoctoral se acercaba a conocer el heterodoxo mundo de los sociocibernéticos. Su amiga, Patricia Almaguer, le había sugerido el RC51. La representación mexicana fue la más numerosa y proactiva. Y algo debió encontrar Juancho, cuando se quedó. Esperemos que siga y quienes se acerquen a este libro disfruten, descubran y divulguen lo que aquí se cuenta

Zaragoza, 23 de abril de 2018

Fuentes

EVERETT, DANIEL L.

- 2009 “Cultural Constraints on Grammar and Cognition in Pirahã: Another Look at the Design Features of Human Language”, *Current Anthropology* 46, no. 4, 621-646, en < <https://www1.icsi.berkeley.edu/~kay/Everett.CA.Piraha.pdf>>.

FOERSTER, HEINZ VON

- 2003 *Understanding Understanding. Essays on Cybernetics and Cognition*. Nueva York: Springer-Verlag.
- 2002 *Sistémica elemental desde un punto de vista superior*. Medellín: Fondo Editorial Escuela de Administración y Finanzas-Instituto Tecnológico (EAFIT).
- 1991 “Las semillas de la cibernética”, en *Obras escogidas*. Barcelona: Gedisa.

GEYER, FELIX

- 2006 “Reflexiones sobre el futuro de la sociocibernética”, en Chaime Marcuello Servós, comp., *Sociocibernética. Lineamientos de un paradigma*. Zaragoza: Institución Fernando El Católico, colección “Estudios de Ciencias Sociales”, 23-40.
- 1995 “The Challenge of Sociocybernetics”, *Kybernetes* 24, no. 4: 6-32.

GUILHAUMOU, JACQUES

- 2006 “Sieyès et le non-dit de la sociologie: du mot à la chose”, *Revue d'histoire des sciences humaines*, Publications de la Sorbonne: 117-134, en <halshs-00154335> y <<https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00154335>>.

HORNUNG, BERND

- 2006 “El paradigma sociocibernético. Conceptos para la investigación en sistemas sociales complejos”, en Chaime Marcuello Servós, comp., *Sociocibernética. Lineamientos de un paradigma*. Zaragoza: Institución Fernando El Católico, colección “Estudios de Ciencias Sociales”, 41-80.

MARCUELLO SERVÓS, CHAIME, comp.

2006 *Sociocibernética. Lineamientos de un paradigma*, colección “Estudios de Ciencias Sociales”. Zaragoza: Institución Fernando El Católico.

SCOTT, BERNARD

2006 “Cibernética de segundo orden: una introducción histórica”, en Chaime Marcuello Servós, comp., *Sociocibernética. Lineamientos de un paradigma*. Zaragoza: Institución Fernando El Católico, colección “Estudios de Ciencias Sociales”, 125-146.

UMPLEBY, STUART A.

2018 “Second-Order Cybernetics as a Fundamental Revolution in Science”, en Alexander Riegler, Karl H. Müller y Stuart A. Umpleby, eds., *New Horizons for Second-Order Cybernetics*, Singapur, World Scientific Publishing, “Series on Knots and Everything” 60, pp. 29-46.

WEST, BRUCE J.

2006 *Where Medicine Went Wrong: Rediscovering the Path to Complexity*, Singapur, World Scientific Publishing, Serie “Studies of Nonlinear Phenomena in Life Science” 11.

WIENER, NORBERT

1948 *Cybernetics: Or Control and Communication in the Animal and the Machine*. Cambridge, Mass.: Massachusetts Institute of Technology Press.

WONG, JOCK

2010 “The ‘Triple Articulation’ of Language”, *Journal of Pragmatics* 42, 2932-2944, DOI: 10.1016/j.pragma.2010.06.013.

INTRODUCCIÓN

*¿Cómo transmitir a los otros el infinito Aleph,
que mi temerosa memoria apenas abarca?*

JORGE LUIS BORGES

Este libro ofrece una propuesta teórico-metodológica para el estudio de los medios de comunicación desde una perspectiva estratégica. Específicamente, propone un método geopolítico a la vez que va construyendo una propuesta teórica que he llamado sociocibernética crítica, a través de la cual tratamos de entender la conducción de los sistemas sociales, pero problematizando esa conducción, con objeto de lograr su transformación en la controversial búsqueda de su mejor funcionamiento para las sociedades mismas y los sistemas planetarios. Para ello, se ha decidido emplear un enfoque sistémico en el entendido de que los elementos de un sistema social se interrelacionan e interdefinen, así como desarrollan procesos e intercambios que ponen a prueba distintas fuerzas y dinámicas que no siempre son coherentes y que casi nunca se dan en un clima de certidumbre.

Por método geopolítico, quiero referirme a “lo que concierne a la lucha de poderes o de influencias sobre los territorios y las poblaciones que en ellos viven” (Lacoste, 2008: 8). Desde esta perspectiva, se busca partir de que el sistema de medios de comunicación no presencial obedece a una lógica sistémica de control ideológico para poder influir en territorios y poblaciones conforme a los intereses de los sectores sociales y actores que han capturado dispositivos y artefactos del sistema, para hacerlos operar según su conveniencia.

En este libro se explora el funcionamiento de esta propuesta teórico-metodológica a través del estudio del sistema de medios de comunicación de masas, que busca mantener y expandir formas de comunicación no presencial al interior de los sistemas sociales (Luhmann, 2000). Al codificarse la

información social a través de un sistema no presencial, los actores sociales que optan por o se ven obligados a utilizar comunicaciones no presenciales para su supervivencia van interiorizando un código mediático, lo que va expandiendo la influencia de este sistema sobre otros sistemas y subsistemas sociales; así, se va amplificando el poder de los actores sociales que se han apropiado de los modos, mecanismos y aparatos de mediación no presencial.

Es importante recordar aquí que, desde esta perspectiva, la sociedad es una inmensa red de comunicaciones. Los actores del sistema de medios parecen ir encontrando su vocación geopolítica precisamente al ir apropiándose de los mecanismos de mediación, y promueven que los usuarios de sus aparatos mediadores vayan amplificando las realidades creadas a partir de esos procesos de interacción comunicativa no presencial. Es decir, el sistema mediático parece buscar, entre otras cosas, la plena disposición de sus audiencias, para poder ejercer el control territorial y poblacional sobre espacios específicos. De este modo, busca participar en la conducción de las sociedades en donde opera, y va indagando su margen de maniobra en la totalidad del sistema-mundo para que la transferencia de riquezas se realice conforme a las realidades que produce y reproduce.

Las clases políticas, estén en el gobierno o trabajando para estar en él; los movimientos sociales, sean espontáneos o formen parte de algún entramado local, nacional y/o internacional; pequeños empresarios y grandes inversionistas; artistas *mainstream* o *underground*; instituciones que buscan potenciales proveedores, clientes, feligreses, activistas o combatientes... tal parece que todos los actores de un sistema social en la actualidad de alguna manera conocen o intuyen la importancia de operar a través de comunicaciones no presenciales, tanto como mecanismo de dominio por parte de alguna de las élites locales o internacionales, o como una opción clave de resistencia y denuncia por parte de algún grupo presumiblemente en posición desfavorable en un contexto específico; o, incluso, "sólo" como una forma de poner en contacto a personas y grupos lejanos, para ampliar el espectro de interacción no presencial.

Este libro busca contribuir a construir un espacio transdisciplinario para estudiar el funcionamiento estratégico de los medios de comunicación en territorios y sociedades. No es un libro de administración, de relaciones internacionales, de sociología, de comunicación, de filosofía ni de geografía. Tal vez el lector encuentre una pizca de alguna de estas disciplinas; sin embargo, no está en los fines de este trabajo hacer una revisión de lo que en ellas

se ha dicho sobre los medios de comunicación no presencial, sino hacer una propuesta que ponga especial énfasis en el carácter estratégico de dichos medios.

Más allá de la enorme cantidad de textos que analizan los contenidos mediáticos desde las más diversas perspectivas semióticas, discursivas, narrativas y de estudios culturales, hay también una gran pluralidad de aproximaciones al estudio de los medios de comunicación en su dimensión social. Están las propuestas que se enfocan en la propiedad de los medios por parte de un grupo de poderosos que buscan manejar a la sociedad a través de aquéllos (Bagdikian, 2004; Bettig y Hall, 2012); o los enfoques marxistas que nos muestran a los medios de comunicación como aparatos ideológicos manipuladores al servicio del Estado (Althusser, 1971; Thompson, 1990; Chomsky, 2002). Hay también autores que han preferido centrarse en la relevancia de los cambios en la experiencia humana que los medios y tecnologías provocan, no en los medios en sí (McLuhan, 2009) y, particularmente, sobre cómo se dan los procesos de codificación por parte de los medios y de decodificación que las audiencias hacen de sus mensajes (Hall, 1973).

Asimismo, existen diversos trabajos que prefieren un enfoque económico y empresarial, en donde se destacan los fines comerciales de los medios (Fourie, 2007; Doyle, 2013); también en esta línea, pero mirando al interior de las organizaciones, hay estudios sobre los profesionales en el campo de los medios, constreñidos por factores organizacionales y contextuales (Devereux, 1998) y sobre la construcción del *habitus* en alguna esfera específica del campo de producción mediática (Bourdieu, 1997). Otros análisis resaltan a los medios como agentes del cambio social, constructores de regímenes democráticos y paladines de la libertad de expresión frente al poder (Curran, 2002); o incluso discurren sobre el papel de los medios en la economía política como entes económicos, culturales y sociales (McQuail, 2010), y sobre la importancia de la existencia de los medios públicos (Cushion, 2012).

En los últimos años, han proliferado los planteamientos posmodernos y feministas que también ponen especial énfasis en la propiedad de los medios, algunos de los cuales se enfocan en cómo los procesos de concentración generan profundas desigualdades en la representación de los grupos sociales, así como en la producción y el acceso mediáticos (Kendall, 2005); o en cómo inciden en la reproducción de la violencia contra grupos tratados como minorías (Shugart, 2003; Haynes, 2007); mientras que otros reflexionan sobre la

manera en que la industria de los medios reproduce el modo de producción machista, racista y excluyente en representaciones específicas, como la frontera México-Estados Unidos (Walker, 2005).

Los estudios disciplinarios e interdisciplinarios como los mencionados anteriormente han hecho diversas aportaciones; sin embargo, parece que existe un hueco en lo que respecta al carácter estratégico de los medios de comunicación no presencial. Con la salvedad de los análisis marxistas —ya mencionados, enfocados al entendimiento de los medios como mecanismo de reproducción ideológica y propagandística, escritos dentro de un contexto internacional muy distinto al actual, y con una clara tentación conspiracionista—, la investigación sobre los medios de comunicación se ha enfocado principalmente en sus elementos comunicacionales, pero no en su posible funcionamiento estratégico. Es importante anticipar que, como veremos en el segundo capítulo, muchos sistemas no requieren de un controlador central para operar. En esta propuesta se buscará entenderlo así para evitar caer en una teoría de la conspiración generalizada y simplificadora.

He tratado de hacer una aportación en este campo buscando nuevas pistas para el entendimiento de las relaciones internacionales; más allá de las relaciones diplomáticas, de las compañías transnacionales y de las agencias de cooperación. En esta área del conocimiento es común encontrarnos con investigaciones sobre fenómenos migratorios, estudios sobre la frontera, cooperación internacional, negocios o medio ambiente, pues éstos y muchos fenómenos más que son de interés estratégico de los estudios internacionales tienen una expresión mediática.

Este libro pretende ofrecer un mapa que sirva como herramienta teórico-metodológica para explicar una parte del funcionamiento de los medios de comunicación desde una perspectiva amplia, sistémica, que nos permita ver el panorama general y su interacción con otros sistemas y que, de resultar útil, nos sirva para realizar investigaciones más exhaustivas y detalladas a escala planetaria, sin perder de vista que se trata de un fenómeno profundamente humano construido por personas. Es decir, se trata de un sistema que interactúa estratégicamente en un espacio/tiempo con su entorno de manera multidimensional y multimodal, y sus elementos —dispositivos, actores y artefactos— que se interdefinen al interior del sistema, también están actuando con fines semejantes de supervivencia, prevalencia, adaptación y/o ampliación de su poder. De las interacciones entre los diferentes elementos

pueden emerger tensiones y conflictos, al igual que confluencias y alianzas; algunas veces tentativas, en ocasiones efímeras, otras veces duraderas, pero siempre temporales y enmarcadas en el supremo interés de la vida del sistema.

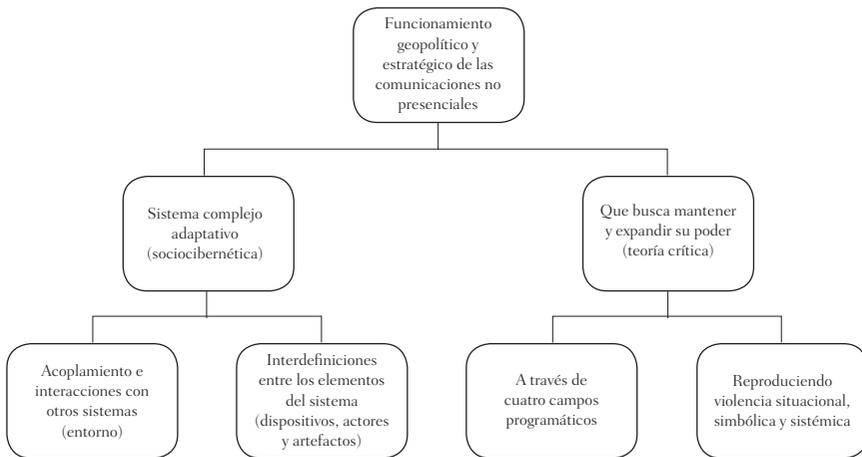
Las acciones de los actores y de los dispositivos serán, entonces, estratégicas, pero sus estrategias estarán sujetas por un lado a lo que les dictan sus prácticas, sus conocimientos, sus ideologías y sus áreas inconscientes; y por el otro, a la probabilidad, al azar y a la suerte, todo lo cual también estará sujeto a las acciones de los demás elementos del sistema y, además, a innumerables acontecimientos, dispositivos, actores y dinámicas del entorno (es decir, propios de otros sistemas como el ambiental, el político, el económico, el financiero, el militar, etc.), que interactúan de infinitas maneras con cada acción, en cada instante, en cada lugar.

Este libro es una especie de reflexión retrospectiva sobre la forma en que he ido construyendo la propuesta teórico-metodológica que he llamado sociocibernética crítica. Al ir desarrollando, fui estudiando algunos fenómenos mediáticos internacionales, principalmente en la región de América del Norte, que se han presentado entre 2012 y 2017. He realizado esta labor de investigación en el área de Estudios Estratégicos del Centro de Investigaciones sobre América del Norte (CISAN) de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) durante el último lustro. Para elaborar este mapa (que espera ser útil para posteriores exploraciones que se vayan haciendo sobre este territorio), me he planteado dos preguntas clave: ¿cómo se explicaría el funcionamiento estratégico de un sistema de medios de comunicación no presencial?; y ¿cómo esta explicación abonaría al entendimiento de las actuales predisposiciones estratégicas de este sistema en Estados Unidos y en relación con otros países, específicamente en la región de América del Norte y con México? Como andamios para las preguntas principales formularemos, por un lado, para la primera pregunta, ésta otra: ¿cómo argumentar que los medios de comunicación no presencial pueden ser estudiados como un sistema complejo, abierto y adaptativo?; y, por el otro, ¿cómo funcionan sistémicamente los dispositivos, los actores y los artefactos que buscan influir en la conducción de este sistema de manera directa? Para ello, buscaremos explorar, en un sentido, cómo interactúan estos elementos entre sí y con otros elementos de otros sistemas, y cómo se dan los acoplamientos estructurales e interdefiniciones con el entorno, así como cuáles son los de mayor relevancia para los fines estratégicos de los elementos de este

sistema; y en otro sentido, cómo esos dispositivos, actores y artefactos reproducen la violencia a través de los campos programáticos del sistema.

He preferido arrancar desde una perspectiva sistémica y no comenzar observando las interacciones precisamente para plantear con este libro un panorama general y, posteriormente, enfocarme en los detalles; sin embargo, es importante subrayar que el argumento central radica en que el poder surge de las interacciones entre los elementos de un sistema y que, análogamente a la inversión de Feuerbach, el poder del sistema se explica sólo de abajo hacia arriba.

ESQUEMA DE LA PROPUESTA TEÓRICO-METODOLÓGICA



Aunque nos iremos distanciando de esa teoría; es importante explicar por qué he seleccionado como base para la argumentación el trabajo de Niklas Luhmann (2000), quien consideró que los medios masivos de comunicación son un sistema social distinto de otros como el sistema político, el económico o el cultural. Esta polémica afirmación no fue bien recibida por la teoría sociológica a finales del siglo XX, y creo estar al tanto de algunos de los riesgos de tomar la teoría sociológica de Luhmann como base para esta investigación. Tomé esta decisión por razones de simplicidad en la descripción de un fenómeno social, y por la precisión de los conceptos que propone para acoplar su teoría de los sistemas sociales a la teoría general de sistemas, como veremos más adelante.

Estoy de acuerdo con muchas de las críticas que se hacen actualmente a la propuesta sociológica de Luhmann, tales como su posible ensimismamiento y autorreferencialidad, su arrogancia académica para descalificar otras perspectivas sin discutir las propiamente, su posible falta de confianza en la agencia de las personas, en que no todo está estructurado o diseñado, en que abundan los espacios sociales incoherentes mal diseñados, y en que las personas pueden salir con cualquier locura, más allá de las determinaciones de las comunicaciones y de su modo de interiorizar “lo que ocurre afuera de ellas”. Es posible que el trabajo hiperdescriptivo y exhaustivo de Luhmann sobre los sistemas sociales no haya dejado lugar para un trasfondo filosófico y epistemológico explícito; no es claro cómo esos sistemas interactúan con los sistemas psíquicos, y sus discípulos han construido una fortaleza esotérica en la que los iniciados nos explican a los demás lo que Luhmann quiso decir. Como si no fuera suficiente el trabajo de Luhmann, tal parece que pretenden naturalizar los sistemas e invitarnos a una especie de resignación sobre lo inexpugnable de su funcionamiento.

Suscribo lo anterior; sin embargo, en este libro partiré de que la teoría general de sistemas y la perspectiva de la complejidad pueden ser eficaces para explicar el funcionamiento de entidades construidas socialmente, la interacción de sus elementos con otros al interior de esos sistemas y con elementos de otros sistemas. Además, podremos salvar el argumento de las garras del determinismo luhmanniano devolviendo la teoría de sistemas a su trasfondo epistemológico, contrastándolo con elementos de la teoría crítica contemporánea y utilizando un método geopolítico para explicar las implicaciones estratégicas que tiene el funcionamiento del sistema y sus relaciones de poder, de la cuales depende para mantenerse y expandir su influencia.

Es importante señalar que Luhmann (1998) también basó su teoría en que la sociedad es una inmensa red de comunicaciones. Ahora bien, para efectos de este trabajo se considerará que la sociedad es simultáneamente comunicación y materia, de manera analógica a las teorías de la física cuántica contemporáneas. Se mostrarán algunos de los avances de la investigación en curso en torno a ambas realidades: una material y una comunicacional, que juntas hacen funcionar el sistema. La parte material se explorará vía actores, dispositivos y artefactos, así como sus interacciones con otros sistemas, como el de energía y el de telecomunicaciones; la parte comunicacional se sondeará mediante ejemplos de los campos programáticos. No nos adentraremos

en el estudio sobre el funcionamiento específico de esos elementos, ni en lo que respecta a lo material, ni en su dimensión comunicacional. Esperamos que, una vez puesto en el campo este mapa, puedan irse haciendo investigaciones específicas que nos permitan observar cómo trabajaría este entramado teórico-conceptual y metodológico para explicar el funcionamiento estratégico de los medios de comunicación no presencial.

Para seguir la pista de las preguntas que he planteado más arriba he partido del siguiente supuesto: depende de qué actores se involucren y se interdefinan para implementar una cierta influencia sobre ellos mismos y sobre otros actores sociales. Este desbalance en la capacidad de influir por parte de ciertos actores se consigue a través de mecanismos de apropiación y despojo de dispositivos y artefactos mediáticos que, una vez arrebatados, pueden usarse para controlar o para disputar algún control identificado. Ya sea para fiscalizar las actividades de una persona o de cierto ente social; para hacer algo público o asegurarse de que algo siga siendo privado; para sacar algún beneficio comercial, de entretenimiento, o alguna forma de supuesta supremacía moral, los elementos del sistema mediático interactúan para constituirse en una élite que busca mantener, disputar, adaptar, reproducir y fortalecer sus propios intereses.

Esta élite que ha capturado buena parte de los dispositivos es claramente visible en los tres países que integran la región de América del Norte y específicamente en Estados Unidos. Ben Bagdikian (2004) ha explicado que cinco empresas globales poseen casi todos los periódicos, revistas, editoriales, estudios de cine, estaciones de radio y cadenas de televisión de ese país: Time Warner, Walt Disney Company, Viacom, News Corporation (con base en Australia) y Bertelsmann (con base en Alemania), corporaciones que operan como cárteles, cooperan y compiten entre sí según la ocasión, y cualquiera de los líderes de las empresas que conforman estos corporativos podría tener más poder de comunicación que los más célebres dictadores del siglo xx.

Sin embargo, es importante descartar algunas teorías de la conspiración en donde se especula con la posibilidad de que este grupo social de élite haga funcionar este sistema y lo conduzca íntegramente conforme a los intereses de sus dueños. Como se explicará en el capítulo sobre sociocibernética crítica, el funcionamiento de un sistema complejo adaptativo puede prescindir de un operador central, cuenta con mecanismos autoorganizativos, y es

capaz de aprender para reproducirse y aumentar sus posibilidades de permanencia y expansión. A la vez, seguiremos la hipótesis de que, cuando uno o varios grupos de la élite social mundial capturan los elementos de un sistema, éste será más proclive a operar favorablemente para los intereses de esos actores, que se encuentran en constante negociación en distintos ámbitos globales y locales (Wright-Mills, 1957); pero no siempre es así, y las excepciones pueden tener un gran impacto, proporcional a la improbabilidad de que ocurran (Taleb, 2008).

Es también importante señalar que los dispositivos del sistema mediático a nivel mundial se han constituido a la vez como corporaciones comerciales y como mediadores del poder público (Curran, 1991). Por un lado, la construcción de narrativas sobre el imaginario social a nivel global no es un proceso inocente, sino claramente influenciado por emisores con intereses comerciales y políticos cada vez más poderosos y con mayor capacidad para hacerse ver y escuchar (Wolton, 2010). Por otro lado, los dispositivos al interior del sistema son conglomerados complejos y dinámicos donde convergen actores y artefactos del propio sistema (y de otros aledaños, como el sistema de telecomunicaciones y el sistema energético). En aquél confluyen múltiples realidades de distinta naturaleza, que reproducen los discursos e imaginarios que la sociedad produce, y que admiten diferentes formas de análisis complementarias y a veces contradictorias entre sí (Wolf, 1987).

Entender los medios de comunicación no presencial como un sistema implica la superación con base en el desarrollo tecnológico de la comunicación interpersonal; para ello, el sistema de medios masivos de comunicación no sólo ahorra la comunicación entre presentes, sino que expresamente excluye la posibilidad de la comunicación presencial (Torres Nafarrete, 2000). Su código binario, según Luhmann (1996) es información/no información, que se traduce en lo informable/lo no informable, y que sería la clave que ya avizoraba Cohen (1972) sobre la propagación de lo que él llamó el pánico moral (que discutiremos en su momento cuando veamos estrategias de amplificación e inhibición de información).

Dado que existe esa necesaria selectividad información/no información (sea por razones de tiempo, espacio, dinero, de propaganda, para mantener la interacción con las audiencias, etc.), “la información proveniente de los medios es necesariamente una construcción de la realidad” (Torres Nafarrete, 2000: xxii). Los medios recrean un estado imaginario accediendo, produciendo

do y reproduciendo el imaginario social, que es un magma de significaciones sociales potenciales (Castoriadis, 1998).

¿Pueden estos conceptos explicar el funcionamiento de los medios masivos de comunicación? De ser así, ¿qué implicaciones estratégicas podría tener el entender a los medios de comunicación no presencial como un sistema complejo y adaptativo? Es decir, ¿cómo podría explicarse el sistema mediático de comunicación si se asume como un sistema estratégico, esto es, con fines de control poblacional y territorial? Y ya específicamente, ¿cómo funciona el sistema de medios masivos de comunicación en América del Norte en su dimensión comunicativa si entre sus fines se encuentra el control poblacional de los cientos de millones de personas que viven en este inmenso territorio? La hipótesis de este trabajo es que el poder del sistema de medios de comunicación no presencial radica en su capacidad para influenciar el pensamiento social y en sus mecanismos para amplificar u ocultar ciertas informaciones. Para ello, se partirá de que este sistema transmite cierta información a través de cuatro campos programáticos, tres parecidos a los señalados por Luhmann: noticieros, publicidad y entretenimiento; el primero renombrado como “lo que acontece”, el segundo como “lo que vende”, el tercero como “lo que entretiene”, y uno más añadido en este trabajo, “lo que conecta”.

Este libro se divide en cuatro capítulos, todos breves, que buscan desarrollar concisamente el argumento que se ha adelantado en esta introducción. El primero busca dar una base teórica a todo el estudio, sintetizando la propuesta que se plantea, para ir construyendo lo que he denominado sociocibernética crítica. El segundo capítulo detalla cómo el sistema de medios de comunicación no presencial opera de manera compleja, adaptativa y estratégica, y ejemplifica su acoplamiento estructural con los sistemas de telecomunicaciones y energético, desarrollando de esta manera una dimensión territorial del poder mediático que no sólo concierne al ciberespacio. En el tercer apartado se muestran los cuatro campos programáticos que se proponen para estudiar al sistema mediático, acompañados de algunos ejemplos. El cuarto y último busca contextualizar el estudio en la región de América del Norte, específicamente en Estados Unidos, para poder explicar, desde esta perspectiva, cómo este sistema es clave para el funcionamiento del poder suave.

Quedan pendientes otras interacciones al interior del sistema, y con otros sistemas como el político, el empresarial, el ambiental, el cultural y el religioso. No se han desarrollado para este volumen, pero podrán irse sumando poco a poco a las piezas de este rompecabezas que espera ir convirtiéndose en un mapa para el mejor entendimiento del funcionamiento estratégico internacional de los medios de comunicación no presencial.

JUAN CARLOS BARRÓN PASTOR
Investigador del CISAN, UNAM
Ciudad Universitaria, mayo de 2017

HACIA UNA SOCIOCIBERNÉTICA CRÍTICA

Introducción

En este capítulo está sintetizada la propuesta de la sociocibernética crítica. Para ello, la he planteado como una manera más de trabajar desde un paradigma constructivista, con una perspectiva de complejidad, en algún punto de convergencia entre la teoría de los sistemas sociales y la teoría crítica, y utilizando en esta ocasión un método geopolítico para ver cómo trabajan sus conceptos en el sistema que nos atañe.

El punto de partida es el constructivismo como paradigma, pues se pretende evitar la tentación positivista que no pocas veces parece impregnar las llamadas ciencias de la complejidad en cuanto a pensar la objetividad y la neutralidad como componentes de la teoría de sistemas. Somos un elemento dentro del sistema social, y reflexionar sobre éste desde adentro puede hacerse de una manera honesta y verificable, sin caer en viejos dogmas científicistas. En todo caso, y siguiendo el estudio histórico que ha realizado Bernard Scott (2006), la teoría general de sistemas, la cibernética y el estudio de los sistemas sociales y de su conducción (sociocibernética) encuentran todos sus orígenes en el pensamiento constructivista de Heinz von Foerster.

Por otra parte, el componente “crítico” de esta propuesta no se refiere a su uso coloquial, sino que busca adscribirse a una tradición teórica que se esbozará brevemente más adelante. Cabe advertir que todavía está en construcción y aún no es claro el rumbo que está tomando. Lo que se busca, por el momento, es ir construyendo una proposición que cuestione el actual funcionamiento de los sistemas sociales y busque ser parte de una transformación favorable para la adaptación y la supervivencia de las sociedades.

El paradigma constructivista

La noción de paradigma es muy ambigua. En un célebre debate realizado al interior del coloquio de filosofía de la ciencia en Londres en 1965, y posteriormente registrado en un libro editado por Lakatos y Musgrave (1970), Margaret Masterman identificó veintiún distintas acepciones para la noción de paradigma, a lo que Kuhn (1970) respondió en ese mismo debate que un paradigma podría escogerse y que esta elección podría ser una forma de fe. También Kuhn argumentó en ese texto que en su teoría de las revoluciones científicas, la noción de paradigma podría interpretarse correctamente en dos sentidos: por un lado, como un logro o un avance de la ciencia que sirve de base para investigaciones posteriores y, simultáneamente, como un conjunto de valores compartidos (métodos, reglas y generalizaciones) por las personas que se dedican a hacer investigación científica. Lo anterior, por supuesto, no dejó satisfechos a los filósofos de la ciencia; particularmente Lakatos (1970) fue bastante influyente al reducir la noción de paradigma a una elección teórica que tendría que estar plenamente justificada.

Esto llevó a varios autores a identificar, por ejemplo, que el caos (Torres Martínez, 2003), la complejidad (Méndez Morales, 2012), o incluso la socio-cibernética (Marcuello Servós, 2006) podrían ser considerados como un nuevo paradigma. Estos autores han recurrido a Illya Prigogine (1997), quien ha señalado que la no linealidad y el desorden, y no la causalidad y el orden, deberían ser considerados un nuevo paradigma para entender la fuente de las leyes del universo. En este libro, quisiera ir un poco más atrás para argumentar que las ideas de Prigogine, y por lo tanto de los autores mencionados en el párrafo anterior, no sólo pueden ser, sino que deberían verse como parte de un paradigma constructivista.

El constructivismo busca que, en lugar de que las investigaciones partan del polémico supuesto de que la realidad podría existir sin que nadie la presenciara, se comience cualquier esfuerzo por comprender algo aceptando el hecho de que cualquier acontecimiento, para ser conocido, tiene que pasar por las percepciones y las reflexiones de por lo menos un sujeto que comunica lo que va conociendo.

La plena comprensión de la interdependencia existente entre un observador y lo que observa es el objetivo principal del llamado constructivismo radical (Watzlawick, 1994). Algo de lo más desconcertante del paradigma

constructivista es que el conocimiento científico es construido y no descubierto, y que la objetividad, entendida desde un conjunto de valores positivistas, no es posible. Lo anterior, porque aun si fuera cierta la suposición de que la realidad podría existir sin el observador, el significado y el conocimiento de esa realidad es, hasta el momento, una construcción humana (Von Foertser, 1973 [1949]). Esto último, claro, no contradice lo planteado por Prigogine, pero ubica el problema del conocimiento en una interdependencia previa: el caos, el orden, la linealidad y la no linealidad son abstracciones que un sujeto puede o no hacer. También es importante señalar esta precisión porque dentro de las llamadas ciencias de la complejidad a veces podemos notar un tufo positivista cuando algunos miembros de esa comunidad científica realizan sus investigaciones, sin duda rigurosas y complejas, pero corriendo el riesgo de naturalizar los fenómenos o sistemas que estudian. De lo anterior ya nos había alertado Pablo González Casanova (2004) cuando decía que la complejidad, sin una reflexión crítica, se estaba convirtiendo en un instrumento más para la dominación de ciertos grupos hegemónicos, y que a la vez conservaba su potencial emancipador, pero éste sólo podría darse si los investigadores se mantenían haciendo una reflexión ética sistemática sobre su propia labor.

Es menester señalar también que, a diferencia de lo que suelen desperdigar algunos lugares comunes contemporáneos, el constructivismo no es un invento posmoderno, relativista y/o una nueva ola. Surge a partir de las aportaciones de Wittgenstein (2008 [1953]) y con representantes de la llamada filosofía de las matemáticas, como Errett Bishop (1967), quien demostró que los análisis matemáticos tradicionales podrían desarrollarse desde una formulación constructivista por la vía de afirmar que es necesario demostrar matemáticamente la existencia del objeto matemático que se estudia.

El paradigma constructivista plantea, pues, el difícil reto de dar cuenta de uno mismo para poder brindar a nuestras investigaciones una mayor autenticidad sobre los conceptos científicos y los constructos mentales propuestos para explicar nuestras experiencias (por muy elaboradas y ricas que éstas sean); y que, por lo tanto, no hay un solo método científico sino una gran diversidad de métodos útiles para conocer y para aprender. Además, nos obliga a reconocer que para tener conocimiento de cualquier cosa es necesario que alguien más la conozca y, para hacerlo, este utiliza sus mecanismos de percepción sensoriales y lingüísticos, así como sus capacidades y

limitaciones cognitivas, afectivas, comunicativas, educativas, éticas, políticas, culturales y sociales propias del contexto en que se presencia algo. Así, en un paradigma constructivista, también se busca evitar el falaz supuesto de que una persona pueda conocer sólo por sí misma, sin sociedad alguna y sin socializar sus aprendizajes. Es decir, todo conocimiento se socializa y, por lo tanto, además de ser construido por todos los factores individuales de percepción y reflexión, también lo es por los contextos lingüísticos, simbólicos, de poder, ambientales, culturales y sociales dados por el entorno.

Esta construcción no necesariamente quiere decir que la realidad no esté ocurriendo en sí misma, sólo que no podemos saberlo. Es posible que las cosas ocurran aun cuando nadie las observe, pero no hay manera de que esos eventos se reporten sin la presencia de alguien que lo haga. Así, las cosas son como son, pero para poder ser caóticas u ordenadas, simples o complejas, relativamente permanentes y relativamente cambiantes, tiene que haber alguien que lo atestigüe y pueda comunicarlo a alguien más. Conocer cualquier cosa es siempre un acto situado y realizado por un sujeto con ciertas limitaciones. El universo existe pero para conocerlo es necesario el sujeto; el conocimiento está supeditado a las limitaciones del sujeto (Nicol, 1965).

Además, para compartirse, todo conocimiento involucra un proceso comunicativo en el que al menos una persona más tiene que poder asociar algunos de los elementos que se comunican para poder hacer sentido de lo que se conoce y de lo que se comunica. Aun para personas que comparten un mismo contexto, un mismo lenguaje, un mismo código y muy semejantes intereses, encuadres disciplinarios, convergencias epistemológicas, éticas y políticas; aun así, las interacciones comunicativas no están libres de patologías y paradojas. Y en el caso del sistema de medios de comunicación no presencial, como es bien sabido, no sólo median, sino que crean y recrean la realidad con una capacidad de amplificación descomunal.

Para cerrar esta sección, me parece importante retomar lo que se mencionaba más arriba acerca de que Kuhn consideraba que optar entre un paradigma u otro es un acto de fe, y que Lakatos veía en este acto una selección teórica. Siguiendo a González Casanova, cada acto, para aprender algo, es una acción osada, ética y política, que nos confronta no sólo con nuestra propia conciencia de las cosas y de nosotros mismos, sino también con el hecho de que somos conscientes de una mínima parte de la realidad y que, encima de ello, la fragmentamos para poder conocerla; que mucho de lo que hacemos

y decimos responde a dinámicas inconscientes de nosotros mismos y de las comunidades dentro de las cuales buscamos ampliar nuestro conocimiento y nuestra capacidad para conocer. Esto quedará fehacientemente explicado más adelante, cuando veamos que el sistema de medios de comunicación no presencial tiene ciertas dinámicas que podríamos considerar conscientes e inconscientes para sí mismo; y que es en la interacción con otro sistema — en este caso, con un elemento diminuto, casi imperceptible al interior del sistema educativo—, que esas dinámicas que lo mantienen en funciones pueden irse explicando. Escribimos esto con la esperanza de que esta reflexión, aunada a muchas otras, nos permita transformar este sistema en uno menos estúpido y más ético.

La teoría de sistemas

De una manera más o menos paralela a la construcción del paradigma constructivista desde las matemáticas y la física, Ludwig von Bertalanffy (2000 [1956]) desarrolló desde la biología su teoría general de sistemas. Un sistema es, según Ferrater Mora (1979:), “un conjunto de elementos relacionados entre sí funcionalmente, de modo que cada elemento del sistema es función de algún otro elemento, no habiendo ningún elemento aislado”. En la versión de Bertalanffy, un sistema es un conjunto organizado que como totalidad cuenta con propiedades que no resultan aditivamente de sus elementos. Sin embargo, la noción de sistema tiene una larga historia y un recorrido que aquí me parece oportuno recordar.

El uso de la palabra “sistema” parece remontarse hasta Parménides de Elea, posiblemente para complementar o discutir a Heráclito de Éfeso. Al parecer, desde sus orígenes, el término “sistema” se usó para entender que hay una cierta estabilidad y permanencia en las cosas, no sólo cambio. Podría especularse que los estoicos recurrirían a este término para afirmar que en el mundo había y debería haber un orden (en términos de teorías de conjuntos). La permanencia de un orden o sistema explicaría, para ellos, la existencia simultánea de elementos contrarios y efímeros, pero necesarios, para la existencia de un sistema superior, más estable, que los incluyera.

Condillac (1994 [1749]) dilucidó el concepto de sistema como una disposición de las cosas, tal vez relacionado con la polisemia de la palabra “orden”.

Ya inmerso en esta connotación de orden, Kant (2010) usó la noción de sistema como una idea unificadora de las diversas formas del conocimiento y para idear un conocimiento ordenado por principios. Hegel (1807) daría al concepto la idea de las articulaciones —reales y conceptuales— de cada elemento con el todo. Ya en el siglo xx, autores tan distintos como Ferdinand de Saussure (1945 [1913]) y el mismo Bertalanffy (2000 [1956]) aplicaron el concepto de sistema como una herramienta epistemológica para explicar en campos disciplinarios como la lingüística y la biología sus respectivos fenómenos —tanto en términos reales como conceptuales—.

Para considerar un sistema como complejo, éste debe contar con ciertas propiedades (Miramontes, 1999): determinado número de componentes, tener un margen de frustración, referir rupturas de simetría, poseer una criticalidad autoorganizada, poder expresarse fractalmente y generar propiedades emergentes.

Si aplicamos esto a un sistema social como el de medios de comunicación no presencial, éste puede considerarse un sistema complejo porque cuenta con un cierto número de componentes que agruparemos en tres tipos: actores, dispositivos y artefactos. Ni este sistema ni alguno de sus elementos, por poderosos que sean, pueden realizar de manera absoluta e ilimitada sus objetivos (frustración). Esto es porque sus intercambios materiales, energéticos y simbólicos, pueden contar con muchos estados deseables equivalentes, pero no iguales (ruptura de simetría), pues los elementos actúan de una manera estable pero lejos del punto de equilibrio, donde eventos pequeños pueden tener consecuencias catastróficas (criticalidad autoorganizada). Además, constataremos que el sistema —conforme nos vayamos acercando a sus elementos, a sus interacciones o a sus bordes—, presenta estructuras discernibles en cualquier escala espacial (fractalidad), y genera propiedades que no pueden deducirse de sus componentes, sino de procesos paralelos del sistema mismo (emergencia).

El sistema de medios de comunicación no presencial no es sólo un sistema complejo (pues participa, como veremos a lo largo de los próximos capítulos, de cada una de las características anteriores) sino que, además, tiene propiedades de los sistemas abiertos que, según Maturana y Varela (1996) y Luhmann (1996), cuentan con una clausura operativa, con mecanismos de acoplamiento estructural en interacción con otros sistemas y llevan a cabo procesos autopoieticos. Es decir, por un lado, el sistema mediático y sus elementos

son claramente individualizables, diferenciables, relativamente autónomos y no pueden operar fuera de sus propios límites (clausura operativa); pero de manera simultánea, y como lo veremos en los próximos capítulos, están en constante interacción con su entorno, tanto que, visto a detalle, los bordes de los sistemas pueden hacerse difusos.

Además, el entorno puede afectar a la organización mediante “irritaciones” reelaboradas internamente y, a la vez, estas “irritaciones” pueden ser construcciones internas de cada elemento; sin embargo, éstas no existen en el entorno del sistema sino sólo en la interacción y se les puede considerar paradójicamente como autoirritaciones pero, al mismo tiempo sólo surgen a partir de eventos del entorno (acoplamiento estructural), como se ejemplificará con el caso del acoplamiento estructural del sistema en cuestión con el de telecomunicaciones y el de la energía.

Adicionalmente, los elementos del sistema —actores, dispositivos y artefactos— pueden ser considerados autopoieticos porque individualizan un modo específico de operar dentro del sistema; es decir, cada elemento, y aun más, cada corporación, cada empresa y cada unidad al interior de las organizaciones mediáticas son únicos en su forma de operar, de interactuar con el sistema y de cómo construyen, deconstruyen y reconstruyen su entorno.

El sistema de medios de comunicación no presencial y sus elementos que estudiaremos en este libro cumplen también con las propiedades de los sistemas adaptativos (Geyer, 1995). Estas propiedades son: autoconducción, autoorganización, autoobservación, autocatálisis, autorreferenciación y autopoiesis. Es decir, tanto el sistema como sus elementos tienen la capacidad de planear y dirigirse hacia lo planeado y son capaces de recolectar información y reflexionar sobre ellos mismos y su funcionamiento, lo que a su vez estimula que cada elemento y el sistema en sí se hagan más complejos a lo largo del tiempo. Además, la organización funciona como una red de procesos interrelacionados que produce sus propios componentes y, a la vez, la interacción de sus componentes promueve la red de procesos que conforman el sistema y cada uno de sus elementos (autopoiesis).

Algunas aclaraciones sobre las perspectivas de complejidad

La complejidad, nos dice Morin, se impone cuando nos encontramos con algo que es imposible de simplificar; “ella surge allí donde se pierden las distinciones y claridades en las identidades y las causalidades, allí donde los desórdenes y las incertidumbres perturban los fenómenos, allí donde el sujeto observador sorprende su propio rostro en el objeto de observación, allí donde las antinomias hacen divagar el curso del razonamiento” (Morin, 1988: 377). Según John Earls (2012), la característica principal de los sistemas complejos es que tienen propiedades que emergen de la interacción de sus partes, pero son independientes de ellas. Para Rolando García, la complejidad implica una representación de una totalidad organizada, cuyos elementos no pueden ser estudiados separadamente (García, 2006). Más específicamente, González Casanova (2004) identificó que en la interacción entre los elementos de un sistema hay una característica clave: la interdefinibilidad.

Lo anterior no quiere decir que haya una sola manera de trabajar dentro de lo que algunos llaman el paradigma de la complejidad. Díaz Mata (2012) identificó que hay al menos tres perspectivas: desde las ciencias “duras”; la complejidad como universalidad; y desde las ciencias sociales. Es importante subrayar que Díaz Mata señala que no parece haber diálogo relevante entre estas perspectivas. Desde las ciencias de la complejidad, nos sigue diciendo Díaz Mata, se privilegian los estudios basados en las matemáticas y que buscan la modelación computacional de fenómenos con múltiples variables. Cabe señalar también que este tipo de trabajos se consideran como una especie de evolución o mejora del método científico, y buscan abstraer fragmentos de la realidad física, biológica, social y antropológica además de que con sus descripciones, más detalladas y precisas, puedan hacerse algunas inferencias que nos ayuden a ofrecer productos que resuelvan asuntos concretos. Este tipo de investigación se ha ido fortaleciendo en instituciones como la UNAM, en su Centro de Ciencias de la Complejidad, cuyos avances y resultados demuestran que cuentan con el notable valor de hacer una investigación rigurosa y confiable y, en muy contadas ocasiones, constructivista.

Entendiendo la complejidad como una universalidad, Morin, Capra y otros han intentado ahondar principalmente en el sujeto que conoce y sus prácticas para conocer el mundo. La complejidad sólo podrá construirse si

el sujeto cognoscente transforma su manera de conocer y, para ello, primero debe comprender cómo lo hace; comprender que la complejidad no es todavía una forma de trabajar sino la delineación de un reto, en donde se busca incorporar lo no racionalizable al entendimiento del mundo y se busca articular el conocimiento de las cosas desde sus distintas “realidades” físicas, biológicas, sociales y culturales. Esta perspectiva cuenta con un gran potencial creativo y, al ahondar en el ojo del observador, podría desembocar no sólo en la transformación de los objetos de estudio sino sobre todo en la manera de trabajar, investigar y actuar de los equipos de investigación, pero que tienen problemas con la verificabilidad y la validez interna y externa.

En la tercera vertiente, la complejidad en las ciencias sociales, podemos identificar otras dos grandes perspectivas: por un lado, a quienes han buscado trabajar con la teoría de los sistemas sociales de Niklas Luhmann, y por el otro, a quienes han privilegiado como base la epistemología genética de Jean Piaget. Para el primer caso, Luhmann ha servido como fundamento para una escuela sociológica especializada, que cuenta con herramientas conceptuales y metodológicas muy sólidas para la investigación social teórica y aplicada, pero que puede caer en excesos esotéricos sobre la correcta comprensión de su extensa terminología.

Por otra parte, siguiendo la ruta de la epistemología genética, autores como Rolando García han buscado no sólo el análisis de objetos y sujetos de estudio, sino la redefinición de nuevos “complejos” teóricos y empíricos. En esos complejos, sujetos y objetos sociales participan de una manera más o menos consciente en procesos, mecanismos y reorganizaciones sucesivas. Estos procesos se sistematizan por medio de proyectos integrados en donde las comunidades emergentes tendrían que coordinar sus actividades de aprendizaje, acción y evaluación. Este tipo de trabajos han visto en el CEIICH de la UNAM un espacio para su cultivo, en donde varios investigadores han venido desarrollando un método que busca acercar la investigación interdisciplinaria en ciencias sociales a la modelación de las ciencias de la complejidad, poniendo especial énfasis en métodos heurísticos basados en la epistemología genética de Jean Piaget y Rolando García.

Acerca de la sociocibernética

Dentro de la perspectiva de las ciencias sociales, hay un espacio de encuentro: la sociocibernética. Este término es un neologismo acuñado por Felix Geyer (1995) y su editor Hans van der Sluijs en 1978 (1991). La palabra fusiona dos elementos etimológicos: *societatis* y *kybernetes*. Ambas nociones son complejas: la primera remite a lo social; la segunda, al espíritu de la cibernética, que ilustra por un lado la conducción de quien está a cargo del timón de un barco y que no puede controlar toda la complejidad de factores que influyen en su conducción, pero puede llevarlo a buen puerto; y por otro, se refiere a un concepto de larga tradición filosófica: el sistema. Hornung (2006) ha explicado que la ambigüedad del término lo ha llevado a moverse entre dos expresiones: por una parte, como una ciencia de los sistemas en sociología y, por otra, como la ciencia de los sistemas en las ciencias sociales (como si “ciencia de los sistemas” fuera una noción menos ambigua que “ciencias sociales”).

Para tratar de seguir una pista, en este texto se busca tener como mira evitar el reduccionismo y la reificación en el estudio de las realidades sociales (Lee y Newby, 1983). Como se abundará posteriormente, la reificación es “el proceso mental de hacer parecer algo como fijo o como un objeto, cuando es en realidad un producto de algún tipo de relación social” (How, 2003: 63). Para ello, la sociocibernética ha trabajado con distintas vertientes de la teoría de sistemas, desde un paradigma constructivista y fundado en el pensamiento complejo.

La sociocibernética ha devenido también en un área de encuentro interdisciplinario al interior del Comité de Investigación 51 de la Asociación Internacional de Sociología. Marcuello señala que existen al menos tres elementos convergentes en el grupo de personas que han venido conformando y transformando este comité de investigación desde su primera conferencia internacional en 1999: la pluralidad interdisciplinaria, la insatisfacción con el modelo científico contemporáneo dominante y la necesidad de un nuevo paradigma, a saber, “que percibe la necesidad de otro modo de hacer ciencia que atienda la complejidad creciente de los sistemas sociales y haga de la complejidad un asunto con el que trabajar” (Marcuello, 2006: 11).

Dicho lo anterior, podemos identificar al menos tres problemáticas epistemológicas dentro de la sociocibernética. Hornung (2006) ha explicado que

hay tres enfoques predominantes en ella: uno es el “problema-funcionalista”,¹ otro estructuralista, y el otro enfocado a la orientación. El primero permite una estructuración clara, la utilización de modelos y se enfoca en la resolución de problemas prácticos, además de que busca elaborar estrategias de desarrollo para varios niveles y está muy cerca de la perspectiva de las ciencias de la complejidad de la que hablamos brevemente antes. El segundo sirve para determinar estructuras jerárquicas y funcionales con que se describan los sistemas y subsistemas, al igual que sus interfaces, como los trabajos que siguen el pensamiento de Luhmann. El tercero, propuesto por Hornung, busca partir de los principios de preservación y adaptación que tiene cualquier sistema, localizando ciertas necesidades que ayuden a identificar “orientadores” para la acción de los sistemas.

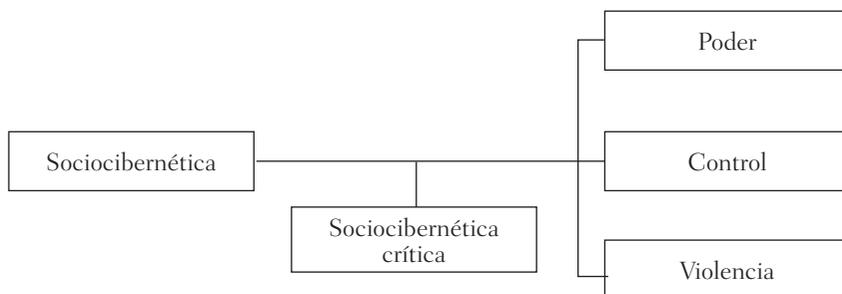
De esta manera, Hornung sugiere que los orientadores se clasifiquen en siete: las necesidades físicas, de información (psicológicas en el caso de los sistemas humanos), de seguridad, de libertad de acción, de adaptabilidad y de eficiencia; los cuales, a su vez, se deben analizar en seis niveles cada uno: cultural, social, psicológico, biológico, químico y físico.

Hacia una sociocibernética crítica

En este trabajo, añado que —para no sólo categorizar como lo hace Hornung, sino en aras de ir esbozando la complejidad de un sistema como el de medios de comunicación no presencial— es conveniente ir comprendiendo el funcionamiento de este sistema como un fenómeno no lineal, con propiedades emergentes, que cuenta con interacciones, interdefiniciones, acoplamientos y retroalimentaciones entre sus propios elementos y con otros elementos de otros sistemas sociales y ambientales. Además, hay que tener en mente que el funcionamiento de estos sistemas, elementos y actores interactuantes no tiene respuestas estructurales a los acontecimientos, sino que responde a intereses y decisiones que, a su vez, pueden ser acertadas o equivocadas en sus propios términos y conllevan un grado de incertidumbre, de riesgo y de adaptación.

¹ El concepto, proveniente del alemán, fue traducido así en el volumen de Hornung (2006). Significa la capacidad de resolución del problema dentro de un sistema [nota del editor].

ELEMENTOS PARA UNA SOCIOCIBERNÉTICA CRÍTICA



Aunado a lo anterior, he venido trabajando con esta perspectiva y el reto adicional de estudiar los sistemas sin naturalizarlos, esto es, manteniendo una postura constructivista y crítica sobre su funcionamiento y buscando plantear algunas nociones problemáticas para el estudio de las dimensiones éticas y políticas en la conducción de sistemas sociales.

Desde luego, no sólo hay una corriente dentro de ese espacio ambiguo que conocemos como “teoría crítica”. Sin embargo, ya se acerca a su primer siglo desde que la primera Escuela de Frankfurt sentara sus bases en el Instituto de Investigación Social en la universidad de esa ciudad. Tampoco es que los trabajos de autores tan distintos como Adorno, Horkheimer, Marcuse, Habermas, Lyotard, Baudrillard o Žižek estén libres de algunos excesos, contradicciones u obsolescencias. También este siglo de pensamiento crítico ha visto surgir y morir diversas vertientes relacionadas con el marxismo y el psicoanálisis, así como las corrientes al interior de la teoría feminista se han fortalecido y diversificado, y el pensamiento decolonial ha surgido con fuerza para cuestionar los esquemas hegemónicos de los hombres blancos y europeos. Latinoamérica cuenta ya con una fuerte tradición de pensadores, hombres y mujeres, que están construyendo alternativas teóricas a las doctrinas hegemónicas.

El componente “crítico” de esta sociocibernética lo aporta la búsqueda de un mejor entendimiento sobre el poder y las dinámicas que lo producen y reproducen, sus aparatos de expansión, acumulación y despojo, así como los mecanismos psíquicos que promueven formas de dominación y subordinación “voluntaria”. Asimismo, se busca problematizar las transferencias de poder que ocurren al interior de los sistemas sociales, en lugar de pensar esas dinámicas como procesos “naturales”. Para ello, todavía es pertinente

estudiar cómo trabajan conceptos como enajenación, reificación, fetichismo de las mercancías y otros que buscan nombrar y explicar algunos de los procesos que mantienen el funcionamiento ideológico en beneficio de ciertos actores hegemónicos en distintos niveles y situaciones.

Métodos geopolíticos

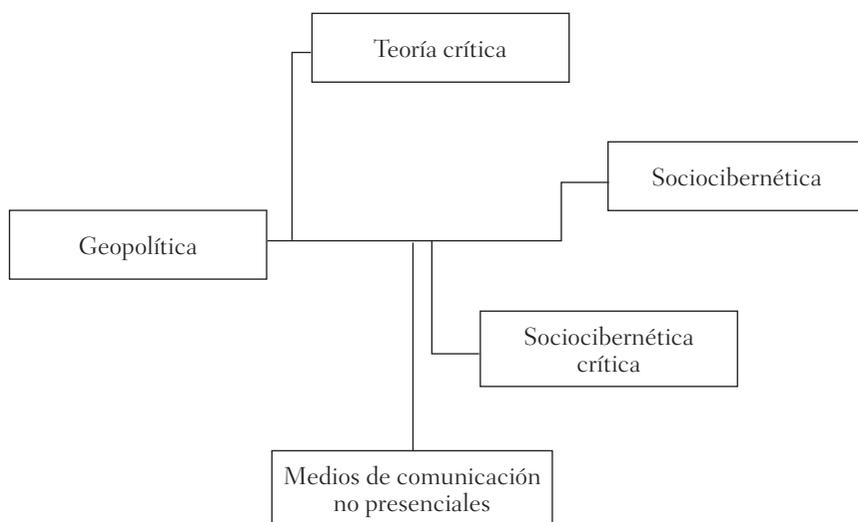
La geopolítica puede ser entendida como el conjunto de métodos que se usan para estudiar los efectos de la geografía en la política, generalmente internacional, sobre las relaciones existentes entre el poder político y el espacio geográfico o (como en la perspectiva de este ensayo) sobre cómo los grupos de poder controlan un espacio geográfico, en términos territoriales y poblacionales. Asimismo, ha servido como una herramienta interdisciplinaria para explicar acontecimientos históricos, fenómenos ideológicos tanto políticos como religiosos, procesos de apropiación y despojo, disputas, guerras y negociaciones diplomáticas (Dodds y Atkinson, 2000).

Existe una tradición centenaria sobre este tipo de estudios y según su lugar de origen es que se habla de la tradición alemana, británica, estadounidense, rusa o francesa, entre otras. En la tradición anglosajona —la que nos afecta directamente en Norteamérica— sobresalen la escuela de Makinder y su teoría del corazón territorial y el área pivote, Spykman y sus estudios sobre la importancia del control de los bordes y la periferia, y más recientemente los trabajos ideológicos, pero no menos influyentes, de Huntington y Brzezinski sobre el choque de civilizaciones y el tablero de ajedrez global.

Como lo muestran los trabajos de estos dos últimos autores —al igual que los de otros contemporáneos a nivel global como Moisi (2009), Chauprade, Dugin o Jalife-Rahme (2007) en nuestro país—, un grave riesgo de los estudios internacionales y, por lo tanto, una gran limitación de los métodos geopolíticos es estereotipar poblaciones enteras a partir de las acciones de sus gobiernos en el escenario de la política internacional. Basar un análisis en estereotipos raciales o nacionales en donde se juzga, a veces de manera forzada, a los personajes de un gobierno con base en las acciones y discursos de su política internacional puede sesgar una reflexión que busque ser académica. Sin embargo, si resistimos la tentación de estereotipar poblaciones, sí podemos ver que las élites de cualquier territorio se enfrentan a problemas

relacionados con el mantenimiento del poder y el control de esos lugares y las poblaciones que allí viven. Esas élites operan en distintos sistemas sociales: el político, el económico, el financiero, el cultural y, desde luego, en el sistema de medios de comunicación no presencial. Esta propuesta busca explorar cómo trabajan los conceptos utilizados por la sociocibernética (mencionados a lo largo de este capítulo), para explicar la manera en que las élites contemporáneas globales podrían estar enfrentando y resolviendo los problemas relacionados con la conducción de poblaciones para el mantenimiento del control de los territorios y asegurarse así la apropiación de los recursos que un espacio geográfico produce, y en donde los medios masivos de comunicación juegan un papel clave.

MAPA TEÓRICO DE LA PROPUESTA



El sistema de medios masivos de comunicación, nos explica Luhmann (2000), es un sistema complejo, abierto y adaptativo que funciona a través de tres campos programáticos, a los que he cambiado de nombre buscando dar una mayor profundidad a las categorías; además, le he añadido un cuarto campo que no pudo conocer Luhmann: 1) lo que acontece, 2) lo que vende, 3) lo que entretiene y 4) lo que conecta. Lo anterior quiere decir que me interesa comprender el funcionamiento del sistema de medios de comunicación no presencial en su actividad de resolver problemas de control poblacional

y territorial con el fin de legitimarse y reproducirse para asegurar y expandir su permanencia y hegemonía y que, para hacerlo, recurre a sus cuatro campos programáticos que tendrían que ser entendidos desde esta perspectiva como complementarios para este fin. Los múltiples actores que operan dentro de este sistema utilizan uno o varios campos programáticos y, a pesar de sus tensiones y contradicciones, ellos cooperan para la reproducción y la expansión del sistema que los retroalimenta. Además, como se explicó al principio, este sistema y sus actores se encuentran acoplados estructuralmente a otros sistemas para su funcionamiento.

Dominique Moïsi (2009) ha propuesto que para entender mejor el mundo actual es necesario comprender las emociones de la población, dado que éstas juegan un papel fundamental en la construcción de las identidades colectivas. Yo estoy parcialmente de acuerdo con Moïsi en lo que respecta a la importancia que juegan las emociones en la construcción de las identidades y en su interacción (Barrón Pastor, 2011). Sin embargo, inferir estereotipos para grandes regiones tan diversas como Latinoamérica, Asia o África parece francamente excesivo. En aquella investigación explico que las identidades culturales y las relaciones interculturales son esencialmente violentas porque todo acto de adscripción y pertenencia a un grupo implica necesariamente estereotipar a los otros. La manera en que hacemos sentido de nuestros mecanismos de pertenencia y exclusión implica procesos cognitivos/afectivos/activos, y no procesos de racionalidad/irracionalidad como se planteó en la teoría sociológica de tradición weberiana.

Para los efectos de este capítulo, lo anterior querría decir que muy posiblemente las emociones juegan un papel clave para comprender no sólo a la población que las élites buscan conducir en su afán para controlar los territorios y aumentar así su influencia en los espacios geográficos y simbólicos conforme a sus intereses de mantenimiento y expansión de poder, sino también el funcionamiento de los actores y dispositivos en sí, que no consideraremos entes racionales/irracionales, sino cognitivos/afectivos/activos.

Violencia sistémica

La violencia es uno de los temas que más preocupan en la actualidad. Tal vez sea, en parte, porque se tiene la percepción de que se está incrementando

rápidamente y de manera alarmante en amplios espacios en donde al menos creíamos que había una cierta convivencia pacífica. Al parecer, por ejemplo, en México desde 2006 se han hecho evidentes múltiples formas de violencia, que incluyen feminicidios, desapariciones, secuestros, genocidios, asesinatos y otras atrocidades que no veíamos al menos en la década anterior. Hay que admitir también la posibilidad de que ahora se están visibilizando formas de violencia que antes no nos parecían tan graves, o que pensábamos aisladas o “normales”, como los posibles feminicidios disfrazados de crímenes pasionales, o las represiones políticas —pensemos en 696 militantes del Partido de la Revolución Democrática (PRD) asesinados principalmente entre 1988 y 1997 (Muñoz, 2007); o anteriormente, en los crímenes desatados en este país durante los años de la llamada “guerra sucia” (Montemayor, 1991)—. Así que existe, en parte, la posibilidad de que los dispositivos mediáticos dieran un giro en su atención a los temas de la violencia y pasaran, de intentar ocultarlos, a tratar de amplificarlos. Aquí exploraremos esta ruta: ¿por qué podría haberse dado ese giro en el trato mediático que se da a la violencia? Para ello, no seguiremos la pista de la teoría conspiracionista de Naomi Klein (2007) sobre un posible grupo que conduce siniestramente una doctrina hegemónica del *shock*, sino que pretendemos entender cómo se podría estar dando este fenómeno de manera sistémica aunque, desde luego, son claros los beneficiarios de que la sociedad contemporánea esté expuesta a formas de violencia mediatizada cada vez más explícitas.

Antes de entrar de lleno en esta materia, quiero también aclarar que ya he revisado el tema de la violencia (Barrón Pastor, 2011), y formulado una propuesta para estudiarla desde una perspectiva de sistemas complejos (Barrón Pastor, 2012). Esto representa al menos dos retos en este texto: por un lado, no repetir demasiado, y por el otro, tampoco pretendo ofrecer una revisión de literatura sobre un tema que ha sido particularmente prolífico en la última década en nuestro país. Lo que he argumentado con anterioridad y que pretendo continuar mostrando aquí, es que estudiar la violencia como un proceso lineal (agente-acto-víctima) no nos permite comprender a cabalidad el fenómeno y, por lo tanto, tampoco nos conduce a su desmantelamiento. También he planteado que incrementar la violencia en un sistema vía violencias focalizadas justificadas en contra de los potenciales agentes, la militarización de los espacios y la problematización de las víctimas no ayudan a disminuir la violencia, sino que incluso podrían incrementarla. Además, he buscado

trabajar una conceptualización con la que podamos estudiar la violencia como una forma de interacción que puede o no darse entre sistemas sociales complejos y adaptativos, es decir, que pueden reflexionar sobre sí mismos y sobre su entorno, y cambiar su conducta con base en el procesamiento de dicha información. Para ello, no sólo caracterizaremos la violencia como visible o invisible, física y estructural, sino que la he considerado como

un sistema interconectado de factores biológicos, culturales, ideológicos, sociales, emocionales, simbólicos, económicos y políticos. Esta violencia no es ajena ni externa a los individuos ni a las instituciones sociales, sino que está imbuida en cada aspecto del sistema y está, por lo tanto, interconectada y expresada desde dentro de los individuos, las organizaciones y las instituciones sociales (Barrón Pastor, 2012: 111).

Para estudiar la producción y reproducción de esta forma de interacción que es, a la vez, un sistema complejo incrustado en la operación de los sistemas sociales, he seguido el argumento de Slavoj Žižek (2008) según el cual la violencia se reproduce en tres niveles: a través de eventos de violencia —violencia situacional (Zimbardo, 2007)—; de discursos y símbolos —violencia simbólica (Bourdieu, 1991)—; y a través de los mecanismos “normales” de opresión, explotación, enajenación y/o despojo —violencia sistémica (Žižek, 2004; 2008)—. Como lo señala Žižek (2008), la violencia sistémica es la más difícil de estudiar porque es la más sutil. Esto parece cierto porque proliferan estudios sobre situaciones de violencia, y también es común encontrarlos sobre contenidos mediáticos que muestran formas de violencia simbólica en discursos, narrativas o representaciones. En este libro busco ejemplificar cómo el funcionamiento sistémico de un sistema como el de medios de comunicación no presencial puede ser esencialmente violento.

Conclusión

En este capítulo se ha detallado en qué consiste el paradigma constructivista y por qué es indispensable partir de allí para que la teoría de sistemas trabaje bien y evitar, de ese modo, tentaciones positivistas por un lado, o relativistas en el otro extremo. También se han desarrollado las características del sistema de medios de comunicación no presencial para poder determinar, de entrada,

que estamos ante una cuestión en la que aplican todos los elementos que debe tener un sistema abierto, complejo y adaptativo. Además, de esta manera se ha buscado clarificar los conceptos que se usarán conforme se vayan argumentando esos atributos en este caso de estudio.

También en este capítulo se han mostrado las peculiaridades de distintos enfoques de complejidad en el estudio de los sistemas sociales, haciendo hincapié en la perspectiva teórica con la que se trabaja al interior del Comité de Investigación en Sociocibernética de la Asociación Internacional de Sociología. Finalmente, se ha mostrado en qué consistiría la propuesta de sociocibernética crítica para sentar las bases de producción de un trabajo de largo aliento que pueda compaginar epistemológica y metodológicamente el estudio de los sistemas sociales sin naturalizarlos, sino comprendiendo las relaciones de poder y sus desbalances como un problema ético y político, que hemos de ir entendiendo para lograr hacer transformaciones a partir de las cuales se reduzca la violencia.

EL ENTORNO DEL SISTEMA MEDIÁTICO NO PRESENCIAL

Introducción

En este apartado se busca mostrar cómo trabajan territorialmente los conceptos que se definieron en el primer capítulo para poder observar la clausura operativa del sistema mediático y sus interacciones con otros sistemas, que podrían identificarse como parte de su entorno. Se incluyen dos secciones en las que puede inferirse la individualización en la manera de operar del sistema de medios de comunicación no presencial, poniéndolo en función de su entorno. Se ejemplifica lo anterior analizando dos acoplamientos estructurales, uno con el sistema energético y otro con el sistema de telecomunicaciones. En ambos casos, se utilizan para estudiar las recientes reformas que se han dado en México. En las últimas dos secciones se abordará la noción de dispositivo, para entender cómo este elemento es clave para el funcionamiento del sistema y para la reproducción de dinámicas de concentración del poder en Estados Unidos y, por lo tanto, en toda la región de Norteamérica.

Sólo para fines de contextualización y referencia, comenzaré este capítulo exponiendo el valor comercial de los sistemas que se mostrarán posteriormente. Claro, sería un error reducirlos a su posible valor comercial, pues es en su potencial geopolítico en donde podemos entender su importancia estratégica y el trasfondo de las reformas aplicadas en México durante el último cuarto de siglo, y particularmente durante el sexenio de Enrique Peña Nieto. Para hacernos una idea de la relevancia de estos sistemas es importante señalar, por ejemplo, que el consumo de energía eléctrica y el desarrollo económico de un territorio están claramente asociados (Sener, 2012), y obviamente sólo puede haber consumo de energía eléctrica si ésta se puede producir o adquirir.

Dicho lo anterior, y para darnos una idea del valor económico estimado para estos sistemas, la producción global de electricidad en 2012 fue de 1.6 millones de millones de dólares; América del Norte participa con el 9.2 por ciento de esa producción, que es la mitad de lo que produce la Unión Europea, y México aporta apenas alrededor del 5 por ciento de la producción de Norteamérica (ProMéxico, 2013). El sector telecomunicaciones en nuestro país tiene un valor monetario estimado similar al sector eléctrico, de alrededor de 28 000 millones de dólares (CIU, 2013). Sin embargo, un estudio de IBM predice un incremento del 130 por ciento anual en el valor del sector para Norteamérica (IBM, 2014). La industria del entretenimiento, por su parte, tenía un valor global estimado en 2012 de 1.6 millones de millones de dólares y una estimación para su valor en 2017 de 2.2 millones de millones de dólares, es decir, un crecimiento anual estimado del sector del 5.6 por ciento, terreno en donde México se considera uno de los ocho países con mayor potencial de crecimiento para los próximos tres años, estimado en 8.9 por ciento anual. El valor de este sector en nuestro país proyectado por Price-Waterhouse-Coopers es un poco menor al de los otros sistemas mencionados: 24 000 millones de dólares en 2013, mientras el valor de esta industria en Estados Unidos es de casi 522 000 millones de dólares, y de Canadá, de 43 000 millones de dólares en el mismo año (PWC, 2013).

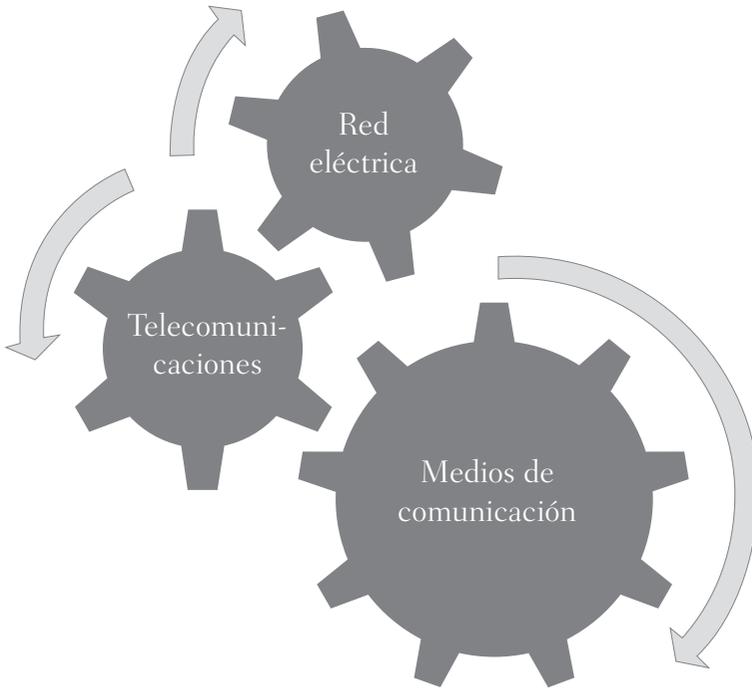
Teniendo lo anterior en mente, es posible entender la relevancia de que, en el caso de México, estos tres sistemas hace sólo veinticinco años estaban controlados en buena medida por el Estado y que el dueño de la única compañía privada que operaba dentro de ellos —Televisa, de Emilio Azcárraga Milmo— se considerara a sí mismo un soldado del presidente (Fernández y Paxman, 2000). Se puede ver así la trascendencia del debate político sobre si los gobiernos pueden o no, o si deben o no, hacer las inversiones necesarias para poder incrementar la producción que promueva el desarrollo económico de un país como México. Desde luego, la tendencia global es clara y el actual gobierno de México ha optado por abrir a la inversión privada estos sectores.

Acoplamiento estructural del sistema mediático con otros sistemas

Una característica clave de los sistemas es que, aunque cuenten con una clausura operativa que les da identidad y que los diferencia de los demás, aún

así suelen tener múltiples puntos de interacción con otros sistemas actuantes en lo que denominamos como su entorno. En este caso exploraremos cómo el sistema energético (particularmente el relacionado con la red eléctrica), el de telecomunicaciones y el sistema de medios masivos de comunicación se encuentran estructuralmente acoplados en México.

SISTEMAS ESTRUCTURALMENTE ACOPLADOS



Siguiendo a Luhmann, quien a su vez interpretaba a Maturana, Corsi y sus colegas, nos explicamos que el concepto de acoplamiento estructural se usa en la teoría de sistemas para definir “la relación entre un sistema y los presupuestos del entorno que deben presentarse para que pueda continuar dentro de su propia autopoiesis” (Corsi *et al.*, 1996: 19). Lo anterior quiere decir que se trata de interacciones que un sistema tiene con otros sistemas, y que ellas son individualizadas por un modo específico de operar y de interactuar del sistema en cuestión.

Clarifiquemos este concepto en el tema que nos atañe. En la terapia de los sistemas estudiamos a los medios de comunicación no presencial, no sólo como objetos medidores sino como un sistema social en sí. Para estudiarlos en esta perspectiva, consideramos que este sistema es distinguible de otros porque individualiza en forma particular sus interacciones con su entorno. Luhmann asegura que esa manera única de operar de este sistema tiene dos características fundamentales:

- 1) que en él operan las comunicaciones no presenciales que hay dentro de los sistemas sociales; y
- 2) que se rige por un código que lo diferencia de otros sistemas sociales: lo informable/lo no informable (Luhmann, 1996).

Además, he buscado en el capítulo anterior explicar que los actores del sistema de medios de comunicación no presencial van produciendo su poder y capacidad de influencia con fines estratégicos por medio de interponer ciertos artefactos en la cotidianidad de todos los sistemas sociales. En este capítulo pasaremos de los actores y artefactos a los dispositivos. Esta incorporación física o virtual de los dispositivos se da de forma expansiva, y su intrusión es tan sutil que muchas veces no se perciben como una forma de violencia, como ya vimos en la sección anterior. Sin embargo, estas intromisiones transforman los espacios de comunicación presencial en espacios mediados, codificados y capturados por un dispositivo, que es capaz de transmutar, literalmente, una comunicación presencial en una comunicación entre ausencias.

Para que los dispositivos puedan incorporarse, materializarse en nuestras vidas, tienen que acoplarse estructuralmente con otros sistemas, y en algunos casos podemos incluso considerarlos como formas de interpenetración sistémica, es decir, de dependencia recíproca. Tal es el caso del acoplamiento de los sistemas energético y de telecomunicaciones con el sistema de medios de comunicación no presencial.

Pongámoslo en términos sencillos. Aunque tiene pila, para escribir este libro tuve que conectar un artefacto (*laptop*) a la energía eléctrica (sistema energético); para que esta *laptop* funcione, además de contar con la tecnología física para operar (*hardware*) tiene que tener los programas que le permitan realizar sus operaciones (*software*). El artefacto tiene que enchufarse, entonces, a la energía eléctrica, aunque sea cada cierto tiempo de uso, y para

poder vincularse con el mundo y ser algo más que una máquina de escribir con pantalla, tiene que conectarse a otros artefactos, primero a través de una red de interconexión inalámbrica (generalmente conocida bajo el nombre de una marca, WiFi, de la empresa WiFi Alliance, que adopta y certifica estas redes inalámbricas).

La infraestructura de una conexión WiFi incluye puntos de acceso (emisores remotos), módems y enrutadores (que muchas veces vienen ya dentro de un mismo cascarón, pero son dos cosas diferentes); el módem conecta el objeto con el proveedor de la señal de Internet y el enrutador vincula ese artefacto con los de recepción, como teléfonos o computadoras, que se enlazan generalmente mediante un puerto (tarjetas USB, PCI o PCMCIA). Y esos puntos de acceso, según el director de investigación de la compañía Telegraphy, Alan Mauldin, están interconectados en un 99 por ciento a través de enormes cables, incluyendo los cables interoceánicos submarinos. Todos estos cables, emisores, antenas, ondas, puntos de acceso y artefactos receptores integran lo que permite la materialización del sistema de medios de comunicación no presencial en la actualidad.

Los actores que controlan los dispositivos y los artefactos del sistema energético tienen un poder sobre el sistema de telecomunicaciones; igualmente, los actores y dispositivos de este último sistema tienen un poder sobre el sistema de medios de comunicación no presencial. Por supuesto, estas interacciones no son lineales sino complejas, y existe una relativa interdependencia e interdefinibilidad entre ellos.

Acoplamiento y reforma estructural en México: la energía eléctrica

Si entendemos la interdependencia entre estos sistemas, podemos comenzar a inferir la importancia de las llamadas reformas estructurales a nivel mundial y particularmente en nuestro país. Durante los años 2013 y 2014, el gobierno de México, encabezado por su presidente Enrique Peña Nieto, y apoyado de manera decidida por todos los partidos políticos durante la etapa del llamado Pacto por México, promovieron y realizaron once reformas políticas que modificaron el campo jurídico y administrativo para múltiples áreas estratégicas, entre ellas, las reformas en energía y telecomunicaciones.

Ya a la hora de la aprobación de las leyes, fueron los grupos parlamentarios de los partidos Revolucionario Institucional (PRI), Acción Nacional (PAN) y Verde Ecologista de México (PVEM) los que se pronunciaron a favor, con los votos en contra de los partidos considerados de izquierda, representados entonces en el Congreso por el Partido de la Revolución Democrática (PRD) y el Partido del Trabajo (PT). La reforma energética, dice el documento oficial, busca atraer inversiones para modernizar dicho sector en el país, de tal manera que éste pueda aprovechar sus recursos de forma racional y sustentable, con apego a los principios de soberanía nacional, eficiencia económica y beneficio social (Presidencia de la República, 2015a).

La mayor parte de la discusión se ha centrado en los aspectos de la reforma relacionados con el petróleo, el gas y sus derivados. Aquí me enfocaré únicamente a lo que concierne al sector eléctrico, y aún más específicamente a lo que tiene interacción directa con el sistema de medios de comunicación no presencial. Las leyes para regular este sector en México son la Ley de la Industria Eléctrica, publicada el 28 de abril de 2014 (Presidencia de la República, 2014; Segob, 2013), y la Ley de la Comisión Federal de Electricidad, publicada el 11 de agosto de 2014 (CFE, 2014). Un vistazo a las opiniones en la prensa sobre estos temas nos trae algunas impresiones, que no se argumentan muy a profundidad en muchos casos, pero que nos permiten tantear el clima en el que se han desarrollado estas reformas. Por un lado, tal parece que hay quienes piensan que la reforma es modernizadora por el solo hecho de que se alinea con intereses supranacionales, y es común encontrar notas periodísticas afirmando que en el resto del mundo ya están así las reglas del juego global. Por otro lado, las críticas se centran aparentemente en lo humillante que resulta la claudicación a un modelo nacionalista para la conducción estratégica de la energía del país. Mientras que los países dominantes de nuestro tiempo consideran que los recursos energéticos son de importancia sustancial para la seguridad nacional, parecería que el gobierno de México ha estimado que la mejor manera de salvaguardar la seguridad nacional es permitiendo y promoviendo la inversión extranjera en el sector; cuestión que no parece un problema en algunos países colonialistas, puesto que sus empresas están sintonizadas con las estructuras de expansión y dominación colonial, pero que en América Latina han sido catalogadas como instrumentos de extracción de la riqueza para ser canalizada a las metrópolis, que dejan atrás un basurero y a la población en la miseria (Galeano, 1971).

No se sabe cómo los legisladores promotores de las reformas llegaron a la conclusión de que servirían para “modernizar” a México, pero sí sabemos que no hubo participación de la sociedad civil en la discusión y el diseño de las mismas, y que el Poder Legislativo aprobó la energética ¡en una semana! Resulta difícil de creer que en un lapso así los legisladores pudieron analizarla a profundidad, mucho menos consultar con sus representados, sobre sus implicaciones.

En el caso de la electricidad, ha llegado el final del monopolio de la Comisión Federal de Electricidad (CFE). Como “empresa productiva del Estado”, debe competir con empresas como Iberdrola, Abengoa, Endesa y otras que buscan generar, transmitir, distribuir y comercializar la energía eléctrica en México. Según la Ley de la Industria Eléctrica (Presidencia de la República, 2014: 3), se “conservó para el Estado mexicano la exclusividad en la planeación y el control del Sistema Eléctrico Nacional y en la prestación del servicio público de transmisión y distribución de energía eléctrica”, pero se busca que la inversión privada subsane las carencias existentes en la generación, la transmisión, la distribución y la comercialización de energía eléctrica. Como la misma ley lo reconoce:

La factibilidad de la entrega física de energía depende de dos componentes principales; en primer lugar, una central de generación debe interconectarse a las redes de transmisión y distribución en algún punto. Para que estas interconexiones no pongan en riesgo la estabilidad del sistema eléctrico, cada caso requiere un estudio especializado y una determinación de los equipos que deberían instalarse. En segundo lugar, es necesario asegurar que haya capacidad disponible en las redes para transportar la energía del punto de interconexión a los centros de consumo. Para determinar los equipos requeridos y la capacidad disponible, es importante que los estudios se realicen por un ente imparcial [el Centro Nacional de Energía, Cenace, ahora un organismo público descentralizado], que no tenga conflictos de interés o motivos para favorecer o negar el acceso a las centrales de generación de alguna empresa en particular (Presidencia de la República, 2014: 8).

Más allá de los detalles técnicos e ingenieriles, queda claro que esta ley expresa un entendimiento sobre la importancia estratégica del sector, y a la vista de un neófito en materia jurídica, al parecer quiere plantear los mecanismos legales para que las inversiones privadas por sí mismas garanticen un avance tecnológico de la infraestructura de energía eléctrica y, a la vez, mantener

ciertos candados para evitar que estas compañías puedan, hipotéticamente, chantajear con el acceso a la energía en un futuro. Los escépticos podrán argumentar, desde luego, la poca participación ciudadana en la creación de esta ley, la nula intervención de la sociedad civil en el Centro Nacional de Energía, cuyo papel parece casi secreto y de operaciones esotéricas, pues no ha planteado una transferencia tecnológica o difundido sus conocimientos hacia el país; y, sobre todo, también pueden argüir que la corrupción no es una manera de actuar exclusiva de las empresas públicas, por lo que es entendible que muchos desconfiemos, pues la transparencia y la buena fe, que debían ser clave en esta ley, no podrán darse en ella de manera espontánea.

Me permitiré subrayar lo que reconoce la ley: las centrales de generación deben interconectarse a las redes de transmisión y distribución en algún punto, y debe transmitirse energía utilizable a través de esas redes para transportarla del punto de interconexión a los centros de consumo. Es en cada uno de esos puntos en donde se encuentran estructuralmente acoplados los sistemas de energía, telecomunicaciones y medios de comunicación no presencial. Estos puntos de interacción no sólo tienen un valor económico, sino también uno estratégico.

Una vez que hemos visto de manera un poco más clara cómo actúa el acoplamiento estructural entre estos sistemas, podemos atisbar mejor las implicaciones de la afirmación respecto de que los actores que controlan el sistema energético y sus dispositivos tienen un poder sobre el sistema de telecomunicaciones y sobre el de los medios masivos de comunicación. Y no lo pensemos sólo en términos de un posible apagón eléctrico que afectara a unos cuantos millones de usuarios finales, sino por las posibles implicaciones industriales o militares que tendría la inutilización de las telecomunicaciones y de los medios de comunicación no presencial. La cuestión central desde esta perspectiva tiene una dimensión práctica: plantearnos qué debemos hacer para que América del Norte como región no pueda permitirse un caos en México por alguna falla en la producción, transmisión o acoplamiento del sistema de energía con los demás sistemas sociales.

Acoplamiento y reforma estructural en México: telecomunicaciones

Veamos el caso de la reforma en telecomunicaciones, regulada por una ley aprobada el 14 de julio de 2014. Al igual que en el caso anterior, no se revisarán en esta sección de manera exhaustiva las posibles implicaciones que esta reforma podría traer consigo, sino únicamente nos centraremos en explicar algunos puntos de lo que podríamos llamar su acoplamiento estructural con el sistema de medios masivos de comunicación. En la página oficial de la reforma, se explica que

las telecomunicaciones nos permiten comunicarnos a distancia, a través de múltiples servicios, mediante los cuales emitimos y recibimos signos, señales, escritos, imágenes, sonidos y cualquier tipo de datos, utilizando como canales de transmisión el cable, la fibra óptica, [y] el espectro radioeléctrico [...]. Comúnmente estos servicios los conocemos como telefonía, mensajes de texto, Internet, televisión restringida, radiocomunicación, entre otros. [...] Son un elemento fundamental para fortalecer el crecimiento y la productividad; además, son pieza esencial en el desarrollo de la democracia y en el acceso a la cultura, la educación, la salud, y en general el ejercicio pleno de los derechos humanos. Por su importancia, todos los países están realizando esfuerzos para ampliar su infraestructura de telecomunicaciones e incrementar los niveles de cobertura y penetración de tales servicios (Presidencia de la República, 2015b).

El sistema de telecomunicaciones es, entonces, un elemento clave del entorno de casi cualquier sistema. El de medios masivos de comunicación no es la excepción. Según la información oficial, se buscó que la reforma girara en torno a seis ejes: la ampliación de derechos fundamentales, la actualización del marco legal, el fortalecimiento del marco institucional, la promoción de la competencia, el establecimiento de una política de inclusión digital universal y de una estrategia digital nacional, y el impulso a una mayor cobertura en infraestructura (Presidencia de la República, 2015b).

Las leyes aprobadas no siempre reflejaron los objetivos expresados por la reforma. Aunque no es el lugar para un análisis exhaustivo, sí es importante hacer un paréntesis para subrayar el caso de la definición del término *preponderancia* para determinar posibles prácticas monopólicas; éste fue uno de los puntos más polémicos de la reforma. De acuerdo con Raúl Trejo Delarbre, preponderancia es la condición del operador o de la empresa en telecomunicaciones

o radiodifusión que domina más de la mitad de un mercado (CNN, 2014). La opción desechada fue la que buscaba que, más allá de la preponderancia por sector (telecomunicaciones o radiodifusión), se identificara la preponderancia también por los servicios que podría prestar una empresa al interior de un sector, por ejemplo, servicios de radio y televisión abierta, o los de telecomunicaciones en telefonía fija y móvil, Internet, y televisión restringida, por cable o satelital. Como varios legisladores argumentaron en su momento (por ejemplo, los senadores Javier Corral Jurado y María Alejandra Barrales Magdaleno), haber tomado la opción de definir la preponderancia por sector contraviene el espíritu de la reforma en materia de combate a los monopolios, y el del Pacto por México en el sentido de que se dan herramientas al gobierno mexicano para regular los llamados poderes fácticos (que, en buena medida, podríamos ubicar como actores al interior de los sistemas que aquí nos atañen).

Desde una perspectiva sistémica, hay varios puntos de acoplamiento, interacción e interdefinición entre el sistema de telecomunicaciones y el de medios masivos de comunicación. Vemos la evidencia principal de estas interconexiones en el interés de los distintos actores por alinear sus dispositivos y artefactos para poder sacar el mayor provecho posible de su propia actividad estratégica, no sólo a nivel empresarial, sino también en las escalas geopolíticas; en el campo comercial y empresarial fue posible observar a los actores participar de manera abierta por medio de *lobbies*, grupos negociadores y propaganda diseminada por sus propios dispositivos para asegurar que sus intereses se vieran asociados a las supuestas bondades de la reforma en cuestión. También es muy posible que por debajo de la mesa hayan existido mecanismos de corrupción y compra de voluntades. Lo anterior es digno de sospecha porque, tanto funcionarios del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) como muchos diputados y senadores de las comisiones y de las bancadas que, podemos suponer, votaron sin leer o leyendo superficialmente las nuevas leyes que ellos mismos dicen haber redactado, lo hicieron en tiempo récord.

Así, en temas como el de la definición de la preponderancia de ciertos jugadores (que ya ha sido mencionado antes), es muy posible que la ley haya quedado de cierta manera para beneficiar a actores específicos y perjudicar a otros. Informaciones periodísticas afirman que Televisa podría ser uno de los beneficiarios y América Móvil uno de los afectados. En el momento de escribir estas líneas había un rumor creciente de que Carlos Slim Helú podía haber estado preparando una bomba mediática para mostrar alguna parte

del juego sucio que le afectó para mal en la determinación de las reglas a seguir. Como este tema, hay muchos otros en donde los actores de las telecomunicaciones y de los medios de comunicación vieron confluír sus intereses al grado de que las interdefiniciones podrían haber hecho difícil determinar dentro de qué sistema operaban, incluso en varias horas de un mismo día. Algunos de los temas en donde se podrían seguir las pistas para una posterior investigación son, además del de la definición de preponderancia, las negociaciones y decisiones que se tomaron en materia de tarifas y mecanismos de interconexión; de determinación de faltas, sanciones y multas; cuestiones éticas, de censura y de defensa por parte de las audiencias; así como las reglas de operación, que parecen ser muy restrictivas para medios sociales e independientes.

Especial mención merece, por su carácter geopolítico, la “regulación” de los dispositivos de espionaje, registro e intervención de comunicaciones, geolocalización y bloqueo de señales. La delicada tarea de definir acciones en materias que podrían ser contradictorias o polémicas se ha asignado al IFT. Dentro de este organismo se tendrán que definir cuestiones y prioridades en asuntos tales como hasta qué punto se aplicará la regulación en materia de confidencialidad de las comunicaciones, y hasta dónde se otorgará primacía a cuestiones como el combate al crimen y la seguridad nacional. Este organismo debe definir los grados de colaboración con las distintas entidades encargadas de proveer seguridad, no sólo en la supuesta cooperación con las instituciones de justicia sino, sobre todo, algo que no podemos soslayar: la infiltración del crimen organizado en los distintos cuerpos policíacos y militares del país. Es también preocupante la direccionalidad de las comunicaciones hacia Estados Unidos y la sintonización de los dispositivos de espionaje, principalmente centralizados en la Agencia de Seguridad Nacional (National Security Agency, NSA) de ese país.¹

Elementos del sistema de medios masivos de comunicación

En la sección anterior se explicó cómo el sistema de medios masivos de comunicación está estructuralmente acoplado a otros dos sistemas, el de energía

¹ Nota del editor: al momento de escribir estas líneas, aun no se iniciaban las negociaciones que derivaron en el Acuerdo Estados Unidos-México-Canadá (USMCA)

y el de telecomunicaciones, y usamos el ejemplo de México para mostrarlo. Ahora se expondrá cómo este sistema está constituido físicamente como una red de actores, dispositivos y artefactos. Todos estos elementos están acoplados estructuralmente a los sistemas de energía y telecomunicaciones, es decir, no podrían operar si no tuvieran suministro de energía eléctrica, o si no pudieran utilizar la infraestructura en telecomunicaciones respectiva. Cabe recordar aquí también que en este capítulo se habla únicamente de la parte física del sistema, y que es más adelante donde abundaremos sobre la que no es física, es decir, los campos programáticos a través de los cuales este sistema transmite la información.

Para efectos de este trabajo, entendemos como actores a las personas que participan en el sistema, ya sea aportando capital en alguna de sus formas (capital simbólico, económico, cultural y/o político) y/o trabajo en alguna de sus formas (mano de obra, trabajo creativo de investigación e innovación, trabajo administrativo y financiero, de mercadotecnia y/o de relaciones públicas). La participación de los actores en el sistema es clave porque, así ellos cuentan con cierto poder y pueden influenciar en distintos grados y negociar con los demás elementos del sistema. En este espacio sólo mencionaremos a los actores someramente.

Llamo dispositivos al mecanismo que interioriza información del entorno, tanto en las corporaciones, empresas, cadenas, canales, estaciones, emisoras, medios impresos, medios electrónicos como a los recursos de espionaje. En los dispositivos confluyen actores y artefactos estructuralmente acoplados al sistema energético y al de telecomunicaciones. Desde los dispositivos se producen, se reproducen y se emiten los contenidos de los campos programáticos a través de una diversidad de medios acordes al diseño y al funcionamiento de cada uno de ellos. Hemos argumentado el uso del concepto foucaultiano de dispositivo en otro lugar, pero cabe recordar aquí que lo utilizamos, entre otras cosas, porque nos permite establecer la idea de un nodo no causal, interconectado, que se despliega mucho más allá de sus características físicas y que opera esquizofrénicamente para poder compatibilizar sus funciones administrativas con sus funciones sistémicas.

Los artefactos son todos esos objetos tecnológicos que se requieren para que las personas accedan y retroalimenten al sistema a través de los productos de los campos programáticos, es decir, son teléfonos, computadoras, televisiones, radios, cines y demás equipos de reproducción de contenidos. Los

artefactos requieren de un usuario que, aunque generalmente desconoce el funcionamiento tecnológico del mismo, cuenta con ciertas capacidades para poder utilizarlo. Es decir, aunque un usuario no sepa exactamente cómo funciona una televisión, puede usarla, y depende de sus conocimientos y habilidades para el nivel y tipo de uso que dará al artefacto en cuestión. Por último, es menester recordar que los campos programáticos a los que se hace alusión nos permiten saber de manera discursiva y no discursiva lo que acontece, lo que entretiene, lo que vende y lo que conecta.

¿Qué es un dispositivo?

Según Foucault, y como reitera el célebre texto de Giorgio Agamben que busca responder directamente esta pregunta, un dispositivo tiene tres elementos:

- 1) Es un conjunto heterogéneo que incluye virtualmente cualquier cosa, lo lingüístico y lo no lingüístico, en el mismo título: discursos, instituciones, edificios, leyes, medidas de policía, proposiciones filosóficas, etc. El dispositivo en sí mismo es la red que se establece entre estos elementos.
- 2) El dispositivo siempre tiene una función estratégica concreta y siempre se inscribe en una relación de poder.
- 3) Es algo general, una *reseau*, una “red”, porque incluye en sí la episteme, que es, para Foucault, aquello que en determinada sociedad permite distinguir lo que es aceptado como un enunciado científico de lo que no es científico (Agamben, 2011: 250).

Posteriormente, Agamben (2011) revisa las raíces de *oikonomía* y de *dispositio*, para encontrarse en el primer caso una pista para entender la división esquizofrénica del logos de la administración y el logos del ser, es decir, de lo lingüístico y lo no lingüístico contenido en la noción de dispositivo. Por otro lado, el *dispositio*, clave en la raíz del dispositivo, es la fractura que a la vez articula esos dos: el ser y la praxis, la esencia y el modo en que ella administra. También Deleuze (1990) había analizado el término pero, acorde con su manera de ver las cosas, siguió los pliegues de ese concepto que es red, que es cartografía, y que sigue formas curvas de visibilidad y de enunciación. Así,

el dispositivo inventa líneas de fuerzas en donde la subjetivación de lo que se dice y lo que no se dice es clave para su funcionamiento. De esta manera, para Deleuze el dispositivo foucaultiano cuenta con líneas de realidad, de enunciación, de fuerzas, de subjetivación, de fisura y de fractura, que se entrecruzan y se mezclan suscitándose unas a las otras.

Es muy importante entender lo anterior porque nos puede ayudar a librar la barrera mental de confundir un dispositivo con un artefacto en donde se aplican mecanismos causales. Para decirlo claro: un dispositivo no necesita de un conspirador ni de un controlador central, pero funciona administrativamente, percibiéndose de manera engañosa como una cuestión casi divina, y su funcionamiento opera con total “naturalidad”. No sólo los actores del dispositivo comprenden lo que se dice y lo que no se puede decir, sino que aparentemente la sociedad toda también puede comprender el funcionamiento estratégico del dispositivo, como esencia y como administración.

Al parecer, la sociedad entiende o intuye el modo de trabajar del dispositivo en su totalidad; pero, cuando tenemos que conocerlo a profundidad, somos los académicos quienes, al analizarlo, distorsionamos el dispositivo y dejamos de comprenderlo. Esto nos lo recuerda Fabrizio Andreella: tal vez sea porque el mecanismo psíquico del conocer busque más apropiarse de las cosas que de aprender algo, como lo sugería Nietzsche. “La parcelación mental de la infinitud nos ha llevado a olvidar que todo ladrillo de la realidad de todo ser humano está hecho con la misma arcilla de la infinitud” (Andreella, 2016: 1).

En términos lacanianos, Slavoj Žižek (2015) identifica que ese punto de fractura (la cual bien podría ser del mismo tipo de la que habla Agamben) es el objeto-cause del deseo, es decir, “la causa que perturba la simetría de un vacío” (Žižek, 2015: 1026), ese vacío que requiere de una energía para persistir como tal, antes de cualquier identificación que lo transforme en algo, digamos, en un dispositivo. Del mismo modo podríamos plantear el problema epistemológico o, mejor dicho, nuestra propia limitación epistemológica para entender algo en su totalidad. Tiene que ocurrir esa fractura, ontológica y administrativa de lo lingüístico y lo no lingüístico, dice Agamben; sí, lo que podemos decir y lo que no podemos decir de un dispositivo.

Ahora bien, todo esto se complementa con la explicación de Deleuze: ese vacío, al desplegarse como una totalidad, también se va desarrollando como una cartografía, o como una red para poder ir la identificando, estudiando cómo va deviniendo. Sólo queda añadir que el observador no está ajeno

a este despliegue; al presenciarlo, forma parte de él y ocurre una transformación mutua y posiblemente simultánea. Si pretendiéramos describir este fenómeno en términos causales, fracasaríamos estrepitosamente porque no sabríamos definir su origen y, al dividir sus partes, no podríamos inferir su totalidad. Para entender nuestra propia limitación, para conocer algo como un dispositivo, es por lo que estoy trabajando desde una perspectiva de sistemas complejos y adaptativos, tomando elementos de la teoría crítica.

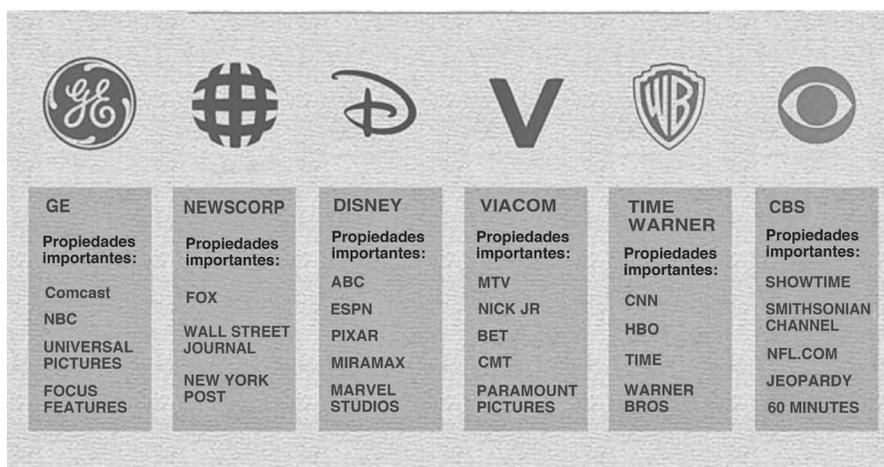
Apropiación de dispositivos en Estados Unidos

La concentración de recursos es una tendencia a nivel mundial (Picketty, 2014). El sistema de medios masivos de comunicación no es la excepción. En la última década hemos sabido de fusiones y adquisiciones de grandes corporativos mediáticos que parecen contrastar con una mayor oferta de canales, estaciones y medios impresos y electrónicos. Podría incluso pensarse que hay más opciones que nunca antes para estar informados, para entretenerse con una amplia variedad de deportes, espectáculos, películas, series, videojuegos; la publicidad parece tener más canales y opciones de penetración más precisas en sus mercados-objetivo, y las redes cibernéticas parecen expandirse al infinito. Sin embargo, sabemos que no es así; unos cuantos corporativos controlan a nivel mundial, y particularmente en el caso de Estados Unidos, prácticamente toda la oferta mediática: canales, estaciones, repetidoras, editoriales, sitios *web*. Veintiún corporaciones de telecomunicaciones y medios controlan prácticamente todo el espectro de comunicaciones no presenciales al que tenemos acceso en América del Norte, las cuales, ordenadas conforme al *ranking* de *Forbes* (2016) son Google, Apple, Verizon, Microsoft, Comcast, Disney, América Móvil, Time Warner, Time Warner Cable, Directv, CBS, Viacom, Sky, Dish, Televisa, Twitter, Facebook, Bertelsmann, News Corp, Azteca America y CBS. Estas corporaciones parecen operar como cárteles, pues cooperan y compiten entre sí según la ocasión, y cualquiera de los líderes de las empresas que conforman estos corporativos podría tener más poder de comunicación que los más célebres dictadores del siglo xx.

Particularmente, según una infografía elaborada por FrugalDad, en 2011 seis corporaciones controlaban el 90 por ciento de lo que los estadounidenses

leen, ven o escuchan.² Cabe señalar que Ashley Lutz, de la revista *Business Insider*, ha informado que desde 2012 General Electric (GE) ya no forma parte de esas seis compañías, sino que ha sido reemplazada por Comcast. También es importante puntualizar que, a lo largo del pasado lustro, empresas catalogadas generalmente en el sistema de telecomunicaciones han incrementado su participación mediática, por lo que se ha transformado el escenario corporativo de los medios de comunicación a escala global. Las principales empresas de telecomunicaciones que están tomando por asalto el sistema de medios actualmente y no aparecen en la figura siguiente son Google, Apple, Microsoft y Verizon.

CORPORACIONES QUE CONTROLABAN EN 2011 EL 90 POR CIENTO
DEL MERCADO EN ESTADOS UNIDOS



FUENTE: FrugalDad.com, "Media Consolidation: The Illusion of Choice (Infographic)", 2011, en <<http://www.frugaldad.com/media-consolidation-infographic/>> (consultada el 15 de junio de 2012).

Según la infografía elaborada por el *blog* FrugalDad, en 2011, 232 altos ejecutivos son quienes controlaban la dieta informativa de los estadounidenses (casi 850 000 personas por ejecutivo). Sólo Time Warner (CNN, *Time*, *The Huffington Post*, etc.) tiene 178 millones de lectores mensuales (el triple que Google News en 2015); y ganaron entre las seis casi 276 000 millones de dólares

² Nota del editor: las cifras han cambiado desde 2011, pero lo que se busca ejemplificar sigue vigente.

en 2010. Para ponerlo en dimensiones mexicanas: estas empresas ganaron casi una quinta parte del producto interno bruto (PIB) de México durante ese año; y el valor de Televisa, según *Forbes*, sería menor al 10 por ciento de Comcast. Si estas seis corporaciones fueran un país, estarían entre los cuarenta más ricos del mundo.

Si comparamos estos gigantes mediáticos con sus pares del sistema de telecomunicaciones, podríamos ver el tamaño de la transformación que está ocurriendo ante nuestros ojos: con la revaloración de Google, la corporación tecnológica Alphabet fue considerada en febrero de 2016 por *Forbes* como la empresa más valiosa del mundo, con un valor de casi 550 000 millones de dólares; es decir, si esta corporación fuera un país sería uno de los veinticinco más ricos del mundo, a la par de Suecia, y aproximadamente representaría el 40 por ciento del PIB de México en 2015. Google, Apple y Microsoft juntas valdrían cinco veces más que las seis corporaciones mediáticas señaladas más arriba; y si fueran un país, serían una de las diez economías más grandes.

Aunque claro, nos estaremos equivocando garrafalmente si consideramos que el valor de estas corporaciones es económico, ya que su verdadero valor es estratégico y geopolítico, es decir, lo obtienen de su capacidad para controlar de manera creciente poblaciones y territorios a nivel mundial, y particularmente en la región de América del Norte. Estas corporaciones han desarrollado estrategias para copar dispositivos mediáticos y así marginar y expulsar a ciertos actores y discursos de los nodos amplificadores, que se encargan de reproducir sustancialmente lo mismo a través de formatos y discursos adecuados al segmento de mercado que disputan. Sea por motivaciones prácticas, económicas o ideológicas, mediante mecanismos de amplificación/ocultamiento de ciertos contenidos, y a diferencia de las prácticas de censura del siglo XX, parece que ahora se privilegian tácticas de saturación de estímulos repitiendo imágenes, amplificando voces insustanciales que describen las imágenes, e incorporándolas a un sistema de interpretación hegemónica que se fortalece retroalimentándose a través de los campos programáticos, como veremos posteriormente.

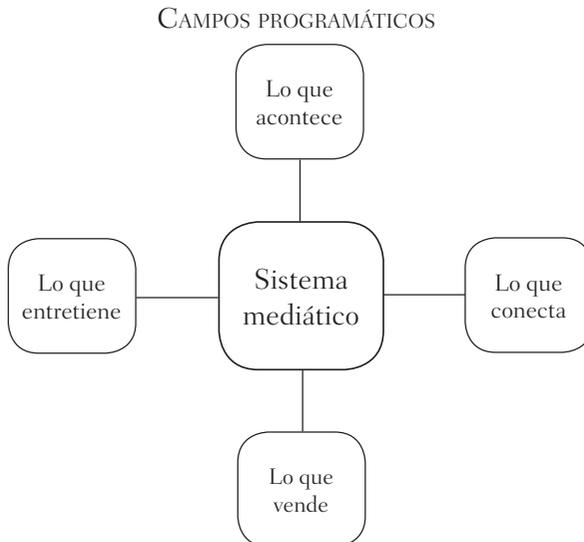
Conclusión

En este capítulo se revisó cómo operan los acoplamientos estructurales del sistema de medios de comunicación no presencial con el sistema energético y con el sistema de telecomunicaciones, y se ejemplificó con el caso de las reformas estructurales aplicadas en México. También se revisaron las características de los elementos internos del sistema (actores, artefactos y dispositivos), y se dedicó una amplia explicación a este último concepto con el cual se buscó identificar ciertas dinámicas de apropiación y concentración al interior de este sistema en Estados Unidos.

LOS CAMPOS PROGRAMÁTICOS

Introducción

La propuesta de Luhmann (2000) para explicar el sistema mediático fue dividir este sistema en tres campos programáticos. Nosotros hemos explicado que el sistema de medios de comunicación masiva opera a través de cuatro campos programáticos, pues en nuestra exposición buscamos dar cabida a la interacción entre el medio de comunicación y el modo de comunicación diferenciado por Kress y Van Leeuwen (2001). Así, hacemos una propuesta en la que se pueda estudiar el carácter estratégico de la interacción entre los artefactos tecnológicos (radio, televisión, medios impresos, etc.) con los distintos géneros y subgéneros comunicativos que cuentan con una complejidad discursiva multimodal creciente.



De esta manera, no sólo los soportes tecnológicos son los nodos físicos en donde convergen los campos programáticos del sistema, sino que cada programa emitido es, asimismo, un nodo de estos campos: un programa (de radio o televisión, por ejemplo) se inscribe dentro de un campo programático que podríamos considerar primario, pero es también un nodo de convergencia de los otros campos programáticos que serían transitoriamente secundarios, según cada caso. Así, un noticiero se inscribe principalmente en el campo programático de lo que acontece, aunque durante su emisión ofrecerá distintas modalidades de publicidad (lo que vende); de interacción con su público, por ejemplo, a través de líneas telefónicas o de una o varias redes sociales (lo que conecta); y buscará ser lo suficientemente entretenido para mantener la atención de su audiencia. En todo caso, en este ejemplo no queda duda de que el objetivo principal de un programa noticioso es decir lo que está sucediendo y, por lo tanto, comunicarnos también lo que no está ocurriendo, al amplificar y ocultar selectivamente ciertos acontecimientos o informaciones.

Los sistemas políticos, cuyos problemas son de acceso y mantenimiento del poder, han interactuado con los sistemas mediáticos desde los inicios de las comunicaciones no presenciales. El campo programático al que parecían estar circunscritos “naturalmente” los actores de los sistemas políticos cuando éstos interactuaban con el sistema mediático es el que hemos llamado “campo programático de lo que acontece”. Los políticos son actores clave de este último, en donde resulta de gran importancia tener una presencia coherente con su perfil político, y buscan que sus actos puedan amplificarse u ocultarse dentro de los esquemas propios de este campo.

La agenda mediática de un personaje de la política suele estar dictada según su propia conveniencia en la medida de lo posible, a sabiendas de que todos sus aliados-adversarios políticos están compitiendo por su capacidad de influencia en la expansión del poder de su sistema. Los actores políticos buscan fortalecer sus propias posiciones por la vía de tomar decisiones prácticas para hacer fuertes o debilitar a otros actores, conforme a sus propios intereses, basados en la información disponible.

Específicamente en su interacción con el sistema mediático, los actores políticos buscan que los demás actores del campo programático de lo que acontece les den una presencia directa, por medio de amplificar su presencia en los noticieros, e indirecta por la vía de discutir favorablemente sus propuestas en espacios de opinión y discusión política. Los actores del sistema

político no están circunscritos exclusivamente al campo programático de lo que acontece, sino que incursionaron también en el campo programático de lo que vende a través de la publicidad, los *spots* y las inserciones pagadas dentro de espacios específicos. En los sistemas políticos electorales, la presencia de los actores políticos en la publicidad seguramente es tan importante como la que tienen en los noticieros y en los programas de opinión. Esta interacción sistémica no se reduce a la publicitación de una imagen pública, a la propagación de eslogans, a la difusión de un supuesto ideario político o a la promoción de promesas electoreras. Además de esas labores, la interacción con el campo de lo que vende produce intercambios comerciales, pagos por los espacios publicitarios e inversiones recíprocas en donde los actores del sistema de medios, desde reporteros hasta corporativos mediáticos, muestran su vinculación con ciertos personajes y dinámicas del sistema político, y definen así sus posiciones y esferas de influencia al interior de ambos sistemas.

Más recientemente, los actores políticos comenzaron a ampliar sus horizontes para flexibilizar sus estrategias mediáticas y emanciparse de la ortodoxia que implica ceñirse al campo programático de lo que acontece como el principal. Así, en las últimas décadas George Bush Jr. privilegió la venta de su propuesta política, y Barack Obama pudo haber llegado a la Presidencia de Estados Unidos, entre otras cosas, gracias a un manejo de las redes sociales mucho más eficiente que el que usaron sus adversarios políticos en las elecciones de 2008 y 2012.¹ El campo programático de lo que conecta ha probado ser muy importante para “humanizar” a los candidatos y acercar a los actores del sistema político de los tres poderes republicanos (Ejecutivo, Legislativo y Judicial) a sus respectivas zonas de influencia, y a que la sociedad los ubique ideológica y socialmente, no como una estrategia subordinada a la lógica de otro campo programático (por ejemplo, “vender” su propuesta” o “marcar la pauta” en los noticieros), es decir, no sólo eso; cada caso se vuelve prioritario momentáneamente y los demás se subordinan según el medio y el modo que se ha elegido. Así, se van reconociendo las reglas y los códigos de cada caso para actuar conforme al medio y el modo elegido como si fuera el prioritario: en los noticieros, contar con una estrategia mediática propia de ese campo; del mismo modo en la publicidad, y más recientemente en el uso de las redes sociales.

¹ Nota del editor: el manejo de Donald Trump de la red social Twitter es analizado por el autor en Barrón Pastor, 2018.

Lo que acontece

Niklas Luhmann (1996) llamó a este campo programático “de las noticias y reportajes”, al referirse a este tipo de instancias de procesamiento y reforzamiento de información. Le llamó la atención que este espacio encierra una contradicción evidente: se trata de un campo cotidiano, para verse y escucharse a diario, para estar supuestamente informando acerca de lo que va pasando, que casi nunca tiene un carácter sorpresivo. Aunque justamente es sólo cuando algo acontece que se puede notificar; hay que esperar a que algo ocurra para tener algo que informar.

Algunas de las características que observó Luhmann sobre el funcionamiento de este campo programático son: la utilización de mecanismos de sorpresa/estandarización; la necesidad de generar y amplificar conflictos (para generar interés); el empleo de cantidades (para dar un cierto aire de “seriedad” a la información); proporcionar lejanía y rareza a lo que se dice (para proveer de cierto carácter exótico a lo que se informa); mostrar ejemplos de contravención de las normas (cuanto más escandalosas, mejor); ofrecer una valoración moral de las contravenciones; y reproducir procesos de atribución o desresponsabilización, según sea el caso.

Estos funcionamientos sistémicos acarrearán mecanismos de recursividad (enfocarse en casos particulares y luego recrearlos para construir un marco referencial sobre eventos triviales), de tal manera que incluso se considera como “noticia” la exteriorización de opiniones de alguna persona, o las actualizaciones de ciertas actividades como los números de la bolsa, los resultados de encuentros deportivos o pronósticos sobre clima. También se está almacenando una especie de memoria colectiva a la que se recurre para poder llenar rutinas de información, y pueden observarse mecanismos de condensación, confirmación, generalización y esquematización para crear la sensación en la audiencia de que entiende una situación, pues puede asociarla a informaciones previas.

Después de leer las anteriores características, tal vez pueda quedar claro al lector por qué le parecía a Luhmann que había muy poco margen de maniobra para una operación no previsible del sistema, y por qué consideraba que sospechar de una posible manipulación de los medios era una manera de sobrevalorar la inteligencia de las personas a cargo de la reproducción del campo programático de los noticieros y reportajes.

El reto que me he planteado para este libro es desnaturalizar esta descripción de Luhmann para poder ir más allá del diseño y entender algunas de las implicaciones estratégicas del hecho de que este sistema opere de esta manera. Para ello, se verá cómo este funcionamiento sistémico de los campos programáticos (en este caso, de lo que acontece) reproducen formas de violencia simbólica y sistémica que ya han sido explicadas anteriormente. Para decirlo claro: el sistema de medios masivos de comunicación no sólo reproduce contenidos de violencia situacional y simbólica, sino que la operación misma del sistema implica la reproducción de formas de violencia simbólica y sistémica e incluso, en ocasiones particulares, violencia situacional. Para ejemplificar este funcionamiento sistémico, la violencia que genera y las implicaciones estratégicas que tiene esta manera de operar en este campo programático, he estudiado el tratamiento mediático del tema de las visas para mexicanos en Canadá durante la visita del presidente Enrique Peña Nieto a ese país a principios de 2014 (Barrón Pastor, 2017). A continuación, argumentaré por qué he preferido renombrar este campo programático.

ACONTECIMIENTOS MEDIÁTICOS

Los noticieros y reportajes pueden haberle parecido a Luhmann el espacio natural para informar sobre lo que acontece; sin embargo, tal vez esto sea porque cuando él vino a México faltaba poco más de un lustro para que pudiéramos ver en este país cómo ciertos productos mediáticos exploraron una nueva capacidad de impactar cuando se inmiscuían en programas no propios de su esfera narrativa. Me refiero al curioso caso de la emisión en 1997 de la telenovela *Mirada de mujer*, realizada por Argos Comunicación para TV Azteca, dirigida por Antonio Serrano y producida por los legendarios periodistas mexicanos Epigmenio Ibarra y Carlos Payán. La historia supo cautivar a una audiencia que solía decir que las telenovelas eran sosas y predecibles; tuvo un éxito que le permitió disputar el *rating* y el monopolio que tenía Televisa sobre este género televisivo en el país. Una de las estrategias mediáticas que posiblemente fueron clave en este suceso mediático fue que era común escuchar que el programa consiguió romper el cerco informativo que la censura gubernamental había impuesto a los noticieros; así, la audiencia ciudadana podía enterarse en ese espacio de lo que estaba pasando en el país, y reconocer y contrastar

las narrativas telenovelescas con lo que los noticieros mostraban como “la realidad”. Por supuesto, el hito de esta dislocación de recursos en los campos programáticos “equivocados” se dio desde el 30 de octubre de 1938, a través de Columbia Broadcasting System (CBS), con la célebre transmisión de Orson Welles que adaptó la novela de H.G. Wells *La guerra de los mundos* a un formato de noticias de última hora. El resultado es de sobra conocido.

Los acontecimientos mediáticos cada vez con mayor frecuencia van trastocando los formatos. Mientras que los de los noticieros, reportajes y documentales se van haciendo predecibles y acartonados (tanto, que podemos representarlos fácilmente al interior de una escena de cualquier película, serie televisiva o programa radiofónico), es común que actualmente ciertas narrativas de ficción utilicen determinados aspectos de formatos noticiosos para dar a la audiencia una sensación de mayor realismo. Incluso existen innumerables ejemplos de notas periodísticas falsas que reportan supuestos acontecimientos en sitios de Internet, con lo que logran que algunos internautas las reproduzcan al ser engañados sobre su veracidad. Además, desde luego, se encuentran todas las noticias y reportajes periodísticos que buscan crear falsos acontecimientos para mantener interesado al público en temas enteramente ficticios, falsedad que tiene incontables matices, como las inserciones pagadas de entidades gubernamentales; la publicidad de medicamentos que muestra diagnósticos e investigaciones científicas; notas de espectáculos en que aparecen acuerdos de la clase política; opiniones políticas y económicas desperdigadas en programas de entretenimiento, y un larguísimo etcétera que nos permite avizorar que lo que acontece no sólo se amplifica o se oculta a través de noticieros y reportajes, sino por medio de casi toda la gama de formatos mediáticos posibles.

¿Qué es, entonces, lo que acontece y cómo funciona este campo programático? Según Slavoj Žižek (2014), un acontecimiento es un parteaguas que no sólo anticipa que las cosas serán diferentes a partir de él, sino que también reconfigura lo que ya había ocurrido antes del mismo. Es decir, no sólo es una emergencia presente en sí, sino que produce, además, propiedades emergentes en el pasado y el futuro, tanto en el propio sistema social en donde se desarrolla, como en el entorno del mismo.

Estas estrategias de manipulación (Cuadro 1) que muestra Timsit (con frecuencia se atribuye equivocadamente su detección a Noam Chomsky) funcionarán, si Judith Butler tiene razón, mientras puedan mantener los re-

querimientos de continuidad, visibilidad y localización de las audiencias. La crisis por manipulación mediática se da cuando las personas (y potencialmente las audiencias) comienzan a manifestar procesos melancólicos. En la melancolía (Freud, 2013a), a la pérdida de la identidad propia causada por la identificación previa con su ideal psíquico (en este caso, representado por la mercancía ofrecida por el campo programático de la publicidad), se le suma la privación de la *idealidad* conforme la persona se rebela contra la conciencia, descentrándose. Entonces, el sujeto, para persistir, podría intentar sublevarse contra las condiciones que lo engendran, buscando repetir algo de sí mismo que lo descentre hasta recrear una nueva versión de sí mismo.

CUADRO I
ESTRATEGIAS DE MANIPULACIÓN MEDIÁTICA
SEGÚN SYLVAIN TIMSIT

-
1. Distraer.
 2. Crear problemas y ofrecer soluciones.
 3. Gradualidad.
 4. Diferir.
 5. Provocar que las audiencias se vuelvan estúpidas.
 6. Emocionar, más que provocar la reflexión.
 7. Promover la ignorancia y la mediocridad.
 8. Estimular la mediocridad.
 9. Reforzar la autoculpabilidad.
 10. Conocer mejor a los individuos de lo que ellos mismos se conocen.
-

FUENTE: Elaboración propia, con base en Sylvain Timsit, "Stratégies de manipulation", en <<http://www.syti.net/Manipulations.html>>, consultada el 14 de febrero de 2016.

También es importante señalar que en cada acto se decidirá la performatividad de los sujetos y de los dispositivos y, por lo tanto, la efectividad de la manipulación o la resistencia a ella. La ilación de los acontecimientos es un fenómeno psíquico; para decirlo claro, en un instante podría funcionar una estrategia y en el siguiente no. Si la estrategia falla, el dispositivo puede cambiarla y, por otro lado, un sujeto reflexivo que ha sabido reconocer una manipulación y actuar con independencia puede identificarse en el siguiente instante con otro caso que podría parecer distinto y distante del primero, pero posiblemente no lo sea, pues en cada punto el panóptico es inconmensurable.

Las estrategias de *distracción* en el campo programático de la publicidad funcionarán, entonces, si el dispositivo y su audiencia están sintonizados; si el primero puede identificar el acontecimiento del cual pretende desviar la atención, y si el sujeto/audiencia no percibe la distracción como tal, u opta por entregarse al distractor como una forma de goce.

Los dispositivos buscan continuamente *crear problemas y ofrecer soluciones* en todos los ámbitos: políticos, deportivos, espacios de discusión sobre series, películas, efectividad de ciertos productos y un amplio etcétera. La estrategia funcionará mientras el sujeto/audiencia se identifique con los problemas y participe de la polémica, *difiriendo* dentro de los términos establecidos por el dispositivo. Esta estrategia funciona cada vez que el sujeto/audiencia accede a proponer soluciones dentro de un problema previamente establecido. El verdadero conflicto surge cuando el sujeto/audiencia plantea un nuevo problema.

Una de las paradojas de crear la sensación de continuidad en los dispositivos mediáticos es que, a la vez que predispone las cosas para establecer los términos de la manipulación, ésta se va desgastando y produce aburrimiento. Tiene que haber una cierta *gradualidad* para poder mantener la atención y aparentar que están ocurriendo sucesos interesantes o que las mercancías son novedosas. Para ello, los dispositivos suelen subestimar a sus audiencias, tratándolas como *estúpidas*, buscando *emocionar y promover la ignorancia y la mediocridad*. El sujeto/audiencia que desenmascara estas estrategias tratará de aprender, informarse, conocer y reflexionar críticamente sobre los acontecimientos y las mercancías, así como acerca de las formas en que le presentan la información.

Sin embargo, la rebelión del sujeto no puede seguir estas simplificadas pautas, claro, no sólo porque la vida no es lo que pasa en los medios, sino también porque cada vez más los dispositivos *conocen mejor* a los sujetos/audiencias de lo que ellos se conocen a sí mismos. Ante este hecho, los dispositivos buscan desanimar a los sujetos/audiencias rebeldes, *reforzando autocolpabilidades y estimulando la mediocridad* por la vía de hacer parecer que cualquier esfuerzo del sujeto/audiencia es muy pequeño y poco valioso: no sólo sus afanes son estériles frente a lo abrumador de las circunstancias, sino que son los sujetos sociales, y no los dispositivos mediáticos, los responsables de lo que está pasando.

Las mercancías que se publicitan, sean envoltorios de objetos y símbolos, personajes o ideas, lo hacen para poderse vender o para generar la percepción

de que se venden. Este campo programático es clave para los ingresos económicos del sistema pero, sobre todo, para la manipulación fetichista e ideológica de las mercancías que ofrece. De esta manera, se puede seguir incrementando el precio de estas últimas aun cuando el tiempo socialmente necesario para su producción decrezca y, con ello, su valor. Esta característica va aparejada con las actuales modas de sustituir (cuando se pueda) la producción propia de contenidos (en este caso publicitarios) por la ampliación de opiniones favorables o desfavorables (según sea el caso) de personajes “reales”.

El funcionamiento de este campo programático se ha actualizado, y por ello podemos entender cómo este sistema puede operar sin que sus actores o dispositivos resientan sus prácticas como manipuladoras. Se ha mostrado que la contradicción existente entre la noción de acontecimiento y el código del sistema de medios provoca una exposición paradójica de los eventos: por un lado, se busca y promueve la novedad para que haya algo que reportar; al mismo tiempo, todo acontecimiento genera mecanismos de recursividad para los cuales se crean rutinas informativas, lo que permite que incluso los sucesos más atroces puedan banalizarse, y que los más banales puedan ocupar mucho tiempo la atención de las audiencias. El mandato del *rating* afecta el código del sistema a tal grado que no es necesario aludir a razones éticas o ideológicas para el funcionamiento práctico “natural” del sistema.

Pueden ocurrir acontecimientos éticos y/o políticos excepcionales, y cuanto más lo sean, mayor impacto podrían tener. Sin embargo, el sistema tiene un modo de operar que permite la desresponsabilización de los actores y, por lo tanto, trae consigo uno de los elementos clave para la reproducción de la violencia sistémica, como vimos anteriormente. Además, el sistema de medios de comunicación cuenta con mecanismos para interiorizar los eventos de contravención de las normas y ofrecer una valoración moral de los hechos no significativos o los escándalos, lo que le permite apropiarse de los pequeños y grandes heroísmos periodísticos, sean reales o escenificados.

El tratamiento de la información sigue patrones predecibles de condensación, confirmación, generalización y esquematización, con los cuales se crea la sensación de que se comprende una situación; así, el sistema de medios de comunicación no presencial cumple su función dentro de los sistemas sociales: ofrecer la posibilidad de la comunicación no presencial. Las mentiras no son exclusivas de este sistema social, pero su capacidad de amplificación sí.

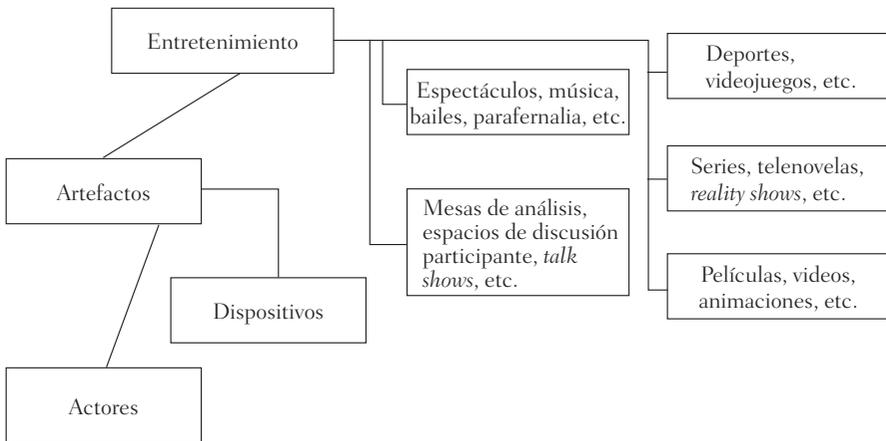
Lo que entretiene

El entretenimiento podría tener su raíz etimológica en la idea de retener algo entre dos puntos; esto, seguramente se asocia con la noción de lo lúdico: lo que se realiza para evadirse, para jugar, para pasar un lapso de ocio. Con estas pistas podemos iniciar nuestra inmersión en este campo programático del entretenimiento: el observador y el participante pueden presenciar el principio y el final de algo y, a diferencia de lo que ocurre con la vida, hay un antes y un después. A la vez, el juego pretende ser una representación de la vida misma, crear una ausencia artificial de la vida, una pausa en donde exista algo de ella.

Desde el nacimiento de CBS en 1928, su oferta consistía en la transmisión de noticias, deportes y entretenimiento. En los últimos años, este último trae consigo, además, la idea de competencia. Ya no se trata sólo de presenciar una obra de arte o un juego: no nos debe aburrir, porque tal parece que a esa sensación de aburrimiento hay que huirle como a la peste. No obstante, el aburrimiento puede ser la base de la energía creadora; incluso un dios pudo haber creado el mundo en un momento de aburrimiento, decía Kierkegaard. El aburrimiento nos permite ver el paso del tiempo, ver cómo se nos va la vida; el entretenimiento nos distrae de ese proceso inexorable hacia la muerte. No queremos aburrirnos, queremos entretenernos; y el sistema de medios masivos de comunicación puede darnos eso, a cambio sólo de que nos sintonicemos con sus dispositivos mediante ciertos artefactos. No es necesaria nuestra presencia, este sistema nos pone allí, en el lugar de las representaciones (de donde estamos ausentes, pero asistimos a distancia), donde nuestro cuerpo está conectado a una consola de videojuegos, a una televisión, a un radio. Y quedamos ausentes en ambos espacios, en donde estamos y a donde nuestra mente se ha ido; contribuimos con algo para que el juego o la representación se realicen; muchas veces aportamos el ser espectadores, otras no participamos en el juego para no arruinarlo.

Este libro y este capítulo no buscan analizar los contenidos de los productos mediáticos; en este caso no es tan importante saber cómo es que ciertas cosas entretienen a determinadas personas y a otras les aburren. La pregunta para los fines de este trabajo es: ¿tiene el entretenimiento un funcionamiento sistémico que a la vez es una actividad estratégica del sistema?

DIVERSIDAD DE LA OFERTA PARA EL ENTRETENIMIENTO



Al parecer, se ha dado una proliferación de competencias para entretener y para dar sentido al entretenimiento; hay que definir a los campeones en algo, en todas las actividades posibles. Y claro, no es que no podamos divertirnos simplemente como espectadores de un acto que nos distrae de nuestra vida por un tiempo, tiene un principio y un final y puede servirnos nada más para pasar el rato o, para los que gustamos de la reflexión, decirnos algo de nosotros mismos y de los demás, de la existencia en sí; pero aparentemente, en este esfuerzo voluntarioso por parte de todos los actores, artefactos y dispositivos del sistema de medios de comunicación por entretenernos, se podría incluso cuestionar si el código de este sistema no es lo informable/lo no informable, como afirmaba Luhmann, sino algo relacionado con la dicotomía entretenimiento/aburrimento; buscar amplificar lo que entretiene, y encubrir o aminorar lo que aburre.

Posiblemente, todas las características que vio Luhmann relacionadas con el campo programático de lo que acontece, tales como la utilización de mecanismos de sorpresa/estandarización; la necesidad de generar y amplificar conflictos; el empleo de cantidades, datos y estadísticas; proporcionar cierto carácter exótico a los acontecimientos; mostrar ejemplos de contravención de las normas; ofrecer una valoración moral de las contravenciones; y reproducir procesos de atribución o desresponsabilización, según sea el caso, se pueden ver también en el campo del entretenimiento, no sólo durante los eventos sino en los preparativos y en los análisis posteriores, pero no en la ruta de

informar o desinformar a alguien, sino con el objeto de mantenerlo entretenido, de que ponga su atención en algo, de tal manera que no se aburra y no se desconecte de la red de comunicaciones no presenciales para volver a su mundo aburrido. Mientras nuestra atención esté en los productos que el sistema referido puede ofrecernos, éste tendrá información sobre nosotros; si nos desconectamos, dejará de recibirla. Por eso el código es lo informable/lo no informable, pero el señuelo es el entretenimiento.

Sí, la información es la energía de la inmensa red de comunicaciones no presenciales que transita a través del sistema de medios de comunicación no presencial. No obstante, lo que devuelve a los sistemas sociales en forma de información es algo marginal, está muy filtrada y es poco útil comparada con el poder informativo *que captura* (lo que veremos con más detalle en el cuarto campo programático y sus dispositivos de espionaje). El sistema de medios de comunicación no presencial nos ofrece todo un campo programático para mantenernos entretenidos y, a cambio, sólo quiere nuestra atención y que nos sintonicemos con él. Qué barato, ¿o no?

El campo programático del entretenimiento es, posiblemente, el que más dispositivos ha creado y recreado el sistema de medios masivos de comunicación: películas, series, telenovelas, deportes, documentales; cada uno con sus respectivas características e interacciones con los campos de lo que acontece, de la publicidad y, recientemente, con diversas interconexiones con las redes virtuales e Internet. El campo de lo que entretiene es un espacio lúdico, en donde la comunicación no presencial crea una realidad ficticia que, paradójicamente, está separada del mundo y, a la vez, produce y reproduce elementos y dinámicas sociales y culturales. En este campo se despliegan representaciones, simbolismos, conflictos e ideologías dentro del código “lo que entretiene/lo que aburre”, que por ser lúdico puede no tomarse muy en serio, pero que puede dotar de significado a ciertas prácticas sociales, como se ha ido analizando cada vez con mayor amplitud en los llamados estudios culturales. El modo en que se reproduce este campo programático cuenta al menos con diecinueve géneros según Rose y Alley (1985), y un número creciente de subgéneros y formatos acordes con sus respectivos aparatos de reproducción (televisión, cine, radio, transmisión por Internet) que abarcan todo el espectro narrativo, desde el drama y la comedia hasta el terror y la épica. Puede cubrir cualquier subgénero y va hermanado con prácticamente todas las artes clásicas, especialmente la literatura, el teatro y la música.

CUADRO 2
GÉNEROS DEL CAMPO DE LO QUE ENTRETIENE

• Género policiaco y de rescates	• Transmisiones deportivas
• Género de detectives y <i>westerns</i>	• Espectáculos informativos y de análisis
• Género de acontecimientos históricos	• Espectáculos lúdicos
• Género bélico	• Espectáculos de variedades
• Fantasía	• Espectáculos de conversación
• Comedia	• Espectáculos de realidad
• Telenovelas	• Programación para niños
• Películas	• Programación educativa
• Documentales	• Programación cultural
• Series	• Programación religiosa
• Melodrama médico	• Transmisiones comerciales
• Ciencia ficción	• Series animadas

FUENTE: Elaboración propia.

Entretener es clave para el funcionamiento del sistema. Todos los contenidos mediáticos tienen que ser entretenidos para poder mantener a la gente conectada a los objetivos estratégicos del sistema.

Lo que vende

¿Cómo es posible que la publicidad funcione? A Luhmann, como a mucha gente inteligente, le sorprende que la publicidad funcione, y dice que es “bajo la forma de la autoorganización de la estupidez” (Luhmann, 2000: 66). La publicidad, afirma, muestra abiertamente las intenciones del sistema de medios, pero “refina y esconde con frecuencia los medios que utiliza” (Luhmann, 2000: 66). Es decir, la publicidad es, al parecer, el campo cínico del sistema de medios y, a decir de Luhmann, su efectividad radicaría en su capacidad de evadir “la tendencia crítica de la esfera cognitiva” (Luhmann, 2000: 67). Cabe decirse también que para este autor, la publicidad no mide su éxito únicamente en términos de ventas, sino que su función dentro del sistema es “*estabilizar la redundancia y variedad de la cultura cotidiana*” (Luhmann, 2000: 74, cursivas en el original).

Partiremos de estas apreciaciones para tratar de entender cómo se da este funcionamiento. Se parte del supuesto de que el campo programático de la

publicidad es clave tanto para los fines de control territorial y poblacional del sistema, como para establecer una relación simbólica entre los actores sociales y los objetos representados mediáticamente. Las relaciones no sólo se establecen entre los actores representados mediáticamente, sino también entre los que están ausentes o deformados. Las audiencias son tipificadas y estereotipadas no sólo con fines mercadológicos sino, principalmente, para establecer, mantener y reproducir relaciones simbólicas de poder.

Tal vez por lo anterior es que en parte es común confundir el sistema político con el sistema de medios, porque ambos se utilizan mutuamente. Y aunque aquel sistema ha ido aprendiendo a usar los otros campos programáticos, en la publicidad es donde está su terreno milenariamente conocido. La propaganda es, pues, una forma de expresión de este campo programático, y en él, el conocimiento y el manejo de los símbolos, las emociones y los sesgos cognitivos e ideológicos son muy importantes para su efectividad y reproducción.

A pesar de lo que digan algunos mercadólogos y publicistas, no es fácil diferenciar la publicidad de la propaganda. Generalmente se refieren a la primera como “la colocación de anuncios y mensajes en el tiempo o en el espacio por parte de empresas de negocios, organizaciones sin fines de lucro, agencias gubernamentales e individuos que buscan informar o persuadir a los miembros de un segmento de mercado o audiencia acerca de productos, servicios, organizaciones o ideas” (*Marketing Dictionary*, 2014: “Advertising”; traducción propia). Por otro lado, en ese mismo diccionario se considera generalmente como propaganda “a las ideas, información o cualquier material comúnmente diseminado a través de los medios en un esfuerzo por ganar gente para la causa de una doctrina o punto de vista” (*Marketing Dictionary*, 2015, traducción propia). Claro que en el nivel de las especializaciones y de las técnicas específicas debe haber muchas diferencias, pero ¿acaso en el fondo de todo cinismo publicitario no hay al menos una semilla ideológica?

El capitalismo es un sistema de intercambio material y simbólico que se sostiene por la vía de la apropiación y reproducción de los medios de producción y el despojo (material y simbólico) de los mismos. En éste sentido Slavoj Žižek (1999) considera que los individuos interactuantes reproducen inconscientemente el funcionamiento del capitalismo, incluyendo sus mecanismos de opresión y despojo. Como hemos visto, el sistema de medios masivos de comunicación es clave para esta reproducción a través de todos sus campos programáticos. Exploraremos un poco más de cerca la construcción de las

mercancías, mecanismo que se da en todos los campos del sistema, pero que en el publicitario es particularmente evidente.

Cabe señalar que no es recomendable concebir el campo programático de la publicidad restringido únicamente a la emisión de *spots* publicitarios claramente diferenciados o “en estado puro” (así como en los campos programáticos analizados previamente). Así, el campo de lo que acontece puede emitirse desde una telenovela o un partido de fútbol; o bien, puede verse una película que pretende entretener a la vez que informar o desinformar sobre cierto tema. El campo de la publicidad no se restringe a *spots*, sino que puede utilizar otras modalidades para promover una mercancía o una idea, como los noticieros; puede tratar de estar asociado a figuras del campo del entretenimiento como cuando se publicita mediante patrocinios, y puede utilizar todos los instrumentos disponibles de Internet para sus fines de seducción, manipulación y propaganda.

LA REPRODUCCIÓN FETICHISTA DE LAS MERCANCÍAS

Para vender, la publicidad convierte cualquier cosa en mercancía. Evidentemente las cosas en sí no son mercancías, así que para que lo sean tiene que haber una corrupción inherente al acto de transformar cualquier cosa en mercancía. Ese acto de corrupción sustancial radica en la ideología. En el caso de la ideología capitalista se naturaliza/obvia/invisibiliza esta corrupción sustancial, y este acto no se oculta, sino que se exhibe cínicamente, como se verá a continuación.

Está claro que convertir las cosas del mundo en mercancías no es un fenómeno propio del campo programático de la publicidad, ni del sistema de medios de comunicación no presencial sino que, según lo explicó Karl Marx (1975 [1867]), es la forma elemental del modo de producción capitalista. Este modo de producción en el que vivimos, explica Žižek, en su fase actual se presenta a sí mismo como un universo totalizador del que no hay escape posible (Žižek, 2002), y en el que parece que estamos transitando dentro de su violenta transfiguración hacia un estadio aún menos democrático y aún más autoritario que el actual (Žižek, 2014).

La mercancía, explica Marx, es “un objeto externo [a un sujeto], una cosa apta para satisfacer necesidades humanas, de cualquier clase que sean” (Marx,

1975 [1867]: 3). Estos objetos se transforman en mercancías cuando la sociedad construye un valor de uso y un valor de cambio para ellos. Sobre estos dos últimos, desligándose cada vez más del tiempo de trabajo socialmente necesario, surge una relación social concreta, en palabras de Marx “fantasmagórica” y “metafísica”, que llama “fetichismo de las mercancías”. Esta noción bien discutida a lo largo del siglo xx por los estudiosos del marxismo en general y de la teoría crítica en particular se refiere a que, para su intercambio, la equivalencia de una mercancía se va alejando primero de su valor de uso, y posteriormente del trabajo socialmente necesario para su producción, para ir ubicando su valor en función de otras mercancías.

Freud (2014b), al estudiar el fetichismo desde el sistema psíquico y no desde el económico o el social, lo definió como un proceso a través del cual una persona o una cultura dota de significado sexual a un objeto. Lukács estableció las bases para el estudio de la reificación, asunto clave para los autores de la teoría crítica (que ya ha sido mencionado previamente). En su célebre ensayo, Lukács (1970 [1923]) explica algunos de los procesos por los cuales en la sociedad capitalista la mercancía deviene en la forma dominante del objeto, y cómo la supuesta objetividad en el estudio de las cosas podría estarse desplazando (en términos psicoanalíticos) al estudio sobre las mercancías.

De esta manera, el objeto en sí va quedando oculto debajo de un abrumador envoltorio (la mercancía), lo que nos dificulta su comprensión y estudio, por un lado, sobre el acceso a su valor de cambio, es decir, del tipo y la cantidad de trabajo socialmente necesario para producir un objeto y, por el otro lado, a la determinación de su valor de uso en términos de necesidades, lo que va remitiéndonos cada vez más a la noción de deseo explicada ampliamente por Deleuze y Guattari (2004 [1980]). Así podemos ver que, estrictamente hablando, casi cualquier objeto del capitalismo contemporáneo (por ejemplo, un *Smartphone*), puede ir incrementando su precio, a pesar de que su valor intrínseco esté en realidad disminuyendo. Esta paradoja se da porque para su fabricación requiere de menos trabajo socialmente necesario, y cubre “necesidades” cada vez más superfluas; sin embargo, debido a sus mecanismos de fetichización o reificación, cada vez somos menos capaces de ver el objeto en sí y sólo podemos relacionarnos con la mercancía y el conjunto de mercancías que trae consigo, ya sea en la modalidad de propiedad intelectual, *hardware* y/o *software*.

La publicidad es clave para la construcción social de la mercancía y su correspondiente fetichismo. Para hacer bien su trabajo, los actores y dispositivos del campo programático de la publicidad buscan interconectar el sistema de medios de comunicación no presencial con los sistemas psíquicos de las personas, con el ánimo no sólo de vender ciertas mercancías, sino principalmente con el fin último de reproducir y expandir la ideología capitalista a través de la ampliación de informaciones que retroalimenten y agranden el fetichismo.

LA REPRODUCCIÓN IDEOLÓGICA EN EL ACTO PUBLICITARIO

Ideología es una noción que puede tener distintas acepciones, por lo que parece necesario ahondar un poco en ella. Según Karl Mannheim (1993 [1936]) fue Destutt de Tracy quien, desde finales del siglo XVIII utilizó el término para referirse a un sistema de creencias en tiempos de Napoleón, y de manera muy fecunda en el pensamiento marxista se asoció lo ideológico con lo aparente y, por lo tanto, con lo falso. Al pensamiento positivo le cayó de perlas esta asociación de creencia con la noción de lo no real, porque así se pudo generalizar la ilusión de que poco a poco la ciencia nos develaría y deslazaría nuestras creencias para ir al encuentro con la verdad de la mano de los hechos y las evidencias.

Sin embargo, Žižek nos explica que la ideología no sólo opera como un sistema de creencias (falsas), sino que es un conjunto de mecanismos que utilizamos en cada acto para poder *nominar* objetos. Al nombrarlos los constituimos; por lo tanto, lo que describe un objeto, particularmente uno expresado dentro del campo programático de la publicidad, “no es el signo de alguna cosa allende a su forma; más bien consiste en la extracción de su forma interior a partir de la realidad confusa” (Žižek, 2008: 29). Lo anterior implica que para Žižek, la ideología es un conjunto de fantasías (es decir, que operan en el inconsciente), que estructuran la realidad, y está incrustada en el acto mismo de usar una palabra, en lo que significa para cada persona o emisor utilizar un vocablo y no otro. Es tal el poder de persuasión de la ideología, que a este autor le sorprende, y pone énfasis en ello en diversos textos y entrevistas, que parece más fácil imaginar la fantasía de destruir el mundo totalmente que la de acabar con el capitalismo.

La fantasía para Lacan y para Žižek no tiene la acepción común de referirse a cosas imaginadas o irreales. Las fantasías para Žižek (1999) son narraciones inconscientes que estructuran la realidad, nos dicen qué desear y cómo desear, y ayudan a crear un mecanismo psíquico complejo de cercanía/lejanía: por un lado, las cosas del mundo nos parecen conocidas, familiares, por lo que nuestra capacidad de asombro y/o de sensibilizarnos ante los eventos y los objetos parece conducirnos a una indolencia pasmosa, precisamente debido a su falta de novedad, por su aburrida repetición. Por otro lado, las fantasías parecen alejarnos de los acontecimientos, de nuestras propias experiencias; cada vez sabemos menos qué deseamos mientras que sólo tenemos pistas de lo que creemos que los demás desean de nosotros. Esta aparente contradicción (que las fantasías crean cercanía/lejanía simultáneamente) puede explicar cuestiones paradójicas como la indiferencia a las atrocidades cotidianas que ocurren muy cerca de nosotros (como los feminicidios y las desapariciones forzadas), mientras que, a la vez, nos identificamos y nos implicamos emocionalmente con otras tragedias humanas, graves, sin duda, pero lejanas. Es muy probable que el trato mediático que se da a unos acontecimientos y a otros sea muy relevante para entender la paradoja cercanía/lejanía. Para lograr comprender cómo podría darse esa internalización se recurrirá a Judith Butler más adelante, pues comunicar una información no garantiza su correcta recepción ni una reacción automática a ello.

Es importante recordar aquí que nuestra hipótesis de trabajo plantea que el funcionamiento de este campo programático (como el de los demás que integran este volumen) es sistémico y no producto de una conspiración, una mente maestra o un organismo central. Hay diversos actores con distintas agendas y capacidades de influencia. Graber (2012), por ejemplo, ha concluido tras sus análisis sobre las encuestas Pew que el establecimiento de la agenda, la priorización y el marco de los sucesos son detonadores suficientes para crear un punto de partida sobre el que se pueden discutir un sinnúmero de características, matices y opiniones, y sobre el que se pueden desplegar grandes cantidades de información, desinformación y polémica.

También las corporaciones y sus empresas han aprovechado lo anterior para vender información y publicidad. Los actores que trabajan en mercadotecnia, como las agencias de publicidad, ahora se enfrentan a una nueva forma de hacerla (en su sentido tradicional), pues tienen que pensar en niveles de audiencia potenciales de magnitud insospechada, así como en tipos

de segmentación y de especificidad nunca antes vistos para otros dispositivos como la televisión.

Por ello la publicidad, como actividad, se vale cada vez más de tácticas comúnmente llamadas subliminales, y se basa en investigaciones neurológicas para enviar mensajes ópticos, sonoros u olfativos, pues trata de fijarse de alguna manera en el inconsciente de las personas que integran la audiencia, para evadir sus filtros racionales (Iniesta, 2005).

PROPAGANDA

Luego de ver cómo la publicidad comercial tiene un cariz político es menester volver a la cuestión de la diferencia entre publicidad y propaganda. Decía en el inicio de este capítulo que la publicidad se refiere a la promoción de mercancías y la propaganda a la difusión de ideologías. He argumentado hasta aquí que la transformación de la promoción de las mercancías es un acto ideológico en sí, para tratar de subrayar que el campo programático de lo que vende incluiría no sólo lo que en la jerga mercadológica se conoce como publicidad, sino también a la propaganda.

Esta última ha sido una herramienta bélica que se ha usado al menos desde los tiempos de Herodoto hasta nuestros días. Es importante distinguirla de la publicidad política, aquella en la que se hace promoción de una mercancía personificada en un actor que pretende participar de alguna manera en la administración pública. El análisis de la publicidad de actores políticos y partidos tratados como mercancías y marcas, respectivamente, seguiría métodos semejantes al ejemplo anteriormente planteado y, en general, funcionan los mecanismos de mercantilización y, por ende, de desustancialización descritos al principio de este capítulo, que tanto aquejan a la clase política contemporánea.

Se puede considerar a Edward Bernays como un pionero en el estudio de la propaganda y, por el tono de sus escritos, es un entusiasta promotor de estas técnicas de “relaciones públicas” para promover procesos “ingenieriles” en la construcción del consenso. En su célebre texto *Propaganda* (1928), explica cómo ésta funciona para ayudar a moldear la opinión pública y cómo los empresarios deberían hacer uso de este instrumento, previendo que quien lo hiciera podría gobernar desde las sombras.

Es posible concebir a la propaganda como el lado militar de este campo programático, por ponerlo en términos de Joseph Nye, a quien analizaremos un poco más a fondo en el próximo capítulo, cuando tratemos el tema del ciberpoder: la publicidad comercial sería el poder suave, y la propaganda sería el poder duro de este campo.

El uso del sistema de medios de comunicación no presencial para la elaboración, transmisión y reproducción de la propaganda está acoplado a las transformaciones tecnológicas del sistema de telecomunicaciones, como ya fue explicado. En un artículo en el que Luis Eladio Proaño (1991) busca dar cuenta del papel y la vulnerabilidad de los periodistas cuando se ven envueltos en estrategias de propaganda se remite a la Comisión Creel, de 1917, como una de las primeras agencias oficiales de propaganda gubernamental en la que se plantearon, según este autor, los siguientes objetivos, de vigencia extraordinaria para explicar la propaganda bélica todavía un siglo después:

- 1) Movilizar la agresividad y el odio de la población y dirigirlos contra el enemigo para socavar y destruir su moral.
- 2) Dinamizar y preservar el espíritu de lucha del propio país.
- 3) Desarrollar y conservar la amistad de los países aliados.
- 4) Fomentar la amistad de los países neutrales y, en lo posible, obtener su apoyo y su colaboración durante la guerra (Proaño, 1991: 16).

En tiempos de la primera guerra mundial se utilizaron medios como la prensa escrita y el cine. Este mismo autor nos dice que se repartieron entonces setenta y cinco millones de panfletos, se imprimía un periódico con un tiraje de cien mil ejemplares y se impartieron 755 000 conferencias. Posteriormente, y a lo largo de todo el siglo xx, en la radio, primero, y junto con la televisión, después, se utilizaron estrategias encaminadas a perseguir esos objetivos, no siempre con la misma efectividad. La estrategia de medios de Martin Luther King, por ejemplo, supo contrarrestar la propaganda oficial, y posteriormente la guerra de Vietnam vio fracasar todos los esfuerzos mediáticos civiles y militares que se usaron para convencer a la opinión pública. Lo anterior, no tanto porque los medios perdieran efectividad, sino por el contrario, porque su fuerza y eficacia no estaban bajo el monopolio de un gobierno, ni de una corporación. Así, múltiples actores de otros sistemas como el político, el económico, el cultural y hasta el religioso, que ya venían

incursionando en el sistema de medios de Estados Unidos en el siglo xx como una más de las múltiples facciones políticas y civiles de ese país, fueron construyendo un sistema conformado por elementos diversos, complementarios y hasta contradictorios, lo que los ha hecho entrar no pocas veces en pugna.

Por otro lado, a la hora de hacer propaganda en noticieros con respecto a asuntos de política exterior, Entman (2007) ha explicado que ocurre una activación de redes en cascada en donde integrantes del gobierno van interactuando con otras élites del país, con los medios de comunicación, con los marcos de información y con la opinión pública. Este modelo puede ser muy útil para entender la asimetría que hay en la capacidad de decisión y de influencia de los actores según los interlocutores que tienen: cuanto más arriba se dé la interlocución entre esos actores, mayor capacidad de influencia tendrán sobre la opinión pública.

En este siglo xxi la propaganda ha adquirido nuevos dispositivos para su ejecución y también la sociedad civil los ha utilizado para balancear el poder de los dueños de los medios tradicionales. El caso de las mentiras sistemáticas que se esgrimieron para atacar Irak puede ser un buen ejemplo mediante el cual entendamos la vigencia de la propaganda y debería servirnos para proceder con cautela ante las informaciones que se despliegan en estos días, pues se utilizan esas estrategias como justificación, con lo que se promueven las guerras y los genocidios actuales y también los venideros.

Es importante señalar que Barack Obama empleó en 2007-2008 las entonces incipientes redes sociales para revolucionar la publicidad política y poder llevar a cabo sus estrategias de propaganda con miras a la toma del poder en Estados Unidos. Actualmente, Donald Trump es una muestra del resultado de haber seguido una estrategia propia del campo programático del entretenimiento, el *reality show*, que logró sorprender a sus rivales en el Partido Republicano. Él ganó la Presidencia de ese país utilizando un campo programático que sólo mostraba su envoltorio como mercancía, pero no permitía inferir sus verdaderas intenciones. La innovación en la estrategia propagandística había demostrado su efectividad con antelación: como los políticos republicanos y sus rivales demócratas subestimaron la estrategia de Trump, tenemos como resultado a un *show man* que tomó por asalto un puesto clave del sistema político a escala planetaria. Un escenario angustioso, por decir lo menos.

MANIPULACIÓN, SOMETIMIENTO Y EMANCIPACIÓN

El campo programático de la publicidad pretende seducir y manipular; para ello, corrompe todo lo que toca, convirtiéndolo en mercancía, y al hacerlo va minando, vaciando de sustancia a los actores de otros sistemas sociales que lo utilizan cuando buscan amplificar sus mensajes. Pero su acción no es determinista. Su mensaje no es unidireccional, no está libre de cometer errores en sus términos, y es posible que otros actores sociales identifiquen sus intenciones y procuren subvertir lo que los medios hegemónicos buscan que sea un universo totalizador. Existen medios alternativos, actores y dinámicas emergentes capaces de analizar, desnudar, cuestionar y poner en aprietos a los poderosos, como veremos en el próximo capítulo. ¿Cuándo funcionan y cuándo no estas estrategias de manipulación y sometimiento a los dictados de los dispositivos mediáticos?

Por un lado, según Noam Chomsky y Edward Herman (1990), el modelo propagandístico para la manipulación mediática se fortalece por la concentración de la propiedad y la riqueza del propietario; la publicidad como principal fuente de ingresos; la dependencia en los medios de información gubernamentales, ciertas empresas y una selección de “expertos”; y la generación de contramedidas que buscan mantener a los actores del sistema subordinados al poder político y que estén en contra de algo (el comunismo entonces, el terrorismo hoy).

Por otro lado, de acuerdo con Judith Butler (2001), el poder actúa sobre el sujeto como algo que está fuera de él, pero también implica un efecto voluntario de su parte. Para ella, la persona se somete para ganar su identidad y los regímenes reguladores explotan su voluntad de vincularse. A la vez, dado que el deseo tiene como finalidad última la preservación de uno mismo, la misma fuerza que lo lleva a someterse puede ser la que lo orille a buscar liberarse. Para poder hacer un análisis crítico de lo anterior, Butler sugiere tomar en cuenta lo siguiente:

- 1) una descripción del modo en que el poder mantiene a los sujetos en la subordinación, produciendo y explotando sus requerimientos de continuidad, visibilidad y localización;
- 2) el reconocimiento de que el sujeto producido como algo continuo, visible y localizado se halla, sin embargo, habitado por un residuo inasimilable, una melancolía que marca los límites de la subjetivación;

- 3) una descripción de la iterabilidad del sujeto que muestre que su potencia bien podría consistir en oponerse a las condiciones sociales que lo engendran y transformarlas (Butler, 2001: 40).

Para ver cómo trabajan estos procesos dentro del campo programático de la publicidad observaremos cómo funcionaría este análisis en el marco de las estrategias de manipulación mediática propuestas por Timsit (2002). De esta manera, conoceremos cómo funciona la propuesta de Butler para analizar la performatividad de cada caso sin estereotipar; en dónde se dislocan las prácticas, cómo se construyen las rebeliones, cómo abordar las subversiones y las marginalidades de cada contexto para poder inferir los mandatos hegemónicos de cada caso.

Los contenidos que produce este campo programático se entremezclan con los de los otros tres campos, pero sus dispositivos, empresas y corporaciones son claramente diferenciables y especializados en la publicitación, seducción y manipulación de audiencias. De esta manera, el sistema desarrolla estrategias para conseguir, desde la presencia de sus mercancías en la mente de la audiencia, hasta el acto mismo de elección/consumo. Cada acto del campo programático está ideologizado; su funcionamiento se basa en la corrupción de los objetos para su presentación como mercancías, y la consecuente expansión de la mercancía como fetiche para poder ir consiguiendo el efecto publicitario y/o propagandístico mediante estrategias más o menos abiertas, que pueden ir desde la manipulación encubierta, hasta el cinismo descarado.

A pesar de su complejidad y capacidad de penetración, este campo programático ofrece un sinnúmero de posibilidades para que los sujetos no sólo se adscriban o se sometan a los designios del sistema, sino para que su agencia les permita emanciparse por la vía de la reflexión y la acción. Ahora bien, no solamente las audiencias/sujetos pueden aprender y adaptarse a estas estrategias de control y manipulación; también el sistema de medios va mejorando sus dispositivos para conocer mejor a sus sujetos/audiencias y aprender de esos actos imprevisibles y heroicos. No es de extrañar, entonces, que la jerga de la mercadotecnia y la publicidad esté llena de analogías bélicas, pues al parecer es en este campo programático desde donde el sistema de medios de comunicación no presencial apunta sus ofensivas para que los demás sistemas sociales se le dobleguen.

Lo que conecta

En esta sección, añadimos un cuarto campo programático a la propuesta de Luhmann. Al igual que en los casos anteriores, este campo tiene un código secundario propio que le permite distinguirse de los otros, por lo que cuenta con su propio estilo e impacto estratégico informativo, y también, gracias a ese código se forman productos específicos que combinan narrativas, estilos, secuencias, imágenes y discursos propios de otros campos con objeto de incrementar su efectividad estratégica. El código secundario de este campo sería algo así como conectar/desconectar, como se verá más adelante.

Según Reda Alhaji y Jon Rokne (2014), el primer antecedente de este campo programático de la sociedad virtual podría situarse en 1969, cuando Arpanet se constituyó en California como la primera red de comunicación descentralizada y dio origen a la Internet. Entre 1989 y 1991, Tim Berners-Lee y Robert Cailliau crearon la *world wide web* (www), una plataforma informática de distribución de documentos interconectados a los que puede acceder un usuario remoto. En 1995, la página <classmates.com> se señala comúnmente como el primer intento de crear una comunidad virtual basada en una red social física, para reunir a excompañeros de la escuela. Es ya en este siglo, y a través de nuevas formas de interconexión bautizadas por Tim O'Reilly en 2004 como Web 2.0, que la formación de redes sociales virtuales ha tenido un auge inusitado y sin precedentes. Aunque desde 2002 comenzaron a usarse redes como MySpace, es Facebook, lanzada en 2004, la plataforma para redes sociales más influyente de nuestro tiempo, con más de mil millones de usuarios diarios que se conectan a ella. Las características principales de este segmento de la Internet son su diseño enfocado en el usuario, la interoperabilidad, la potencial colaboración que surge de compartir información y, por supuesto, la intermediación del dispositivo mediático en cuestión, el cual puede capturar la información y utilizarla conforme a sus propios fines estratégicos. Ha surgido un término todavía ambiguo que busca denominar Web 3.0 a un conjunto de plataformas abiertas supuestamente para el bien común, pero no será material de este libro por tratarse de un fenómeno en ciernes.

Podría argumentarse que este campo programático cabe en cualquiera de los tres anteriores, ya que cuenta también con expresiones propias de los tres: amplifica y oculta acontecimientos; reproduce lo que entretiene y se

reserva lo que aburre; divulga lo que se puede comercializar y encubre lo que se considera (aunque sea temporalmente) no lucrativo. Lo anterior es relativamente cierto pero, para cumplir su función de conectar actores, dispositivos y artefactos, crea redes sociales que pueden o no existir en los términos ortodoxos de lo que solía ser una red social, digamos “física” o de interacción presencial. Análogamente a lo que ocurre con otros elementos del sistema, este campo programático puede expresarse y confluir de manera simultánea con otros elementos de los demás. Podemos interactuar con un artefacto como un radio, una televisión, una computadora o un teléfono, y los campos programáticos pueden expresarse de manera incluso simultánea. Esto es así porque no es el artefacto el que define al sistema de medios de comunicación no presencial, sino la comunicación en sí. También es importante no confundir este campo con Internet, un dispositivo tecnológico del sistema de telecomunicaciones con el que este campo de lo que conecta tiene un acoplamiento estructural. Es decir, no podría funcionar sin él, pero no son lo mismo.

Para poder ir mapeando el posible funcionamiento de este campo programático, en este apartado se explorarán tres aspectos: primero, cómo se expresa y amplifica su poder a través del código secundario conectar/desconectar; segundo, cómo interactúan los elementos de este sistema entre sí y con otros elementos de su entorno, como Internet y particularmente con la llamada *deep web*; y tercero, se examinará el caso de un dispositivo de espionaje global adscrito a este campo: la Agencia de Seguridad Nacional de Estados Unidos (National Security Agency, NSA).

CONECTAR/DESCONECTAR: EL CIBERPODER

Se han mencionado en los capítulos previos cuestiones relacionadas con el poder y la violencia que reproduce el sistema de medios masivos de comunicación, tanto en su funcionamiento en sí (violencia sistémica) como en el tipo de mensajes que produce y reproduce (violencia simbólica). Hemos explicado también que este sistema social, como otros, tiene un funcionamiento estratégico que busca la expansión de su poder a través de sus campos programáticos. Asimismo, se ha argumentado que este sistema ha sido capturado por ciertos actores sociales, cuyos intereses predominan para que el

funcionamiento de dispositivos y artefactos, así como la operación del sistema en general, les beneficien en términos económicos, geográficos y políticos, aunque no es el producto de una conspiración sino de un funcionamiento sistémico que incluye, por supuesto, acuerdos y competencias entre actores y dispositivos.

En el capítulo anterior se explicó brevemente cómo se entiende el poder como fuerza relacional (Foucault) e institucional (Bourdieu); y cómo, a través de un ejercicio estratégico del poder (Mann), el sistema expande su capacidad de influencia en la conducción de los fenómenos sociales. Se mostró también que ese ejercicio estratégico es intersubjetivo (Luhmann), y por ello en cada interacción los actores y dispositivos se interdefinen para ir ganando su identidad (Butler). Así, podemos suponer que no sólo los elementos de los sistemas, sino que todos los sistemas adaptativos, a través de sus interacciones comunicativas, podrían estar indagando y tomando decisiones (a veces correctas y a veces equivocadas, para sus propios fines), con el fin de mantener y expandir su poder y así ser cada vez más decisivos en el desarrollo de sus estrategias y continuar persistiendo. En el caso de los sistemas sociales adaptativos como el que hemos estudiado en este libro, podemos interpretar lo anterior como la búsqueda del mantenimiento y la expansión del control de poblaciones y territorios cada vez más amplios.

En esta sección nos enfocaremos a un aspecto relativamente reciente del poder: el ciberpoder. Myriam Dunn (2012) ha explicado que el ciberespacio es un elemento clave de la geopolítica del siglo XXI y que hay razones para pensar que es necesario reconceptualizar al Estado y otras nociones como la de soberanía para contemplar los nuevos riesgos relacionados con la que algunos llaman “era de la información”, pues hay avisos desde varios ámbitos académicos, políticos y militares que avizoran que será en el terreno del ciberpoder donde se podrían ya estar dando y donde se darán las batallas decisivas por el control de los territorios y poblaciones en este siglo.

Para definir el ciberpoder, Daniel Kuehl (2009) ha explicado que es necesario entender a profundidad la noción de ciberespacio, que es un “espacio operacional donde los humanos y sus organizaciones usan las tecnologías para actuar y crear efectos [...], cuya columna vertebral es el entramado de redes interdependientes e interconectadas que utilizan tecnologías de comunicación-información” (Kuehl, 2009: 5-6, traducción propia). El mismo autor enfatiza que lo importante de la citada conceptualización del ciberespacio

es que podemos trabajar con él como con cualquiera de los otros cuatro dominios físicos (tierra, mar, aire y el espacio sideral), pero requiere de tecnologías electrónicas que permitan el acceso a un espectro electromagnético, lo que lo diferencia de los espacios mencionados. El ciberpoder consiste entonces, según Kuehl, en la habilidad para usar el ciberespacio; por ello, la tecnología es uno de los factores fundamentales para controlar las actividades que se dan en ese ámbito. El otro factor clave es la información, pues se trata de una dimensión de los instrumentos de poder que se dan dentro de un modelo de poder PIME (político, informacional, militar y económico).

Joseph Nye (2011), siguiendo su propia aportación al entendimiento del poder en las relaciones internacionales, ha dicho que el poder es la habilidad para afectar a otros y obtener de esa manera los resultados que ese actor desea, y que el ciberpoder será una extensión del poder llevado al ciberespacio explicado por Kuehl. Nye ya antes venía desarrollando su propia explicación sobre el poder, respecto de que éste se divide en “duro” y “suave”, para referirse a un gradiente de estrategias e instrumentos que pueden ir desde la coerción y la amenaza (poder duro), hasta la persuasión y la atracción (poder suave). En su perspectiva, el ciberpoder dependería de dos factores: los recursos y los conductuales. El primer factor incluiría los aspectos tecnológicos e informacionales de Kuehl, y el segundo, los relacionados con su propia propuesta en donde se halla la línea gradual de estrategias que van del poder duro al suave, y quedan en medio los gradientes de la diplomacia (de dura a suave, también).

La propuesta de Nye puede ser muy eficaz posiblemente porque es lo suficientemente simple para realizar un análisis rápido y efectivo de múltiples situaciones en el campo de las relaciones internacionales. Sin embargo, podría quedarse corta para entender al poder en un nivel profundo, ya que parece enfocarse más en su faceta estratégica (como lo hizo Mann). Además del poder estratégico, tendríamos que considerar el poder como una fuerza relacional intersubjetiva en la que entran en juego distintos capitales institucionales y simbólicos, y no sólo los instrumentos militares y las artimañas diplomáticas.

Aunque Castells (2012) ha advertido de los riesgos de considerar el ciberespacio como un espacio social separado y no en estrecha vinculación con la sociedad, para poder trabajar con un enfoque geopolítico parece conveniente reconocer que el ciberpoder se da en el ciberespacio y evitar confundirlo

con otras disputas por el control territorial en términos físicos. También, siguiendo a Kuehl, tendríamos que poner atención a sus formas tecnológicas e informacionales. Al mismo tiempo, es necesario ir un poco más a fondo: indagar ¿cómo se da el acceso a espacios específicos del ciberespacio?, ¿cómo se construyen esos espacios y las redes para llegar a ellos?, ¿cómo son los mecanismos de interacción e interdefinición de actores, dispositivos y artefactos?, ¿quién otorga los salvoconductos y qué tipos de éstos pueden dar? Evidentemente, no son sólo problemas de desarrollo y acceso a ciertas tecnologías y códigos de acceso, sino también una dimensión física para mantenerlos (como lo vimos en el capítulo anterior), además de que, para que puedan funcionar los actores, dispositivos y artefactos del sistema de medios, esos cables y estaciones requieren de un sistema militar que los proteja y les permita avanzar hacia posiciones estratégicas.

Mediante el empleo de esos mecanismos, no únicamente será posible establecer formas duras y suaves de hacer que otros actúen conforme a nuestros deseos y directrices, como sugiere Nye, sino que la cosa parece ser mucho más complicada: ¿cómo se construyen los capitales simbólicos y culturales, las arqueologías del saber de las tecnologías (que son meros instrumentos), y del ciberespacio en sí? Al parecer, no basta con entender que ciertos actores poderosos buscan ganar más influencia, sino que hay que preguntarse ¿qué pasa con los actores que se subordinan en aras de ganar un lugar?; ¿funcionan de este modo también en el ciberespacio las luchas de poder, aunque sea para la subordinación? Siguiendo a Judith Butler, ¿cómo se construirían sistemáticamente las sumisiones voluntarias para ganar una identidad en el ciberespacio?

En este mapa, se propone el binomio conectar/desconectar para poder dilucidar las opciones y las evaluaciones a las que se van enfrentando las personas y organizaciones que participan de alguna manera en este sistema, sea como actores, dispositivos, desarrolladores de artefactos o como usuarios.

INTERDEFINICIONES EN EL CIBERESPACIO

En esta sección se busca empezar a comprender cómo interactúan algunos de los actores, dispositivos y artefactos del sistema de medios en el ciberespacio, cómo se relacionan entre sí y con otros elementos de su entorno para así poder definir el campo programático de la sociedad virtual, que funcionaría

bajo un código primario: lo informable/lo no informable, y un código secundario: conectar/desconectar.

Comencemos por recordar una frase de fundamentación piagetiana y cognitiva que ha sintetizado Castells: “Las personas tienden a creer lo que quieren creer. Filtran la información para adaptarla a sus juicios previos” (Castells, 2012: 229). Como se explicó en el capítulo anterior, es común que a la gente le cueste trabajo aceptar lo que no coincide con sus creencias, y para la construcción de la opinión pública no parece importar mucho la evidencia en contra cuando hay un torrente de desinformación que resulta familiar, como es el caso de las mentiras que el gobierno estadounidense esgrimió para atacar Irak, Al-Qaeda y Afganistán. Esto es particularmente importante porque el mecanismo psíquico de identidad al que se refiere Butler bien podría estar relacionado con esa parte de la identidad que tiene que ver con la membresía, con la adscripción a un grupo social y/o simbólico.

Así, podríamos entender que la identidad es un factor clave para que los elementos de un sistema —actores, dispositivos y artefactos— se desplieguen. En el primer campo programático se construye el acontecimiento, en el segundo se busca que entretenga, en el tercero se vende una idea, y en este cuarto campo programático se crea y se fortalece la sensación de pertenencia. En otro trabajo (Barrón, 2011) explico que las identidades suelen ser híbridas, tentativas y cambiantes; son espacios deviniendo que expresan nuestros deseos, que dirimen controversias internas del sujeto, y en donde hay figuras simbólicamente más poderosas que a veces subyugan y a veces se rinden ante otros aspectos más rebeldes de la misma identidad, y en donde un factor clave es la construcción que se hace desde la identidad hacia el otro, en una valoración intersubjetiva que Žižek ha explicado en términos lacanianos: muestro lo que creo que el gran-otro quiere ver en mí.

De esta manera, podemos entender que la interdefinición de los elementos de un sistema no está dada de antemano; no hay conspiración, sino un amplio margen en el que cada uno de ellos actúa e interactúa con esos otros componentes en función de la identidad que ese elemento cree tener, y que los demás le otorgan tentativamente en cada retroalimentación. Precisamente por lo anterior es que los actores gubernamentales, empresariales o activistas de cualquier parte del espectro político van a tratar de reforzar su propia identidad para así avanzar en sus agendas. Según la ocasión, sus rivales cuestionarán la legitimidad de su agenda en función de su identidad, o buscarán aliarse para

fortalecerse adscribiéndose al capital simbólico que los equipara o que los empodera dentro de un espacio simbólico.

En cada interacción los elementos se redefinen, pero siempre buscando asentarse en su poder y así ganar un peso simbólico que les genera una especie de campo gravitacional, lo que los hace más independientes y menos proclives a caer en el campo gravitacional de otro elemento y así mantener lejos de su centro (y por lo tanto, de una afectación real) las negociaciones e interacciones con otros elementos. De este modo, la red de la sociedad virtual va generando en sus interdefiniciones ciertos nodos más pesados, que funcionan como “atractores” en los que van “cayendo” los elementos más débiles. Al mismo tiempo, por su adscripción a un nodo u otro, adquieren ciertos derechos de interlocución, es decir, por su sumisión a un campo de poder ganan cierta independencia y capacidad de negociación respecto de otros.

Sobre la identidad de un actor podemos decir que un dispositivo o un artefacto construye una identidad simbólica que tiene un peso, un poder, en la red de la sociedad virtual. Así, ciertos nodos de esa red contienen los dispositivos que otorgan los accesos y los salvoconductos, porque los nodos más poderosos son aquellos por los que pasa más información y, por lo tanto, pueden potencialmente disponer de ella. La velocidad de los acontecimientos en la sociedad “virtual” parece ser mucho mayor que la que todavía desarrolla la sociedad “real”; tal vez por esto el poder en el ciberespacio parece mucho más fácil de perder y mucho más difícil de mantener. Los actores y dispositivos que hasta hace muy poco eran indiscutiblemente los más poderosos de la sociedad real se encuentran en el ciberespacio con micro-poderes que los desafían; sufren nuevas vulnerabilidades que no les resultan familiares y ven surgir nuevos actores y dispositivos que disputan el peso de los actores ortodoxos.

Veamos el ejemplo de Facebook y Mark Zuckerberg, quien ha pasado en tres lustros de ser un clasemediero que contaba con una fortuna de casi 35 000 millones de dólares a mediados de 2015. Su invención, el dispositivo Facebook, es una plataforma de redes sociales virtuales con más de 1 550 millones de usuarios que la utilizan “gratuitamente” para crear y mantener sus redes sociales. Hemos asistido a la creación de un dispositivo como Facebook, que se ha convertido en un nodo con un peso “gravitacional” en donde incluso el actor que lo creó (Zuckerberg), así como otros actores (desde políticos influyentes en sus respectivas esferas, personajes de espectáculos y hasta cualquier

usuario común y corriente) se conectan a distintos artefactos (teléfonos, *laptops*, etc. —con sus respectivos dispositivos para que funcionen: Microsoft, Android, Apple o algún otro menos popular por ahora—). Poco a poco algunas voces, incluso supuestamente informadas y académicas, confunden a Facebook con una red social, o incluso se le menciona como si fuera un emisor capaz de dar información (“Leí en Facebook que...”; “se ha dicho en Facebook que...”; “las redes sociales reaccionaron furiosamente ante el comentario de...”). Estamos ante la reificación del dispositivo, es decir, se le toma como un actor social y no como un producto de relaciones sociales; se puede ir retroalimentando confusiones sobre el funcionamiento del mismo y sobre su papel en la construcción de la sociedad virtual y de la sociedad real. En este sentido tiene razón Castells cuando advierte que estas dos caras de la sociedad no marchan separadas, sino que se interpenetran la una a la otra. Sin embargo, también es necesario entender que el terreno del ciberespacio es distinto a los terrenos físicos, y pareciera que algunos espacios de la sociedad virtual ya se han convertido en campos de batalla.

Otro ejemplo podría ser el caso que se ha desatado por el intento del Buró Federal de Investigaciones de Estados Unidos (Federal Bureau of Investigation, FBI) de pedir a Apple hackear su propio artefacto (un iPhone) para poder acceder a las imágenes y datos personales de uno de los dos o tres atacantes que el 2 de diciembre de 2015 mataron a catorce personas e hirieron a diecisiete más en un centro de salud de San Bernardino, California. Un actor muy poderoso (el FBI) buscaba ejercer su poder amenazando con usar su capacidad para actuar duramente contra Apple y contra las personas a quienes estuvo presionando para esto. Podemos apreciar aquí también dos terrenos claramente distinguibles: por un lado, el del ciberespacio, y por otro, el espacio social físico. En ambos terrenos se fue desarrollando una disputa entre actores que operan dentro de distintos sistemas sociales, como el judicial, el policiaco-militar, el de las telecomunicaciones y el sistema de medios masivos de comunicación. En cada uno de esos terrenos se libran batallas que pueden decidir el rumbo del acontecimiento (Apple hackeará su teléfono contra su voluntad, o el FBI tendrá que renunciar a la revisión de este artefacto y sentar un precedente para todos los demás); en cada uno de esos terrenos funcionan los códigos del sistema en donde se desarrolla la disputa. Hay poco margen de error; si se utiliza un código o símbolo en el terreno equivocado, ello puede significar la claudicación por parte del actor

que se equivoque para sus propios fines. Actores de distintos ámbitos sociales se identificarán con, y posiblemente se adscribirán a la causa tanto de Apple como del FBI, y así poder utilizar un valor simbólico para sus fines: en este caso, el de la protección de la privacidad de sus usuarios, o el del acceso a los datos personales de los ciudadanos para proteger a la sociedad de sujetos que intenten atentar contra ella.

Desde esta perspectiva, podría ser entendible que otros actores de los sistemas de medios y telecomunicaciones se identifiquen con la agenda de Apple, y que participantes de los sistemas judicial y policiaco-militar se adhieran a la del FBI. Al mismo tiempo, sería un grave error suponer que esta posible solidaridad cambie las relaciones de competencia o la ferocidad de los actores en otras disputas, digamos entre Apple y Facebook, o entre la Agencia Central de Inteligencia (Central Intelligence Agency, CIA) y el FBI, en alguna otra situación. Para entender más a fondo la complejidad y el alcance de estos acontecimientos, se revisará el caso de otro polémico vigilante de dispositivos, la National Security Agency (NSA).

LA NSA COMO VIGILANTE DE DISPOSITIVOS

Tomemos el ejemplo de la Agencia de Seguridad Nacional de Estados Unidos (National Security Agency, NSA) y de cómo el muy limitado conocimiento que tenemos sobre este dispositivo de vigilancia global podría estar modificando algunas prácticas diplomáticas y precipitando la guerra abierta en varios espacios del orbe incluyendo, desde luego, a nuestro país.

El dispositivo de vigilancia global conocido como NSA ha estado en el centro de la atención mediática internacional en momentos específicos, particularmente intensos entre 2010 y 2012. Es a partir de entonces que se ha hecho del dominio público el posible alcance de las capacidades del gobierno de ese país para escuchar y leer mensajes confidenciales de estadounidenses y no estadounidenses. Este dispositivo de vigilancia, aunque encuentra sus raíces en una muy añeja faceta de la guerra, que es el espionaje, ha escandalizado a algunos activistas, políticos y empresarios porque ha permitido, si no dimensionar, al menos sí atisbar la capacidad para monitorear y controlar comunicaciones, principalmente electrónicas, por parte de un sector del aparato gubernamental estadounidense. Esto no sólo va dirigido en contra de personajes que se podrían

considerar hostiles a los intereses de aquel país, sino también —algo que pareció sorprender a algunos cándidos sobre el redescubrimiento del espionaje—, a personalidades consideradas como aliadas de Estados Unidos.

Lo anterior tuvo un manejo mediático propio de nuestro tiempo: mucho ruido, poca discusión sustancial y la banalización del tema; para ello, la cuestión no se censura, pero sí parece minimizada dentro de un torrente de informaciones paralelas a las cuales se da una amplificación “oportuna”. Surgen las voces de supuestos expertos que llaman a la seriedad en el manejo del tema, embroman los excesos de algunos conspiracionistas y van dejando claros algunos lugares comunes para que “todos” tengan una “opinión” al respecto. Poco a poco, las cosas que pasan (literalmente) dejan de ser “de interés general”. Así, todos sabemos o deberíamos saber de alguna manera en este recinto, que hay diversos mecanismos operando ahora mismo en nuestros teléfonos, computadoras, redes sociales, tarjetas bancarias, aplicaciones, juegos, búsquedas por Internet, páginas visitadas en modo privado, etc. Estos mecanismos están transmitiendo información pública y privada a través de redes de telecomunicaciones, y algún actor “empresarial” con una cierta capacidad para capturar y disponer de la información que le enviamos gratuitamente y comerciar con ella puede considerarla “de interés”: desde una información comercial, hasta que contemos con material para una exhibición pública.

Fuera de ser indiferentes o posiblemente indignarnos (por ejemplo, según según la página de inicio de Mozilla, al 61 por ciento de los usuarios de Internet nos preocupa que las entidades gubernamentales controlen en secreto nuestras actividades en línea), ¿es “controlar” la palabra correcta para este tipo de espionaje? Cuando hablamos en términos geopolíticos de control poblacional y territorial a través de los medios masivos de comunicación, ¿de qué hablamos realmente? Con seguridad, no tienen una noción de “conducir” que sea lo que nos lleve a pensar en algunas conspiraciones y paranoias; “influenciar”, “persuadir” o “seducir” podrían ser nociones más precisas. Tal vez a algunos les gusta evadirse pensando que ninguno de nosotros es tan relevante como para ser investigado hasta que un día nos metamos en problemas con el Estado (en su sentido amplio). Sin embargo, ¿se justificaría la tremenda inversión en este dispositivo para que funcione principalmente para la persecución política de disidentes? Tal vez sea una actitud ingenua, pero ¿acaso no se desempeñan para estos fines demasiado bien los antiguos y actuales aparatos policíacos y penales que operan como brazos legales e ilegales

del Estado? Tal parece que no sabemos con claridad cómo trabaja este dispositivo panóptico ni cuáles son sus fines en términos geopolíticos. Por eso, en este texto se muestra cómo funciona el concepto de dispositivo para explicar el objeto de vigilancia de la NSA, y cómo la sociocibernética crítica podría dar cuenta de ello.

Es menester recordar un detalle que ya se ha expuesto: un dispositivo es un conjunto heterogéneo que incluye en sí mismo elementos lingüísticos y no lingüísticos; es simultáneamente una red que se establece entre los componentes de un sistema y que lo hace mientras deviene él mismo en una cartografía, desdoblando espacios en donde se hace visible que podemos enunciarlo; va desplegándose administrativamente y se percibe de manera engañosa como una totalidad inexpugnable, por lo que su funcionamiento opera con total “naturalidad”. Lo que nos permite su identificación es un punto de fractura, en este caso un heroico soplón.

La NSA como vigilante de dispositivos es un nodo de convergencia del acoplamiento estructural de varios sistemas (medios, energía, telecomunicaciones, sistemas político, económico y cultural). Podemos entenderla como un dispositivo que funciona como una red global con rutas de tránsito para poder llegar a los servidores en Estados Unidos o en cualquiera de los “Estados-cliente” (Edward Snowden *dixit*) que integran la alianza de espionaje ahora popularizada bajo el nombre de “los cinco ojos” (*the five eyes*, FVEY), integrada por Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, Australia y Nueva Zelanda. Con este dispositivo de espionaje, Glenn Greenwald y Snowden han documentado cómo los proveedores de servicios de Internet, como lo son Microsoft, Yahoo!, Google, Facebook, Paltalk, America On Line (AOL), Skype, YouTube y Apple, entre otros, se han incorporado a un programa de recopilación de datos personales de los usuarios de estos productos. La alianza anglófona de espionaje FVEY permite el funcionamiento de un sistema de vigilancia a escala planetaria. Además, los archivos hechos públicos por Snowden y Greenwald ponen de manifiesto los medios técnicos para interceptar correos electrónicos, llamadas y mensajes de texto; cientos de documentos escritos en un irritante y engorroso discurso policiaco; el funcionamiento de cables submarinos de fibra óptica cuyas imágenes ya pueden encontrarse en Internet; sistemas de telefonía; varias formas invasivas de espionaje sobre individuos estadounidenses y no estadounidenses, supuestos posibles terroristas, empresarios, políticos de países aliados y rivales, y un largo etcétera.

El programa Prism merece especial mención, ya que permite observar la interdefinibilidad de los actores de una manera más clara; se trata de un trabajo en equipo para capturar y compartir información de los dispositivos de internalización y no de las personas: agentes gubernamentales negociando directamente en Silicon Valley sobre la cuestión de conseguir métodos más sencillos para que las compañías entreguen datos de los usuarios. En casos como el de Twitter, al parecer hubo más resistencia, pero otras empresas como Microsoft simplemente dieron un fácil y total acceso de SkyDrive, Skype y Outlook a los agentes gubernamentales del FBI (Risen, 2013).

Es fácil inferir, entonces, de dónde viene la información de llamadas y videos que se filtran a la prensa desde países como México, por lo que se crean escándalos mediáticos de diversas proporciones y se exhiben supuestas conversaciones privadas de funcionarios públicos, empresarios, activistas. No es necesario siquiera que el sistema jurídico refrende lo que se publica; el juicio sumario popular de las redes sociales se encarga, con sus dinámicas assembleístas, intolerantes y sin derecho de réplica, de que el escándalo consuma una vida pública en cosa de segundos. No sería extraño que las corruptas negociaciones tras bambalinas entre empresarios, entre políticos o entre empresarios y políticos tengan cada vez más el ingrediente de los *bluffs* acerca de posibles chantajes mediáticos. Así, podemos ver cómo se va desarrollando el dispositivo como red y como cartografía, con actores que se interdefinen multidimensionalmente y en donde muy pocos de ellos podrían sentir que pueden ejercer su poder sin riesgos. Difícilmente lograríamos entender estas dinámicas si nos acercamos por la vía de la conspiración de causas y efectos. Sin embargo, queda claro que el dispositivo de vigilancia global apenas visible en su dimensión NSA, pero todavía muy poco visible en otras versiones locales —como la mexicana, por ejemplo— es un factor clave en las dinámicas del poder contemporáneo.

En el caso de México, la revista *Contralínea* (Romero, 2015) ha corroborado la estrecha relación entre la empresa italiana Hacking Team (HT) y el Centro de Investigación y Seguridad Nacional (Cisen), que podría llevar a inferir que el gobierno mexicano ha invertido al menos casi mil millones de euros en el desarrollo de esta agenda de espionaje al interior de nuestro país. Al igual que con su contraparte estadounidense, el Cisen aduce amenazas para la seguridad nacional que podrían darse en el terreno del ciberespacio, y Romero invoca a la violación de la privacidad de los ciudadanos para

sensibilizar a sus lectores sobre los potenciales riesgos autoritarios de la información que tiene el personal del Cisen en sus manos.

Por supuesto, muchos actores van cayendo en el campo gravitacional de otros que pretenden favorecer la voluntad, los intereses y los valores del actor que tenga más peso, en este caso, de quien maneje el dispositivo de vigilancia y espionaje más perverso e invasivo de la historia. Sin embargo, es también menester subrayar que el poder de algunos actores del sistema de medios de comunicación no presencial no marcha al lado de los esfuerzos propagandísticos de los actores gubernamentales y empresariales, y que ya están emergiendo formas de resistencia a ciertos actores clave del siglo xx como los aparatos de espionaje. Estos poderes emergentes del sistema de medios de comunicación no presencial son, en un terreno físico, extremadamente vulnerables a viejos y nuevos autoritarismos y acciones criminales legitimadas por los aparatos de Estado. Ahora bien, en el ciberespacio la correlación de fuerzas cambia; todavía hay no pocos periodistas que dan honor a su gremio y recuerdan aquella máxima atribuida a George Orwell: “El periodismo consiste en decir cosas que alguien no quiere que digas; todo lo demás son relaciones públicas”.

Conclusión

El campo programático de lo que conecta es una adición que hacemos en esta obra a los campos programáticos señalados por Niklas Luhmann. El funcionamiento de este campo parece estar todavía en ciernes; aun así, su relevancia en la operación y la conducción del sistema social de los medios masivos de comunicación parece ir en aumento, y ha logrado alcances nunca antes vistos.

En este capítulo se buscó mostrar que este funcionamiento, aparentemente etéreo, tiene una faceta abiertamente territorial; sus controles exigen la capacidad de producir, transmitir, almacenar y procesar la información en espacios físicos del mundo real. Los cables, servidores y demás elementos físicos de este sistema se protegen con dispositivos legales y militares, debido a su relevancia estratégica. Es previsible que gran parte de las transformaciones políticas venideras se relacionarán con la necesidad de los poderes hegemónicos de mantener y expandir este campo programático, que tiene

una operación abiertamente extractiva dentro del modo de producción capitalista contemporáneo. Detrás de la falsa idea de ofrecer servicios gratuitos o muy baratos, se observa la captura de información de los dispositivos internalizadores y la instauración de un nuevo dispositivo de vigilancia, criminalización y chantaje social de proporciones gigantescas. El sistema de medios de comunicación no presencial deviene a través de este campo programático en una combinación de las visiones de Orwell y Huxley: vigilancia y entretenimiento para el control y la conducción de la sociedad, con una sumisión a la cual, a pesar de las advertencias, se entrega uno voluntariamente debido, entre otras cosas, a su asombrosa capacidad de seducción.

EL PODER MEDIÁTICO EN LA INVENCIÓN DE AMÉRICA DEL NORTE

Introducción

La iniciativa de crear una región administrativa, económica y militar en América del Norte ha seguido distintos procesos que tienen sus principales antecedentes en la expansión de las antiguas colonias británicas a lo largo y ancho del territorio que hoy conocemos como Estados Unidos, y se desarrolló principalmente durante el siglo XIX. Como bien sabemos, esa expansión colonial incluyó la captura militar de territorios que antes administraba la corona española y que con la independencia de México quedaron en el limbo administrativo y la indefensión militar.

En épocas recientes, los avances expansionistas se manifestaron durante los años ochenta del siglo pasado, cuando Ronald Reagan, en 1980, desde su campaña presidencial estableció la hoja de ruta para garantizar la seguridad energética de las corporaciones establecidas en Estados Unidos. Con esta finalidad es que, desde entonces, se han desarrollado diversos mecanismos, como el incremento de las interacciones comerciales y el desmantelamiento y relocalización de varias industrias y actividades económicas en los tres países. Para lograr esto se establecieron acuerdos comerciales, energéticos y militares que promovieran e incrementaran el tráfico de recursos y mercancías, a la vez que se criminalizó a los flujos migratorios que tales políticas previsiblemente traerían consigo. De esta manera, la cúpula política y los llamados poderes fácticos de los tres países buscan asegurarse el control energético, militar, político, económico, mediático e ideológico de los territorios y poblaciones de esta inmensa parte del mundo.

En estas dinámicas globales hemos visto a los grupos hegemónicos organizar y reorganizar el mundo. Una de las herencias de las grandes guerras del siglo XX fue la construcción de dos grandes bloques mundiales que se

disputaron el control territorial y poblacional del planeta entero. La novedad fue que los grupos hegemónicos europeos que habían conquistado, explotado y administrado el mundo en su propio beneficio terminaron de perder el control de sus colonias. Por primera vez en varios siglos, los ganadores se repartieron el control de Europa y dividieron ese continente y el mundo en dos grandes bloques. Con la caída del sistema soviético, Europa pudo constituirse como un bloque económico regional para poder competir con otros países que también rápidamente se conformaron en bloques regionales. De manera vertiginosa, en los últimos veinticinco años vimos que gobiernos de países contiguos firmaron acuerdos comerciales para abaratar los costos de sus transacciones. Europa, América del Norte, el sudeste asiático, y más tarde también Sudamérica, Centroamérica, África y los países del Pacífico sur y de Asia central. Es difícil imaginar a un país que actualmente no pertenezca también a varios bloques comerciales regionales.

Y no se trata sólo de bloques para países con fronteras comunes desde finales del siglo pasado; principalmente en la última década, los países efectúan acuerdos más especializados con socios comerciales y/o con países cuyas élites tienen intereses estratégicos comunes, aunque sus fronteras no sean contiguas. Así fue como Jim O'Neil (2001) identificó y bautizó al grupo de países BRICS (siglas de Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica, este último incorporado más recientemente a ese conjunto de economías emergentes). Éste es el futuro, nos dicen ahora los administradores legitimados por sus respectivos aparatos electorales mercantilizados. Así, en la conmemoración de los veinte años del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) en febrero de 2014, los administradores regionales en turno nos informaron con gran júbilo que se habían puesto de acuerdo para combatir la inseguridad y "otras nuevas amenazas a la región", además de apuntalar el Acuerdo de Asociación Transpacífico (Trans-Pacific Partnership, TPP) que busca crear un acuerdo de cooperación comercial y militar que cubra el océano Pacífico y sus costas en Asia y América, y que incluye a doce países (Australia, Brunei Darussalam, Canadá, Chile, Estados Unidos, Japón, Malasia, México, Nueva Zelanda, Perú, Singapur y Vietnam) (SICE, 2016).

A pesar de la aparente oposición de Donald Trump al TPP, éste podría significar la expansión del perímetro de seguridad de Estados Unidos que tanto preocupa a quien ha sido ampliamente señalado como el principal geoestratega al servicio de ese gobierno desde Carter hasta Obama, Zbigniew

Brzezinski. Él ha hecho públicas sus ideas con el libro traducido al español como *El nuevo orden mundial* (1997), entre otros textos. La expansión de este perímetro implica dirigirse hacia el Pacífico para ir cercando a China militar y comercialmente por medio del TPP, y el fortalecimiento y ampliación de la Organización del Tratado del Atlántico Norte (OTAN) hacia el este en Ucrania, además de que apoya los instintos expansionistas y colonialistas de Israel y provoca de manera cada vez más hostil a Rusia.

El TPP podría, además, arropar los intereses de los cinco países que conforman la anglósfera (Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, Australia y Nueva Zelanda), aliados clave en la conformación de la NSA como un sistema de espionaje y control poblacional a nivel mundial, cuyos vehículos son Microsoft, Yahoo!, Google, Facebook, Paltalk, AOL, Skype, YouTube y Apple (Greenwald, 2014). Prácticamente los únicos países protagonistas que todavía resisten este caballo de Troya son Rusia, China y Brasil, además de algunos países en América Latina como Cuba, Venezuela, Ecuador y Bolivia, y en otras latitudes Corea del Norte e Irán. Ahora bien, al igual que los procesos de globalización mencionados, estas tendencias son extremadamente complejas e incluyen contradicciones, tensiones y riesgos cada vez mayores en su interior. Por ejemplo, desde 2014 el entonces primer ministro ruso Dmitri Medvédev había alertado con respecto a que los sistemas comerciales del mundo se estaban desmantelando (*Russia Today*, 2014a), al parecer en referencia a la separación de la Reserva Federal y el Tesoro de Estados Unidos (Collins, 2014). Así que es posible inferir que, junto con los procesos de integración comercial y militar, y la guerra abierta por los recursos energéticos, hay también una reestructuración del sistema financiero mundial.

A partir de 2016, los procesos de globalización parecen estar llegando a un punto de ruptura. Los triunfos del Brexit y de Donald Trump en ese año fueron vistos en los medios como acontecimientos que podrían marcar el fin de las tendencias que conocimos durante las décadas anteriores. En Estados Unidos, con el inicio de la presidencia de Donald Trump pareciera que el poder duro se impondrá como el estilo para cualquier negociación y los temores de una guerra abierta a escala planetaria arreciaron en 2017. Estas dinámicas se están dando a escala global, pero para poder ver esto más a detalle, estudiemos el caso de la región a la que hemos sido anexados en estas dos últimas décadas.

La invención de Norteamérica

La actual fase del capitalismo se nos presenta como un proceso inexpugnable de nuestro tiempo, como una realidad inminente en donde la hegemonía mundial impregna todos los espacios geográficos, sociales, culturales e ideológicos (Flores Olea y Mariña, 1999). El contexto mundial pareciera un conjunto de fuerzas de nivel macro que necesariamente implican una globalización financiera desregulada, la mercantilización de procesos electorales para ocultar la falta de democracia que impera cuando las reglas son impuestas por organismos supranacionales no electos, los procesos intercontinentales de industrialización y consumo, el incremento de los volúmenes de intercambio comercial, y el aumento de la inseguridad y los riesgos en todos los ámbitos y niveles (Chirico, 2014).

Este contexto se despliega como inevitable y parecería que el mandato planetario es que debemos resignarnos a este desastre totalizador, pues nada ni nadie tiene el poder de detenerlo: tierras arrasadas, países enteros arruinados, formas de producción a nivel comunitario desmanteladas o en proceso de serlo, formas de vida y culturas condenadas a la extinción si no pueden incorporarse a la lógica del mercado, la proliferación de guerras civiles, la ilegalización de millones de seres humanos, y un largo etcétera de desastres “naturales” provocados por todos y por nadie. El contexto se despersonaliza, es irresponsable y nosotros somos sus víctimas; lo más que podemos hacer es aceptar nuestra vulnerabilidad y mostrar resiliencia ante lo ineludible.

EL PAPEL DEL SISTEMA MEDIÁTICO EN LA TRANSFORMACIÓN DEL SISTEMA-MUNDO

Es de sobra conocido el diagnóstico de que el contexto internacional es un campo de estudio complejo, multivariable, multidimensional y heterogéneo; lo han dicho incluso los más férreos defensores del capitalismo global como George Soros (1998). Ya Immanuel Wallerstein (1996) alertó casi al comienzo de la fase actual del capitalismo que el sistema mundial iba a reconfigurarse durante nuestras vidas y que, conforme avanzara la transición a un nuevo sistema-mundo, la violencia iba a incrementarse en todos los órdenes; la doctrina liberal no podría sostenerse en el largo plazo con su pobre seducción del mercado y la estigmatización e ilegalización de los pobres y los extranjeros.

El mismo Wallerstein (1974, 1996, 2004) utiliza la noción sistema-mundo para referirse a una división del trabajo a escala planetaria. Él propuso el sistema-mundo como una unidad de análisis fundamental, para entender mejor el orden y los cambios sociales en su totalidad. Desde esta perspectiva, se busca promover el estudio interdisciplinario y multidimensional de los problemas sociales sin subordinarlos de entrada a una forma de organización o modo de producción, ni a alguna difusa entidad de identidad territorial (como el Estado-nación), o a algún aspecto específico de la vida social, como los relacionados con la economía o cualquier otra actividad humana. En los estudios de Wallerstein, los procesos de globalización financiera y económica no son necesariamente incompatibles con el Estado de bienestar imperante en las economías liberales antes del colapso del Estado de los soviets; al plantearse de este modo —liberal y conservador a la vez— en las décadas recientes, la fase actual del capitalismo sella su propia insustentabilidad.

Así, conforme nos adentramos al siglo XXI nos vamos viendo obligados a superar el viejo debate en el que, por un lado, nos planteábamos que algunos actores mediáticos operan como una extensión propagandística de algún actor del sistema político y, por el otro, como actores emancipadores propios de los liberalismos políticos y económicos. Ahora sabemos que son las dos cosas: propagandistas y emancipadores, a veces incluso simultáneamente. Con métodos arcaicos o novedosos, y con una clara agenda establecida por sus dueños producto de negociaciones interminables y multidimensionales, son los grandes opresores y los paladines de la libertad; se parecen a lo que Orwell anticipó, pero también a lo que Huxley vio. Son un Frankenstein, hijo de Göebbels y MacLuhan. Ayudan a distraerse y a enfocarse, a informarse y a desinformarse, a apuntalar un gobierno o a tirarlo, casi independientemente de sus características.

Aclarado lo anterior, podemos ya afirmar sin confundir la polisemia de los términos que el sistema de medios de comunicación no presencial opera en el sistema-mundo contemporáneo, tanto en las dinámicas que permanecen, como en las que se están transformando; y con lo anterior no sólo me refiero a que estén cambiando de manos, sino a que incluso estén cambiando su forma de operar, para poder plantearse los retos de control poblacional y territorial presentes y futuros. ¿Qué implicaciones geopolíticas podría tener el funcionamiento de este sistema en la actual transformación del sistema-mundo?

Los sistemas políticos, cuyos problemas son de acceso a y mantenimiento del poder, han interactuado con los sistemas mediáticos desde los inicios de las comunicaciones no presenciales. El campo al que parecían estar circunscritos “naturalmente” los actores de los sistemas políticos cuando interactuaban con el sistema mediático es el que hemos llamado campo programático de lo que acontece. Los políticos son actores clave de este ámbito, en donde resulta de gran importancia tener una presencia coherente con su perfil político y por ello buscan que sus actos puedan ser amplificados u ocultados dentro de los esquemas propios de este campo. Su agenda mediática la dictan según su propia conveniencia en la medida de lo posible, a sabiendas de que sus aliados-adversarios políticos están compitiendo todos por su capacidad de influencia en la expansión del poder de su sistema. Los actores políticos pugnan por apuntalar sus posiciones mediante la vía de ir tomando decisiones prácticas que fortalezcan o debiliten a otros actores conforme a sus intereses, basados en la información con la que cuentan.

Específicamente en su interacción con el sistema mediático, los actores del sistema político procuran que los demás actores del campo programático de lo que acontece les brinden una presencia directa al amplificar su presencia en los noticieros, e indirectamente al discutir favorablemente sus propuestas en espacios de opinión y discusión política. No están circunscritos exclusivamente al campo programático de lo que acontece, sino que incursionaron también en el campo de lo que vende a través de la publicidad, los *spots* y las inserciones pagadas dentro de espacios específicos. En los sistemas políticos electorales, la presencia de los actores políticos en la publicidad seguramente es tan importante como en los noticieros y los programas de opinión. Esta interacción sistémica no se reduce a la publicitación de una imagen pública, a la propagación de eslogans, a la difusión de un supuesto ideario político o a la promoción de promesas electoreras. Además de esas labores, la interacción con el campo programático de lo que vende produce intercambios comerciales, pagos por los espacios publicitarios e inversiones recíprocas en donde los actores del sistema de medios, desde reporteros hasta corporativos mediáticos, muestran su vinculación con ciertos personajes y dinámicas del sistema político, con lo que definen sus posiciones y esferas de influencia al interior de ambos sistemas.

Ya más recientemente, los actores políticos comenzaron a incursionar en el campo programático de lo que conecta. Obama pudo haber llegado a

la Presidencia de Estados Unidos, entre otras cosas, gracias a un manejo de las redes sociales mucho más eficiente que el que usaron sus adversarios políticos en las elecciones de 2008 y 2012. Aunque de reciente creación, este campo programático ha probado ser muy importante para “humanizar” a los candidatos y acercar a los actores del sistema político de los tres poderes republicanos (Ejecutivo, Legislativo y Judicial) a sus respectivas zonas de influencia, y a que la sociedad los ubique ideológica y socialmente.

Tal parece que el único campo que quedaba por explotar al máximo era el de entretener; sin embargo, algunos pioneros como Silvio Berlusconi o Abdalá Bucaram fueron abriendo el camino para los políticos-payaso, en el que se podría inscribir Donald Trump.

¿Globalización o desglobalización?

Cabe señalar que Alfredo Jalife-Rahme (2007) ha argumentado que el proceso de globalización actual, si no se conduce de mejor manera, incorporando valores humanistas, ciudadanos, de bienestar social y de sustentabilidad ambiental, desembocará necesariamente en procesos de desglobalización. También, por otro lado, Nassim Nicholas Taleb ha explicado que son muchas las cosas que se benefician del desorden imperante; que personas y corporaciones están propiciando este caos para obtener ventajas de él, y culmina su argumentación explicando que es necesario y urgente que “los esclavos tomen el control”, apelando a razones éticas y de supervivencia de la especie (Taleb, 2012: 505). En sintonía con lo anterior, exponentes de la teoría crítica latinoamericana como Pablo González Casanova (2004) no se han cansado de repetir que lo que nos ha metido en este embrollo no es lo que nos va a sacar de él.

Hay varias explicaciones sobre cómo se ha dado este proceso y sus viscosidades. Con las hostilidades discursivas de Donald Trump y sus seguidores, se ha especulado que el 45º presidente de Estados Unidos está en contra del TLCAN, pero nunca quedó claro en el transcurso de los primeros cien días de su gobierno qué tanto se trataba de una estrategia mediática y qué tanto buscaba renegociar el tratado ni con qué fines. Es decir, no se supo realmente si el discurso mediático se emitía para lograr un mayor proteccionismo por parte de Estados Unidos, o para una integración económica más profunda en el marco de este escenario.

¿HACIA UNA MAYOR INTEGRACIÓN?

Esta perspectiva, promovida desde hace un cuarto de siglo por *lobbies* de gran influencia continental, como el Council for Foreign Relations (CFR), que ha patrocinado una Independent Task Force for North America y que encuentra su equivalente en nuestro país en el Consejo Mexicano de Asuntos Internacionales (Comexi), tienen como pronunciamiento central la creación de una “comunidad norteamericana” similar a los antecedentes de la comunidad europea, con el objetivo de crear una Unión Norteamericana (North American Union, NAU). Para ejemplificar este enfoque recurriré a uno de los mayores entusiastas de una mayor integración regional: el recientemente fallecido Robert Pastor (no tuvimos vínculo personal alguno, sólo el mismo apellido). En su libro *The North American Idea* (2011), expuso que los primeros siete años del TLCAN sólo trajeron bondades a los tres países de la región, basado en el argumento de que el comercio se triplicó y la inversión extranjera se quintuplicó durante ese periodo. Después de los sucesos del 11 de septiembre de 2001, la integración tuvo una recaída debido principalmente a los controles fronterizos y a la militarización de la frontera. Pastor lamentó que la cortedad de miras de los gobiernos de los tres países en la última década haya facilitado las cosas a China y diagnosticó que para un reposicionamiento favorable de la región en el mapa estratégico global es necesario profundizar los alcances del TLCAN. Con miras a lograrlo, Pastor propuso una mayor interdependencia entre los tres países mediante la creación de políticas continentales para atacar problemas nacionales, comenzando por un fondo con el cual se creara una infraestructura continental común, implementar mecanismos más eficientes que regularan y legalizaran la migración sin criminalizarla y hacer más eficientes los pasos fronterizos. En otros espacios, Pastor también defendió y aseguró que existe un proyecto a largo plazo para una moneda común norteamericana (el “amero”).

Tal vez no a la velocidad que quisieran estos influyentes tanques de pensamiento, pero en materia de seguridad, energía y telecomunicaciones, la integración de la región parece ser inexorable. Al respecto, ha habido incluso algunos “deslices” como el de Vicente Fox, quien confesó a Larry King que el “amero” era un proyecto en marcha (CNN, 2007); o más recientemente, el de la senadora por California Dianne Feinstein, que incluyó a México y a Canadá en un mapa para referirse a las políticas de seguridad de la patria (*homeland*

security) (*Huffington Post*, 2013), los indicios de subordinación en la toma de decisiones estratégicas del gobierno mexicano (*La Jornada*, 2013b), o las afirmaciones por parte de Greenwald y Snowden acerca de que el espionaje de la NSA tienen que ver con el interés por el petróleo y el gas mexicanos (CNN, 2013).

Así, las llamadas reformas estructurales hechas “para mover a México” se presentan como la panacea para los problemas que afectan a la población de esta región, y particularmente en nuestro país. Como un botón de muestra, el presidente de México Enrique Peña Nieto dijo el 29 de julio de 2014 en California que sus reformas “tendrán efectos positivos en la competitividad del país y de América del Norte” (*La Jornada*, 2014), y la publicidad oficial se llena la boca de las grandes bondades que estas reformas traerán. Mientras, en Estados Unidos la militarización de la frontera se hace más intensiva y profunda; la propuesta de un muro aún más inexpugnable podría estar previendo las catastróficas consecuencias económicas y ecológicas que podrían acarrear estas medidas en nuestro país, lo que probablemente vuelva a intensificar el éxodo de personas hacia el norte.

Las tendencias de integración regional ya mencionadas han sido vistas por algunos intelectuales mexicanos y latinoamericanos como las versiones actualizadas de la expansión colonialista de Estados Unidos. Estos autores buscan explicar la integración regional como un proceso imperialista al que se debe resistir debido a sus consecuencias catastróficas para la población de los países que en esta lógica sólo podrían ser explotados, despojados o arrasados. Para ejemplificar esta teoría me referiré brevemente al texto de culto de Eduardo Galeano, *Las venas abiertas de América Latina* (1971). En este libro, Galeano expone dos mecanismos de colonización y saqueo: en la primera parte, explica los procesos mediante los cuales la explotación de los recursos naturales promueve el incremento de la riqueza de los inversionistas —primero europeos y luego también estadounidenses— y, a la vez, reproducen y hacen crónica la pobreza de las poblaciones donde la explotación de esos recursos se realiza. En la segunda parte, Galeano expone algunos de los procesos propios de su tiempo a través de los cuales se llevaban a cabo la intervención por parte de esos países en esta región, y la aparente contradicción de imponer ciertas políticas de apertura comercial a los países latinoamericanos, pero a la vez promover estrategias de proteccionismo en sus propias fronteras.

Aunque los mecanismos de intervención y las estrategias proteccionistas han cambiado mucho en los últimos cuarenta años, la esencia de los procesos

de explotación y pillaje explicados por Galeano nos ayudan a comprender mejor cómo ocurre que, a pesar de que la economía mexicana, por ejemplo, se haya duplicado durante los últimos quince años, los índices de pobreza siguen a la alza, y los de desigualdad crecen exponencialmente (cálculo personal basado en datos de *indexmundi.com*). De esta manera, es entendible que, junto con los esfuerzos para la integración que realizan los *lobbies* internacionales descritos en la primera sección de este capítulo, se lleven a cabo labores de contrainsurgencia encaminadas a desincentivar, a cooptar y, si fuera el caso, a aniquilar por la vía de la fuerza cualquier esfuerzo local que busque impedir la apropiación y el despojo de los recursos que se encuentran en la mira de la “integración” (López y Rivas, 2012). Estos mecanismos de contrainsurgencia, al parecer, se llevan a cabo tanto de manera institucional como cuando el Comando Norte de Estados Unidos entrena a las fuerzas armadas mexicanas para inculcarles la idea de un enemigo interno (Gómora, 2010), como en la contratación “discreta” de mercenarios internacionales para la realización de operativos encubiertos específicos por si la delincuencia organizada mexicana se uniera con “bandas terroristas globales” (Cervantes, 2011).

Los procesos de integración comercial y militar, como el TPP descrito en la sección anterior, no podrían llevarse a cabo sin convenios más específicos de intervención y “cooperación” como el Plan Colombia, el Plan Puebla-Panamá o la Iniciativa Mérida. Tanto las llamadas guerras contra las drogas y/o contra el terrorismo son, desde esta perspectiva, estrategias de inversión y militarización para el control territorial y poblacional. Lo que buscan estas estrategias es que quienes estén a cargo de las administraciones locales tengan un cierto margen de maniobra, pero siempre dentro de los límites de los procesos enmarcados por los sistemas coloniales de apropiación y despojo.

¿HACIA LAS SECESIONES DE LOS PAÍSES?

Este escenario no parece ser muy factible; sin embargo, aun con su baja probabilidad, es menester reconocer que los procesos capitalistas y coloniales descritos podrían no seguir, necesariamente, una ruta de mayor integración administrativa.

Ya en otros continentes, como Europa, Asia y África, ha sido posible ver un incremento en las tensiones que promueven grupos nacionalistas que

han llevado a movimientos secesionistas de distinto calibre. En Europa no sólo el Reino Unido estudia separarse de la Unión Europea, sino que otras naciones sufren distintos males que podrían llevar a una redefinición de las fronteras en este siglo, como Escocia, Euskadi, Cataluña, Bélgica y Ucrania, por mencionar algunos de los más visibles.

Por un lado, los discursos de la integración regional y de las resistencias nacionalistas en los tres países de Norteamérica parecieran a veces omitir ciertas informaciones que podrían estarnos indicando que el proceso de globalización y su consecuente integración regional tal vez haya entrado en una tendencia contraria desde los ataques terroristas del 11 de septiembre de 2001, acentuados por la crisis europea, la crisis financiera de 2008 que podría ser definitiva, y los tambores de guerra que amenazan convertir los casos de Siria y Ucrania en una reacción en cadena mundial de proporciones pavorosas. Por otra parte, las resistencias locales amenazan de manera cada vez más seria a los frágiles sistemas de legitimación electoral en varios países, incluidos México, Estados Unidos y Canadá.

En México, fuera éste su objetivo o no, las políticas económicas y militares de los últimos años han llevado a que los habitantes de muchas zonas de nuestro país consideren que hay poderes paralelos disputando sus territorios. En algunos casos se habla de trifulcas por el control de las “plazas”, en otros se han organizado policías comunitarias. En las ciudades es común ver policías privadas cada vez más reforzadas cuidando las colonias clasemedieras y de clase alta, en donde se requiere de identificarse y mostrar un salvoconducto para entrar, e incluso se ha discutido en foros académicos si el concepto de Estado fallido podría aplicarse a ciertos territorios. Además, la semilla de algunos movimientos separatistas en diversos estados del norte, como Baja California y Chihuahua, empiezan a hacerse visibles y de manera esporádica se hacen notar por medio de las redes sociales en Internet.

En Estados Unidos, los datos son confusos y las cifras varían mucho según la fuente, pero lo que sí es seguro es que en noviembre de 2012 varios cientos de miles de ciudadanos de prácticamente todo el país exigieron a sus estados separarse de la Unión Americana por muy distintas razones y de manera muy marginal, pero suficientemente significativa (Gray, 2012). El caso de Texas es paradigmático, pues sus impulsos separatistas parecen arreciar cíclicamente y cada vez con más fuerza (*Russia Today*, 2012). El fenómeno mediático y electoral que llevó a Donald Trump a la Presidencia de su país nos hace

pensar que estos discursos son el signo de un contexto social en ruta de colisión en Estados Unidos.

La fractura social que parece estarse abriendo en ese país es preocupante, no sólo en términos de segregación y racismo (que parecen residir en la médula de extensos sectores estadounidenses), sino incluso en los distanciamientos culturales que se van abriendo en regiones enteras. La violencia racista (que en Los Ángeles, Ferguson y Baltimore ha tenido sólo antecedentes), y las persecuciones xenofóbicas que podrían detonarse en los próximos años con la visibilidad y la relevancia que los discursos de odio que Trump encarna y reproduce quizás lleguen a tener una gran explosividad en las próximas décadas.

Mientras, en Canadá las aspiraciones independentistas de Quebec tienden a atenuarse momentáneamente, pero un conservadurismo con tufo fascistoide parece estar instalándose en ese país (Flanagan, 2007). A pesar del triunfo electoral en 2015 de las fuerzas liberales canadienses, en un futuro podríamos presenciar el tamaño de la fractura social de la polarización política y la desconfianza promovidas por Stephen Harper y los conservadores.

Además, en las tres naciones existe un amplio espectro de movimientos sociales en resistencia contra los procesos capitalistas y colonialistas arriba mencionados, de manera aislada, pero cada vez con mayor contundencia. La llamada sociedad civil, en los tres casos, ha demostrado tener la capacidad de convocatoria y organizativa para impulsar sus agendas de una manera cada vez más notoria.

A pesar de que podemos observar segmentos minoritarios altamente politizados, movilizados y cada vez más beligerantes, en general la sociedad mexicana parece aletargada e indiferente a la profundización de los procesos capitalistas y colonialistas. También es notorio que tanto el gobierno supranacional de la región, como los gobiernos federales y locales de todo el país, estuvieran preparándose para enfrentar un estallido social a gran escala. Así, se equiparan estrategias de contrainsurgencia con políticas contra el crimen organizado; se acostumbra a la población a la presencia de los militares en los espacios públicos, y sus constantes violaciones a los derechos humanos y a la libertad de expresión son justificadas por los discursos de seguridad, y además de que todas las reformas promovidas entre 2012 y 2014 han legalizado la criminalización y la represión de la protesta social.

En Estados Unidos, los movimientos sociales tienen expresiones que van desde la organización de los migrantes criminalizados y perseguidos; las

insurrecciones que muestran que la olla de presión de la segregación racial podría estallar en cualquier momento (como en Ferguson, Missouri); las movilizaciones magisteriales que se oponen a las políticas mundiales de privatización y mercantilización de la educación, hasta los movimientos ambientalistas que buscan dismantelar la maquinaria capitalista y colonialista desde su raíz.

Cabe señalar, para terminar esta sección, que ni las tendencias de posible fragmentación administrativa ni los movimientos sociales en resistencia parecen tener (por ahora) la capacidad de revertir los procesos capitalistas y colonialistas antes descritos. Para ello, tendrían que refundarse los respectivos Estados de manera multidimensional, multicultural y compleja siguiendo, tal vez, algunas de las experiencias que llegan desde otras latitudes de Latinoamérica, pero también aprendiendo de sus errores, pues varios de los excesos cometidos en el cono sur han demostrado que ninguna sociedad otorga cheques en blanco a sus administradores públicos (De Sousa, 2007).

El poder de los medios como factor clave para la agenda regional

¿Por qué resulta particularmente perturbador el escenario de una posible fragmentación de alguno de los países de la región y por qué podría parecer algo descabellado e improbable para una persona promedio y medianamente enterada de lo que pasa en el mundo y en su país?

Pongamos una hipótesis más allá de que las fronteras son para las personas, y que la abolición de las mismas es sólo para ciertas mercancías y para ciertos sectores de las sociedades. Supongamos que la razón por la cual la idea de la integración regional nos parece tan inevitable y hasta decretada sin alternativa sea también porque no hay narrativas mediáticas imperantes que nos ayuden a ir asociando esa idea, sino que forma parte del universo de cosas que quedan en el terreno de lo no informable.

El poder de los medios parece radicar en parte en esa capacidad que tienen esos dispositivos, actores y artefactos de decirnos lo que es posible y lo que no. A Slavoj Žižek le llama mucho la atención que sea más fácil expresar y considerar narrativas e imágenes sobre el final de la vida en el planeta con la llegada de un meteorito o una nave pletórica de seres hostiles, que imaginar una transformación mucha más modesta y más factible, como lo es un

cambio en el modo de producción. Veamos ese aspecto de la sociocibernética crítica que busca desnaturalizar el funcionamiento de este sistema por la vía de exhibir y entender el poder. Empecemos por una definición, para ir la desarrollando:

El poder es la capacidad relacional que permite a un actor social influir de manera asimétrica en las decisiones de otros actores sociales de modo que se favorezcan la voluntad, los intereses y los valores del actor que tiene el poder. El poder se ejerce mediante la coacción (o la posibilidad de ejercerla) y/o mediante la construcción de significado partiendo de los discursos a través de los cuáles los actores sociales guían sus acciones [...]. Las relaciones de poder están enmarcadas por la dominación, que es el poder que reside en las instituciones de la sociedad [...]. La capacidad relacional del poder está condicionada, pero no determinada, por la capacidad estructural de dominación (Castells, 2012: 33).

Este fragmento nos permite continuar con el concepto desarrollado por Foucault (1999), quien argumentó que el poder es una fuerza relacional. Para estudiarlo y poder desenmarañarlo hay que seguir la pista de sus mecanismos, dinámicas y dispositivos. El poder, para Foucault, sólo puede entenderse si se le ve como un conjunto de discursos históricos que legitiman ciertos saberes, ciertas propiedades, ciertas legalidades, y al legitimarse esto se propicia la reproducción de despojos y sometimientos.

También el concepto de Castells nos permite reconocer la influencia de Bourdieu (1991), quien reconoce que hay un cierto capital simbólico que estructura el poder y que, al irlo estructurando, los instrumentos de dominación estructurantes son susceptibles de ser estudiados y desmantelados por su misma condición de estar estructurados. Así, tenemos una base doble para el poder: por un lado es una fuerza relacional que establece posiciones entre dos actores que interactúan y, por el otro, para que esta interacción funcione como un instrumento o dispositivo del poder tiene que haber una estructura de dominación que esté basada en la apropiación y la exhibición de ciertos elementos simbólicos y materiales que permiten a los actores evaluar su propia condición y así someterse, negociar u ofrecer una conducta beligerante en una situación en la cual se den las interacciones, sin que éstas se hallen libres de paradojas y patologías.

Ahora bien, ¿en qué dirección va el poder? Éste se justifica por una estrategia de dominación que busca legitimarse a través de ciertas prácticas.

Michael Mann (1986), en lugar de explorar las características de esa fuerza relacional, hizo énfasis en un poder teleológico, es decir, en la capacidad y el alcance de ciertos actores para poder hacerse de instrumentos con los cuales se logren los objetivos que se proponen. Así, Mann propuso una matriz para explicar cuatro dimensiones del poder, según su grado de concentración y alcance: extensivo, intensivo, autoritario y difuso. En las dos primeras, el poder depende de la cantidad de gente que hay que involucrar; cuanto más extensivo, más gente, pero menos compromiso por parte de los involucrados; mientras que en el intensivo se requiere de unos pocos, pero bien comprometidos y organizados. El poder autoritario es centralizado e institucionalizado, mientras que el difuso es descentralizado, colectivo y espontáneo (aunque no por ello menos estratégico). Joseph Nye Jr. (2011) ha intentado estudiar de una manera más tangible esa capacidad de influencia o coerción que pueden ejercer los actores que detentan un poder.

Así, tenemos por un lado autores que han trabajado el poder como una fuerza relacional, en el que las instituciones y sus símbolos juegan un papel importante pero no decisivo; y tenemos, por otro, a quienes han visto en el poder un conjunto de estrategias que sólo se explican en función de sus objetivos. Aquí cabe añadir una característica que ve Luhman en el poder. De acuerdo con Korstanje (2010), para Luhmann el poder es el instrumento de la comunicación que permite hacer inteligibles las opciones comunicativas entre *alter* y *ego*. Además, Luhmann (1995) ofrece una veta inusualmente intersubjetiva, en donde el poder no sólo es relacional sino interrelacional, es decir, exige una evaluación por parte de los actores involucrados, quienes echan a andar una constelación de símbolos e instrumentos para definir su lugar en la relación de poder; como un *alter* (quien ostenta más poder), o como *ego* (quien ostenta menos poder). Esta evaluación intersubjetiva se daría en cada interacción.

A Judith Butler le llamó particularmente la atención esta interrelación psíquica, pues esta evaluación no parece ser tan consciente, estructurada y estratégica como la plantearía un hombre blanco alemán sino que, vista desde el sujeto que es sometido, la aparente contradicción que se da en esa evaluación intersubjetiva, y trayendo de vuelta a Foucault, es que “aunque se trata de un poder que es ejercido sobre el sujeto, el sometimiento es al mismo tiempo un poder asumido por el sujeto, y esa asunción constituye el instrumento de su devenir” (Butler, 2001: 22). Lo anterior lleva a Butler a preguntarse

por la forma en que las normas sociales son interiorizadas, de tal manera que el sometimiento incluye e instituye el deseo de ser sometido; de esta manera, siguiendo a Hegel, Nietzsche y Freud, es posible reconocer que el sujeto se coarta a sí mismo en aras de ganar su identidad.

Este argumento nos está permitiendo desarrollar para otra ocasión una explicación sobre la reproducción del poder en la interrelación que se da desde una perspectiva de las audiencias. Aunque, para poder cerrar esta sección, es clave subrayar que con este argumento, Butler nos ofrece la posibilidad de entender cómo los actores del sistema de medios masivos de comunicación se interrelacionan entre sí, así como con los dispositivos del sistema y con los distintos elementos de su entorno.

Trasladando todo lo anterior a América del Norte, tenemos interrelaciones de poder no sólo entre los gobiernos de los tres países en cuestión, sino entre todas sus fuerzas políticas, económicas, culturales, energéticas, de telecomunicaciones, mediáticas, etc. Así, las interrelaciones entre sus sociedades son tan elaboradas que vale la pena ordenarlas como sistemas interactuantes para poder ir mucho más allá de los elementos diplomáticos o de relaciones internacionales tradicionales. A la vez, cada relación comunicativa echa a andar mecanismos de interacción en donde actores y dispositivos buscan expandir su propio poder, y en donde los más poderosos, claro, pueden echar mano de más recursos con los cuales ir concentrando aún más su capacidad de influencia, con miras al mantenimiento y la expansión de un dominio territorial y poblacional que les permita ampliar su capacidad de influencia y sometimiento.

La interacción internacional de estos sistemas está creando un megasistema regional que incluye no sólo a los tres países sino a los múltiples actores que todavía consideramos como adscritos a tal o cual país, pero cuyas acciones y contenidos van mucho más allá de sus marcos fronterizos y legales locales. Así, aunque el tamaño de los recursos disponibles a los que los dispositivos, actores y artefactos mediáticos tienen acceso es muy desigual; los símbolos a los que puedan recurrir, y logren producir y reproducir son muy diversos y con distintos alcances; y las interdefiniciones entre los elementos del sistema entre sí y con el entorno tienen variables infinitas; aun así, en este trabajo hemos propuesto un mapa distinto que ofrezca una representación del sistema, algunas interacciones entre sus elementos y con su entorno, y sus campos programáticos.

Es importante subrayar cómo lo que realmente ocurra en esta región tendrá una expresión mediática que hace que ciertos escenarios nos parezcan más “lógicos” y otros más “impredecibles”. La “sorpresa” de que Donald Trump ganara la Presidencia puede ser un claro ejemplo de ello. Los manejos mediáticos que se puedan dar a las renegociaciones de los tratados comerciales podrían distorsionar el conocimiento que las sociedades de los tres países de la región creen tener al respecto. Los datos alternativos y las noticias falsas jugarán un papel clave en el sentido de cómo se construye lo que acontece y lo que no, lo que entretiene, lo que vende y lo que conecta; todo para ir construyendo no sólo una América del Norte territorialmente existente sino también para ir la inventando mediáticamente. El poder “suave” del sistema mediático podría, pues, cooperar con los discursos de poder duro que Donald Trump ha elegido para conseguir sus objetivos de mantener y expandir la supremacía de Estados Unidos en la región y en el planeta.

Los campos programáticos y la recreación mediática de América del Norte

Una de las consecuencias epistemológicas de la sociocibernética es que algunos elementos que suelen agruparse en otros conjuntos de categorías quedan organizados de una manera distinta a la tradicional, lo cual permite un cambio de perspectiva. Las cosas cambian cuando las vemos desde otro lado, si ampliamos el foco o si nos acercamos para ver con más detenimiento. Uno de los cambios de perspectiva que se da con nuestra propuesta es el aparente distanciamiento entre el sistema político y el mediático. Como ya se ha señalado en el segundo capítulo, el análisis político suele poner esta actividad en el centro y subordinar las actividades mediáticas a las políticas. Lo que hemos hecho en este libro es equiparar el sistema político con el mediático para poder estudiarlo sin partir de supuestos subordinados o conspiracionistas.

En el arte de la política siempre se ha mentido, claro, pero a últimas fechas surgen temas y discusiones en torno a la llamada “posverdad” y los hechos alternativos. Cada vez más políticos recurren a sus propias versiones de los hechos, como si al hacerlo la realidad se distorsionara de alguna manera. La realidad es que para la política la negociación es clave, por lo que para ganar

una posición torcer la verdad, hacer creer una falsedad o de plano mentir y engañar son considerados gajes del oficio. Lo que se ha escrito en este capítulo es un ejercicio de anticipación que no tendría por qué escandalizar; o es correcto o no lo es. El tiempo lo dirá; el primer borrador de este texto fue escrito entre 2014 y 2015; aun así, cada año que pasa me parece que es menos escandaloso. Identificar mentiras que provienen de una fuente que parece creíble requiere un poco más de trabajo intelectual. Lo mínimo básico que algunos académicos intentamos enseñar en algunas universidades es que hay que revisar las supuestas evidencias, recordar que correlación no es causalidad, identificar trucos pseudoargumentativos que buscan crear falsas asociaciones o que se basan en supuestos falsos o premisas erróneas. Buscamos alertar que los humanos solemos preferir información que confirma nuestras creencias; que casi nunca es fácil cuestionar algo que refuerza lo que ya de por sí pensábamos, y que hay que mantenerse alertas de los posibles móviles o intereses que mueven la transmisión de un mensaje.

Ahora bien, ¿qué pasa cuando nos gusta que nos mientan con palabras dulces para nuestras creencias, o cuando nos emociona la primicia de lo que nos parece un evento espectacular, o un chisme digno de ser amplificado al máximo lo antes posible? Mentir y que te crean: tal parece ser una consigna política ancestral, pero que ha adquirido una particular relevancia mediática en la actualidad. Pareciera que por propio gusto cada uno de nosotros va saturando su propia vida y las de los demás con la presencia cada vez más omnipresente e invasora de los medios de comunicación masiva, y que sentimos que debemos amplificar ciertos eventos —algunos con motivación política—, hacer una denuncia o contraponerse a algo; otros, en aras de entretener o publicitar cosas para vender una idea, un producto o un servicio. En cada cosa que publicamos por medio de las redes sociales, nos conste o no, buscamos mostrar nuestra membresía a alguna identidad cultural e ideológica y que estamos conectados a través de las más variadas expresiones artísticas. Hacemos público el entorno en el que vivimos y hacemos partícipes de nuestras vivencias y de nuestras preocupaciones a quienes están conectados con nosotros en nuestra red social.

Así es como el análisis que se hizo en las páginas anteriores podría ser un ejercicio de anticipación sobre el futuro de la región. Aunque no sólo esta región está en riesgo; también otras como la Unión Europea pasan por momentos de incertidumbre que ahora no es tan sencillo negar; apenas hace

dos años, los analistas en los medios habían convencido a buena parte de los académicos y estudiosos de que el Brexit no pasaría y que Donald Trump no ganaría ni las primarias del Partido Republicano. Cuando esos acontecimientos ocurrieron se dijo que fue una gran sorpresa, como si eso atenuara el fallido ejercicio de anticipación que se hizo desde los medios durante 2016.

CONCLUSIONES

Este trabajo ha buscado desarrollar una investigación exploratoria para ofrecer un mapa estratégico de los medios de comunicación en América del Norte. En él se ha argumentado que los medios de comunicación no presencial pueden estudiarse como un sistema complejo y adaptativo, para a la vez entender cómo funciona el poder desde las interacciones entre los elementos de un sistema. La perspectiva ha sido de abajo hacia arriba, con objeto de evitar, de este modo, la reproducción del paradigma de que el poder descende desde el sistema hacia sus elementos. Hemos desarrollado un método geopolítico para demostrar que el sistema mediático obedece a una lógica sistémica de control ideológico que influye en territorios y poblaciones conforme a los intereses de los sectores sociales y los actores que han capturado los elementos del sistema. También hace operar a dichas poblaciones conforme a esos intereses y no sólo busca el control de territorios en términos físicos, sino que en la actualidad está en el centro de la disputa por el ciberespacio.

Examinamos y desarrollamos la propuesta de Niklas Luhmann respecto a estudiar las dinámicas de este sistema siguiendo el funcionamiento de los campos programáticos, que hemos reexpresado en este estudio, y observamos un posible código secundario para su funcionamiento. Asimismo, hemos planteado que los campos programáticos podrían ser cuatro y no tres, como lo señaló Luhmann: lo que acontece, lo que entretiene, lo que vende y lo que conecta. Todos ellos operan tanto en el terreno social analógico (medios impresos, cine, radio y en menor medida la televisión), así como de manera creciente en el terreno del ciberespacio (Internet y cada vez más la televisión).

El código lo informable/lo no informable de Luhmann funcionó bien para el estudio de los medios de la región desde esta perspectiva; sin embargo, fue necesario encontrar un código secundario para explicar el funcionamiento distintivo de cada uno de los campos programáticos. Estos códigos secundarios

fueron amplificación/ocultamiento, en el caso del campo programático de lo que acontece; lo que entretiene/lo que no entretiene, en el caso del campo del entretenimiento (que es el más complejo, pues contiene una gran amplitud de géneros y subgéneros); el tercer campo programático es lo que vende, en donde además del *marketing* y la publicidad en sí, se han integrado todas las campañas políticas y la propaganda, siguiendo el código secundario lo que vende/lo que no vende; y finalmente, el campo programático de lo que conecta, regido por el código conectar/desconectar. En todos los casos se ha trabajado (aunque queda pendiente una argumentación más exhaustiva) la noción žižekiana de que la ideología va incorporada de alguna manera en cada acto del sistema, y la noción spinoziana y deleuziana de que es el deseo de persistir el propulsor de ese motor ideológico incorporado en los campos programáticos.

Se han privilegiado ejemplos sobre el funcionamiento del sistema mediático de comunicación no presencial en América del Norte, y en esta investigación predominan, por su tamaño y capacidad de influencia, los estadounidenses. Sin embargo, ilustramos la disputa por el control territorial que se está dando actualmente en nuestro país y las posibles implicaciones que tienen algunas de las reformas estructurales en la materia para alienar los intereses de México en beneficio de algunos actores preponderantes en Estados Unidos.

Paralelamente al desarrollo de la investigación, se ha hecho un esfuerzo por dar un sustento teórico y metodológico al mapa en cuestión. La sociocibernética crítica necesitará irse desarrollando y este libro sirve de base para ir desplegando una teoría sobre los sistemas sociales y su conducción desde una perspectiva crítica, que mire desde abajo a las élites y observe las interacciones que dan fuerza a un sistema que se constituye como despótico, pero en parte porque así lo construimos y cooperamos con nuestros tiranos.

El método geopolítico que se ha explorado aquí sirve también para explicar la muy peculiar situación de México en relación con los otros países de la región, e intentar cooperar con otros esfuerzos de América Latina y del propio México para así entender nuestra posición en el planeta no sólo como la de un país subordinado, colonizado o víctima de los designios de los poderosos, sino en abierta interacción. Y si bien las condiciones no son simétricas (nunca lo han sido), es necesario ya asumirnos como un actor de alcance global, que debe contar con una estrategia hacia adentro y otra hacia afuera para poder mantener el control tanto de los territorios físicos como de los

cibernéticos, en beneficio de las personas que aquí vivimos y de las que han emigrado a otras latitudes, para no tener que estar adaptándonos y reaccionando a otras agendas de una manera improvisada.

En este mismo sentido es que esta investigación pretende ser parte de un diálogo internacional que ayude a ir desarrollando una diplomacia de múltiples dimensiones y actores, y no sólo entre los gobiernos de los países; la cooperación académica y la agenda de universidades como la UNAM nos permiten participar en un diálogo respetuoso para el desarrollo de todas las personas que vivimos en la región. Particularmente, los medios de comunicación no presencial ofrecen una puerta de acceso al ciberespacio en donde las agendas del control social colisionan con las de las libertades, el humanismo y los principios éticos que nos hermanan con muchas instituciones de educación superior en la región y en el continente.

Esta investigación se ha planteado el reto de observar el fenómeno de los medios de comunicación no presencial en la región de una manera innovadora, que se sume a los estudios sobre este tema, para aportar una mirada diferente. Este libro puede servir como una cartografía que nos ayude a estudiar este complejo fenómeno e irlo entendiendo cada vez mejor, para beneficio de las personas y los pueblos de la región y no sólo de sus élites.

BIBLIOGRAFÍA

ADORNO, THEODORE

1964 “Television and the Patterns of Mass Culture”, en Bernard Rosenberg y David White, eds., *Mass Culture: The Popular Arts in America*. Nueva York: Free Press, 474-488.

AGAMBEN, GIORGIO

2011 “¿Qué es un dispositivo?”, en *Sociológica*, no. 73 (mayo-agosto): 249-264, en <<http://www.revistasociologica.com.mx/pdf/7310.pdf>>, consultada en enero de 2015.

2005 *Estado de excepción*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo, editora.

1998 *Homo sacer. El poder soberano y la nuda vida* [1995]. Valencia: Pre-Textos.

ALHAJJ, REDA y JON ROKNE

2014 *Encyclopedia of Social Network Analysis and Mining*. Nueva York: Springer.

ALTHUSSER, LOUIS

1971 “Ideology and Ideological State Apparatuses” [1968], en *Lenin and Philosophy and Other Essays*. Nueva York: Monthly Review Press, 121-176.

AMUZURRUTIA, JOSÉ

2012 “Complejidad y ciencias sociales: un modelo adaptativo para la investigación interdisciplinaria”. México: Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades (CEIICH), UNAM.

ANDREELLA, FABRIZIO

2016 “El pensamiento como maquillaje de la realidad”, *La Jornada Semanal* (10 de enero), no. 1088, en <<https://issuu.com/lajornadaonline/docs/semanal10012016>>, consultada en enero de 2016.

BAGDIKIAN, BEN

2004 *The New Media Monopoly*. Boston: Beacon Press.

BARRÓN PASTOR, JUAN CARLOS

2018 “La estrategia mediática de Donald Trump, un personaje del campo programático del entretenimiento”, en Silvia Núñez García, ed., *La presidencia de Donald Trump. Contingencia y conflicto*. México: Centro de Investigaciones sobre América del Norte (CISAN), Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), 291-309.

2017 “Visa canadiense para mexicanos: una reflexión sobre la construcción mediática de Canadá sobre México”, en Graciela Martínez-Zalce, Silvia Núñez García y Oliver Santín Peña, eds., *Canadá y México durante la era Harper. Reconsiderando la confianza*. México: Centro de Investigaciones sobre América del Norte (CISAN), Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), 89-105.

2012 “Una mirada a la violencia en las organizaciones vista desde la teoría de los sistemas”, en Alfredo Díaz Mata, coord., *El enfoque de la complejidad: diversas perspectivas*. México: Facultad de Contaduría y Administración (FCA), Dirección General de Asuntos del Personal Académico (DGAPA)-UNAM.

2011 “Theorising Intercultural Relations: A Reflection on Cultural Identities, Violence and Emotional Affects in Mexico”, tesis doctoral. Norwich: School of International Development, University of East Anglia.

BERNAYS, EDWARD

1928 *Propaganda*. Londres: Routledge.

BERTALANFFY, LUDWIG VON

2000 *Teoría general de los sistemas* [1956]. México: Fondo de Cultura Económica (FCE).

BETTIG, RONALD V. y JEANNE LYNN HALL

2012 *Big Media, Big Money: Cultural Texts and Political Economics*. Lanham: Rowman & Littlefield.

BISHOP, ERRETT

1967 *Foundations of Constructive Analysis*. San Francisco: McGraw-Hill.

BOURDIEU, PIERRE

1997 *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.

1991 *Language and Symbolic Power*. Boston: Harvard University Press.

BRUNNER, ELGIN M. *et al.*

2007 *Power and Security in the Information Age: Investigating the Role of the State in the Cyberspace*, Myriam Dunn Cavelety, Victor Mauer y Felicia Sai Krishna-Hensel, eds. Aldershot: Ashgate.

BRZEZINSKI, ZBIGNIEW

1997 *The Grand Chessboard: American Primacy and its Geostrategic Imperatives*. Nueva York: Basic Books.

BUTLER, JUDITH

2001 *Mecanismos psíquicos del poder: teorías sobre la sujeción*, 5ª ed. Madrid: Cátedra/Universitat de València/Instituto de la Mujer.

CASTELLS, MANUEL

2012 *Comunicación y poder*. México: Siglo XXI.

CASTORIADIS, CORNELIUS

1988 *The Imaginary Institution of Society* [1975], traducido por Kathleen Blamey. Cambridge: MIT Press.

CERVANTES, JESUSA

2011 “Los mercenarios de Blackwater”, *Proceso* (12 de agosto), en <<http://www.proceso.com.mx/?p=278511>>, consultada en septiembre de 2013.

CANADIAN BROADCASTING CORPORATION (CBC)

- 2014 “Scrap Mexican Visa Rule, Canadian CEOs to Urge Harper”, CBC (10 de febrero), en <<http://www.cbc.ca/news/canada/scrap-mexican-visa-rule-canadian-ceos-to-urge-harper-1.2531375>>, consultada en septiembre de 2014.

COMISIÓN FEDERAL DE ELECTRICIDAD (CFE)

- 2014 *Ley de la Comisión Federal de Electricidad* (11 de agosto), en <http://www.cfe.gob.mx/ConoceCFE/1_AcercadeCFE/MarcoLegalNormativo/Lists/Leyes1/Attachments/24/Leydelacomisionfederaldeelectricidad.pdf>, consultada el 12 de mayo de 2015.

CHIRICO, JOANN

- 2014 *Globalization: Prospects and Problems*. Los Ángeles: Sage.

CHOMSKY, NOAM

- 2002 *La propaganda y la opinión pública: conversaciones con David Barsamian*. Barcelona: Crítica.

CHOMSKY, NOAM y EDWARD HERMAN

- 1990 *Los guardianes de la libertad*. Barcelona: Grijalbo.

CITIZENSHIP AND IMMIGRATION CANADA (CIC)

- 2009 “Backgrounder—The Visa Requirement for Mexico”, *Canada.ca*, Department of Citizenship and Immigration (13 de septiembre), en <<http://www.cic.gc.ca/english/department/media/backgrounders/2009/2009-07-13.asp>>, consultada en septiembre de 2014.

COMPETITIVE INTELLIGENCE UNIT (CIU)

- 2013 “Telecomunicaciones: un mercado de US 28,000 millones”, *El Economista* (29 de septiembre), en <<http://eleconomista.com.mx/industrias/2013/09/29/telecomunicaciones-mercado-us28000-millones>>, consultada en septiembre de 2015.

CABLE NEWS NETWORK (CNN)

- 2014 “Peña Nieto va por fin de visa canadiense”, *Expansión* (18 de febrero),

en <<http://www.cnnexpansion.com/economia/2014/02/18/pena-nieto-va-por-fin-de-visa-en-canada?newsvcnn2=1392814490>>, consultada en marzo de 2014.

- 2013 “Greenwald afirma que el petróleo mexicano es blanco del espionaje de Estados Unidos”, *Expansión* (4 de septiembre), en <<http://expansion.mx/mundo/2013/09/04/greenwald-afirma-que-el-petroleo-mexicano-es-blanco-del-espionaje-de-eu>>, consultada en septiembre de 2013.
- 2007 “Ex-Mexican Prez: ‘Amero’ on the Way”, *World Net Daily* (WND) (10 de septiembre), en <<http://www.wnd.com/2007/10/43932/>>, consultada en septiembre de 2013.

COHEN, STANLEY

- 2011 *Folk Devils and Moral Panics: The Creation of the Mods and Rockers* [1972]. Abingdon: Routledge Classics.

COLLINS, J. C.

- 2014 “Separation of US Treasury and Federal Reserve Begins”, *Dinar Recaps* (17 de septiembre), en <<http://www.dinarrcaps.com/our-blog/separation-of-us-treasury-federal-reserve-begins>>, consultada el 19 de septiembre de 2014.

CONDILLAC, ÉTIENNE

- 1994 *Tratado de los sistemas* [1749], traducido por José Manuel Bermudo Ávila. Barcelona: Horsori.

CORSI, GIANCARLO, ELENA ESPOSITO y CLAUDIO BARALDI

- 1996 *Glosario sobre la teoría social de Niklas Luhmann*. México: Universidad Iberoamericana/Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO)/Anthropos.

CURRAN, JAMES

- 2002 *Media and Power*. Londres: Routledge.
- 1991 “Mass Media and Democracy: A Reappraisal”, en James Curran y Michael Gurevitch, eds., *Mass Media and Society*. Londres: Edward Arnold.

CUSHION, STEPHEN

2012 *The Democratic Value of News: Why Public Service Media Matter*. Londres: Palgrave.

DELEUZE, GILLES

1990 “¿Qué es un dispositivo?”, en Gilles Deleuze *et al.*, *Foucault filósofo*. Barcelona: Gedisa, 155-163.

DELEUZE, GILLES y FÉLIX GUATTARI

2004 *A Thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia* [1980]. Londres: Continuum.

1984 *Anti-Oedipus: Capitalism and Schizophrenia* [1972]. Londres: Athlone Press.

DESTINATION CANADA

2014 *International Visitors Arrivals*, en <<http://en-corporate.canada.travel/research/statistics-figures/international-visitor-arrivals>>, consultada en noviembre de 2015.

DÍAZ MATA, ALFREDO

2012 “Tres aproximaciones a la complejidad”, en Alfredo Díaz Mata, coord., *El enfoque de la complejidad: diversas perspectivas*. México: Facultad de Contaduría y Administración, DGAPA-UNAM.

DÍAZ MATA, ALFREDO, coord.

2012 *El enfoque de la complejidad: diversas perspectivas*, coordinado por Alfredo Díaz Mata. México: Facultad de Contaduría y Administración, DGAPA-UNAM.

DODDS, KLAUS y DAVID ATKINSON

2000 *Geopolitical Traditions: A Century of Geopolitical Thought*. Londres: Routledge.

DOYLE, GILLIAN

2013 *Understanding Media Economics*, 2^a ed. Londres: Sage.

DUNN CAVELTY, MYRIAM

2012 “The Militarisation of Cyberspace: Why Less May Be Better”, ponencia presentada en la 4th International Conference on Cyber Conflict, en <https://ccdcoe.org/publications/2012proceedings/2_6_Dunn%20Cavelty_TheMilitarisationOfCyberspace.pdf>, consultada en junio de 2015.

EARLS, JOHN

2012 *Introducción a la teoría de sistemas complejos*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.

ENTMAN, ROBERT

2007 “Framing Bias, Media in the Distribution of Power”, *Journal of Communication* 1, no. 57: 167-173.

FLANAGAN, TOM

2007 *Harper's Team: Behind the Scenes in the Conservative Rise to Power*. Montreal: McGill-Queen's University Press.

FLORES OLEA, VÍCTOR y ABELARDO MARIÑA FLORES

1999 *Crítica de la globalidad: dominación y liberación en nuestro tiempo*. México: FCE.

FOERTSER, HEINZ VON, ed.

1973 *Cybernetics: Circular Causal and Feedback Mechanisms in Biological and Social Systems: Transactions of the Sixth Conference* [1949]. Nueva York: Josiah Macy Jr. Foundation.

FORBES

2016 “The World Biggest Public Companies”, en <<http://www.forbes.com/global2000/list/#tab:overall>>, consultada en mayo de 2016.

2014a “The Business of Football”, en <<http://www.forbes.com/nfl-valuations/>>, consultada en marzo de 2014.

2014b “The Most Powerful Women”, Dorothy Pomerantz, Samantha Shaddock y Caroline Howard, eds., en <http://www.forbes.com/power-women/#tab:overall_page:2>, consultada en septiembre de 2014.

FOUCAULT, MICHEL

- 2015 “El sujeto y el poder” [1982], en Jorge Álvarez Yáguiez, ed., *La ética del pensamiento: para una crítica de lo que somos*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- 2006 *Seguridad, territorio, población* [2004]. México: FCE.
- 2000 *Defender la sociedad* [1976]. Buenos Aires: FCE.
- 1980 *Power/Knowledge: Selected Interviews and Other Writings*, editado y traducido por Gordon Colin. Brighton: Harvester Press.

FOURIE, PIETER JACOBUS

- 2007 *Media Studies: Media History, Media and Society*. Ciudad del Cabo: Juta.

FREUD, SIGMUND

- 2013a “Duelo y melancolía [1917], *Obras completas* vol. XIV, 2ª ed., 16ª reimp. Buenos Aires: Amorrortu.
- 2013b “Inhibición, síntoma y angustia” [1926], *Obras completas* vol. XX, 2ª ed., 13ª reimp. Buenos Aires: Amorrortu.
- 2014a “El Yo y el Ello” [1923], *Obras completas* vol. XIX, 2ª ed., 15ª reimp. Buenos Aires: Amorrortu.
- 2014b “Fetichismo” [1927], *Obras completas* vol. XIX, 2ª ed., 14ª reimp. Buenos Aires: Amorrortu.

FRUGALDAD.COM

- 2011 “Media Consolidation: The Illusion of Choice (Infographic)”, en <<http://www.frugaldad.com/media-consolidation-infographic/>>, consultada en junio de 2012.

GALEANO, EDUARDO

- 1971 *Las venas abiertas de América Latina*. México: Siglo XXI.

GARCÍA, ROLANDO

- 2006 *Sistemas complejos: conceptos, método y fundamentación epistemológica de la investigación interdisciplinaria*. Barcelona: Gedisa.

GEYER, FELIX

- 1995 “The Challenge of Sociocybernetics”, *Kybernetes* 4, no. 24: 6-32.

GEYER, FELIX y JOHANNES VAN DER ZOUWEN

1991 “Cybernetics and Social Science: Theories and Research in Socio-cybernetics” [1978], *Kybernetes* 6, no. 20: 81-92.

GÓMORA, DORIS

2010 “Entrenan al ejército en contrainsurgencia”, *El Universal* (27 de junio), en <<http://www.eluniversal.com.mx/notas/690652.html>>, consultada en septiembre de 2013.

GONZÁLEZ CASANOVA, PABLO

2004 *Las nuevas ciencias y las humanidades. De la academia a la política*. Barcelona: Anthropos/Instituto de Investigaciones Sociales (IIS)-UNAM/Universidad Complutense.

GRABER, DORIS

2012 *On Media. Making Sense of Politics*. Boulder: Paradigm.

GRAY, MADISON

2012 “Dear Secessionists: We’ll See Your Petition and Raise You”, *Time* (15 de noviembre), en <<http://newsfeed.time.com/2012/11/15/petition-to-secede-obama-reelection/>>, consultada en septiembre de 2013.

GREENWALD, GLENN

2014 *Snowden: sin un lugar donde esconderse*. Barcelona: Ediciones B.

HALL, STUART

1973 *Encoding and Decoding in the Television Discourse*. Birmingham: Centre for Contemporary Cultural Studies.

HEGEL, GEORG WILHELM FRIEDRICH

2017 *Fenomenología del espíritu* [1807]. México: FCE.

HORNUNG, BERND

2006 “El paradigma sociocibernético: conceptos para la investigación de sistemas sociales complejos” [2001], en Chaime Marcuello Servós, comp., *Sociocibernética: lineamientos de un paradigma*. Zaragoza:

Institución Fernando El Católico/Consejo Superior de Investigaciones Científicas.

HOW, ALAN

2003 *Critical Theory*. Basingstoke: Palgrave McMillan.

HUFFINGTON POST, THE

2013 “U.S. ‘Homeland’ Includes Canada and Mexico on NSA Map” (2 de agosto), en <http://www.huffingtonpost.ca/2013/08/02/us-homeland-canada-mexico-map-nsa_n_3697189.html>, consultada en septiembre de 2014.

HUXLEY, ALDOUS

1927 “A Note on Dogma”, en *Proper Studies*. Londres: Chatto & Windus, 192-206.

INIESTA COLLAUT, LORENZO

2005 *Master en Marketing: todo cuanto hay que saber sobre el marketing estratégico, táctico y operativo*. Madrid: Gestión 2000.

IBM (INTERNATIONAL BUSINESS MACHINES), GLOBAL BUSINESS SERVICES

2014 “Telco 2015. Five Telling Years, Four Future Scenarios”, en <<https://www-01.ibm.com/common/ssi/cgi-bin/ssialias?htmlfid=GBE03304USEN>>, consultada en febrero de 2014.

JAIN, AJIT

2014 “Visa Requirement Still Rankles with Mexican-Canadians”, *The Globe and Mail* (29 de abril), en <<http://www.theglobeandmail.com/news/toronto/visa-requirement-still-rankles-with-mexican-canadians/article18330631/>>, consultada en agosto de 2014.

JALIFE-RAHME, ALFREDO

2007 *Hacia la desglobalización*. México: Jorale Editores/Orfila.

KANT, IMMANUEL

2010 *Crítica de la razón pura* [1781]. Barcelona: Gredos.

KENDALL, DIANA

2005 *Framing Class: Media Representations of Wealth and Poverty in America*. Lanham: Rowman & Littlefield.

KLEIN, NAOMI

2007 *The Shock Doctrine: The Rise of Disaster Capitalism*. Londres: Penguin.

KORSTANJE, MAXIMILIANO

2010 “Poder. Niklas Luhmann”, *Revista Austral de Ciencias Sociales*, no. 18: 131-135, en <<http://mingaonline.uach.cl/pdf/racs/n18/art08.pdf>>, consultada en noviembre de 2014.

KUEHL, DANIEL T.

2009 “From Cyberspace to Cyberpower: Defining the Problem”, en Franklin D. Kramer, Stuart H. Starr y Larry K. Wentz, eds., *Cyberpower and National Security*. Dulles: Center for Technology and National Security Policy (CTNSP)/National Defense University Press (NDUP)/Potomac Books, 24-42.

KUHN, THOMAS S.

1970 “Reflections on My Critics”, en Imre y Alan Musgrave, *Criticism and the Growth of Knowledge: Proceedings of the International Colloquium in the Philosophy of Science*, vol. 4. Cambridge: Cambridge University Press, 231-278.

LACAN, JACQUES

2001 *Écrits: A Selection* [1966]. Londres: Routledge.

LACOSTE, YVES

2008 *Géopolitique: La longue Histoire d'Aujourd'hui*. París: Larousse.

LA JORNADA

2014 “Las reformas harán que se incremente el bienestar en América del Norte: Peña Nieto” (29 de julio), en <<http://www.jornada.unam.mx/2014/07/29/politica/007n1pol>>, consultada en septiembre de 2014.

- 2013a “México-EU: vetos y subordinación” (6 de febrero), en <<http://www.jornada.unam.mx/2013/02/06/edito>>, consultada en septiembre de 2013.
- 2013b “Wikileaks en *La Jornada*”, en <<http://wikileaks.jornada.com.mx/>>, consultada en septiembre de 2014.

LAKATOS, IMRE

- 1970 “Falsification and the Methodology of Scientific Research Programmes”, en Imre Lakatos y Alan Musgrave, eds., *Criticism and the Growth of Knowledge: Proceedings of the International Colloquium in the Philosophy of Science*, vol. 4. Cambridge: Cambridge University Press, 91-196.

LAKATOS, IMRE y ALAN MUSGRAVE, eds.

- 1970 *Criticism and the Growth of Knowledge: Proceedings of the International Colloquium in the Philosophy of Science*. Cambridge: Cambridge University Press.

LEE, DAVID y HOWARD NEWBY

- 1983 *The Problem of Sociology: An Introduction to the Discipline*. Londres: Hutchinson Education.

LÓPEZ Y RIVAS, GILBERTO

- 2012 *Estudiando la contrainsurgencia de Estados Unidos: manuales, mentalidades y uso de la antropología*, en <<http://www.rebelion.org/docs/157900.pdf>>, consultada en septiembre de 2013.

LUHMANN, NIKLAS

- 2000 *La realidad de los medios de masas*. Barcelona: Universidad Iberoamericana/Anthropos.
- 1998 *Sistemas sociales: lineamientos para una teoría general*. México: Anthropos/ Universidad Iberoamericana/Centro Editorial Javeriano (Ceja), Pontificia Universidad Javeriana.
- 1996 *Introducción a la teoría de los sistemas*. México: Universidad Iberoamericana.
- 1995 *Poder*. Barcelona: Anthropos/ Universidad Iberoamericana/ Pontificia Universidad de Chile.

LUKÁCS, GEORG

1970 “La cosificación y la conciencia de clase del proletariado”, en *Historia y conciencia de clase* [1923]. La Habana: Instituto del Libro, en <<https://www.marxists.org/espanol/lukacs/1923/hcc.pdf>>, consultada en junio de 2015.

LUTZ, ASHLEY

2012 “These 6 Corporations Control 90% of the Media in America”, *Business Insider* (14 de junio), en <<http://www.businessinsider.com/these-6-corporations-control-90-of-the-media-in-america-2012-6>>, consultada en junio de 2012.

MANNHEIM, KARL

1993 *Ideología y utopía. Introducción a la sociología del conocimiento*. México: FCE.

MARCUELLO SERVÓS, CHAIME, comp.

2006 *Sociocibernética: lineamientos de un paradigma*. Zaragoza: Institución Fernando El Católico/Consejo Superior de Investigaciones Científicas.

MARKETING DICTIONARY

2015 “Propaganda”, en <<http://marketing-dictionary.org/ama>>, consultada en marzo de 2015.

2014 “Advertising”, en <<http://marketing-dictionary.org/ama>>, consultada el 2 de marzo de 2015.

MARX, KARL

1975 *El Capital* [1867], vol. 1. México: FCE.

MASTERMAN, MARGARET

1970 “The Nature of a Paradigm”, en Imre Lakatos y Alan Musgrave, eds., *Criticism and the Growth of Knowledge: Proceedings of the International Colloquium in the Philosophy of Science*, vol. 4. Cambridge: Cambridge University Press, 59-90.

MATURANA, HUMBERTO y FRANCISCO VARELA

1996 *El árbol del conocimiento: las bases biológicas del entendimiento humano*. Madrid: Debate.

MCLUHAN, MARSHALL

2009 *Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano* [1964]. Barcelona: Paidós, Bolsillo.

MCQUAIL, DENIS

2010 *McQuail's Mass Communication Theory*, 6ª ed. Londres: Sage.

MÉNDEZ MORALES, SILVESTRE

2012 “Complejidad y nuevos paradigmas”, en Alfredo Díaz Mata, coord., *El enfoque de la complejidad: diversas perspectivas*. México: Facultad de Contaduría y Administración, DGAPA-UNAM.

MIRAMONTES, OCTAVIO

1999 “Los sistemas complejos como instrumentos de conocimiento y transformación del mundo”, en Santiago Ramírez, ed., *Perspectivas en la teoría de sistemas*. México: Siglo XXI/Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades, UNAM, 83-92.

MOÏSI, DOMINIQUE

2009 *La geopolítica de las emociones*. México: Norma.

MONTEMAYOR, CARLOS

1991 *Guerra en el paraíso*. México: Diana.

MORIN, EDGAR

1988 *El método 3. El conocimiento del conocimiento*. Madrid: Cátedra.

MUÑOZ, ALMA E.

2007 “De 1988 a la fecha han sido asesinados 696 militantes: PRD”, *La Jornada* (2 de noviembre), en <<http://www.jornada.unam.mx/2007/11/02/index.php?section=politica&article=013n2pol>>, consultada en julio de 2014.

NICOL, EDUARDO

1965 *Los principios de la ciencia*. México: FCE.

NYE JR., JOSEPH S.

2011 *The Future of Power*. Nueva York: Public Affairs.

“Cyber Power”, en <<http://web.mit.edu/ecir/pdf/nye-cyberpower.pdf>>, consultada en mayo de 2014.

O'NEIL, JIM

2001 “Building Better Global Economic BRICS”, Goldman Sachs, en <<http://www.goldmansachs.com/our-thinking/archive/building-better.html>>, consultada en septiembre de 2014.

PASTOR, ROBERT A.

2011 *The North American Idea: A Vision of a Continental Future*. Nueva York: Oxford University Press.

PICKETTY, THOMAS

2014 *El capital en el siglo XXI*. México: FCE.

PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA

2015a *Reforma energética*, en <<http://www.gob.mx/presidencia/reformas/reforma-constitucional-en-materia-energetica>>, consultada en diciembre de 2015.

2015b *Reforma en materia de telecomunicaciones*, en <<http://reformas.gob.mx/reforma-en-materia-de-telecomunicaciones/que-es>>, consultada en diciembre de 2015.

2014 *Ley de la Industria Eléctrica* (28 de abril), en <<http://cdn.reformae-energetica.gob.mx/2-ley-de-la-industria-electrica.pdf>>, consultada el 12 de mayo de 2015.

PRICEWATERHOUSECOOPERS (PWC)

2013 “Global Entertainment and Media Outlook: 2013-2017”, en <<http://www.pwc.com/gx/en/global-entertainment-media-outlook/data-insights.jhtml>>, consultada en febrero de 2014.

PRIGOGINE, ILYA

1997 *El fin de las certidumbres*. Santiago de Chile: Andrés Bello.

PROAÑO, LUIS ELADIO

1991 “Periodistas en tiempos de guerra”, *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, no. 38: 13-17.

PROMÉXICO

2013 “Sector eléctrico”, *ProMéxico*, en <http://mim.promexico.gob.mx/work/sites/mim/resources/LocalContent/41/2/130828_DS_Sector_Electrico_ES.pdf>, consultada en marzo de 2014.

REAGAN, RONALD

1980 “Let’s Make America Great Again”, *4President.org*, en <<http://www.4president.org/brochures/reagan1980brochure1.htm>>, consultada en septiembre de 2013.

RISEN, JAMES

2013 “Report Indicates More Extensive Cooperation by Microsoft on Surveillance”, *The New York Times* (12 de julio), en <<http://www.nytimes.com/2013/07/12/us/report-indicates-more-extensive-cooperation-by-microsoft-on-surveillance.html>>, consultada en enero de 2016.

ROGERS, SIMON

2012 “The World’s Undersea Internet Cables—Interactive”, *The Guardian*, en <<http://www.theguardian.com/technology/datablog/interactive/2012/feb/28/undersea-internet-cable-map-interactive>>, consultada en mayo de 2015.

ROMERO, MAURICIO

2015 “Gobierno de Peña Nieto contrató a Hacking Team: CISEN”, *Contralínea* (1° de noviembre), en <<http://www.contralinea.com.mx/archivo-revista/index.php/2015/11/01/gobierno-de-pena-nieto-contrato-hacking-team-cisen/>>, consultada en diciembre de 2015.

ROSE, BRIAN GEOFFREY Y ROBERT S. ALLEY, eds.

1985 *TV Genres: A Handbook and Reference Guide*. Westport: Greenwood Press.

RUSSIA TODAY (RT)

2014a “Medvédev: ‘Se están desmantelando los sistemas financieros y comerciales del mundo’” (19 de septiembre), en <<http://actualidad.rt.com/economia/view/140737-medvedev-desmantelamiento-sistemas-financieros-comercio-foro>>, consultada en septiembre de 2014.

2014b “Mapamundi: los 127 países que tienen un PIB inferior a la fortuna de Carlos Slim” (18 de septiembre), en <<http://actualidad.rt.com/economia/view/140672-mapamundi-paises-pbi-fortuna-slim>>, consultada en septiembre de 2014.

2012 “¿Estados Menos Unidos de América? Crece el movimiento separatista en EE.UU.” (10 de diciembre), en <<http://actualidad.rt.com/actualidad/view/80700-estados-unidos-america-crece-movimiento-separatista-eeuu>>, consultada en septiembre de 2014.

SAUSSURE, FERDINAND DE

1945 *Curso de lingüística general* [1913]. Buenos Aires: Losada.

SCOTT, BERNARD

2006 “Cibernética de segundo orden: una introducción histórica”, en Chaime Marcuello Servós, comp., *Sociocibernética: lineamientos de un paradigma*. Zaragoza: Institución Fernando El Católico/Consejo Superior de Investigaciones Científicas.

SECRETARÍA DE ENERGÍA (SENER)

2012 “Prospectiva del sector eléctrico 2012-2026”, en <http://www.sener.gob.mx/res/PE_y_DT/pub/2012/PSE_2012_2026.pdf>, consultada en marzo de 2014.

SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN (Segob)

2013 “Decreto por el que se Reforman y Adicionan Diversas Disposiciones de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en Materia de Energía”, *Diario Oficial de la Federación* (20 de diciembre), en <http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5327463&fecha=20/12/2013>, consultada el 12 de mayo de 2015.

SHUGART, HELENE A.

- 2003 “Reinventing Privilege: The New (Gay) Man in Contemporary Popular Media”, *Critical Studies in Media Communication*, vol. 20, no. 1 (marzo): 67-91, en <<http://www.csun.edu/~vcspc00g/301/newgayman-csmc.pdf>>, consultada en enero de 2014.

SISTEMA DE INFORMACIÓN SOBRE COMERCIO EXTERIOR (SICE)

- 2016 “Acuerdo de Asociación Transpacífico (TPP): Australia, Brunei Darussalam, Canadá, Chile, Estados Unidos, Japón, Malasia, México, Nueva Zelandia, Perú, Singapur y Vietnam”, en <http://www.sice.oas.org/TPD/TPP/TPP_s.ASP>, consultada en febrero de 2016.

SOROS, GEORGE

- 1998 *The Crisis of Global Capitalism: Open Society Endangered*. Nueva York: Public Affairs.

SOUSA SANTOS, BOAVENTURA DE

- 2007 “Human Rights as an Emancipatory Script? Cultural and Political Conditions”, en Boaventura de Sousa Santos, ed., *Another Knowledge Is Possible: Beyond Northern Epistemologies*. Londres: Verso, 3-41.

TALEB, NASSIM NICHOLAS

- 2012 *Antifrágil: las cosas que se benefician del desorden*. Barcelona: Paidós Transiciones.
- 2008 *El cisne negro: el impacto de lo altamente improbable*. Barcelona: Paidós.

THOMPSON, JOHN B.

- 1990 *Ideology and Modern Culture: Critical Social Theory in the Era of Mass Communication*. Cambridge: Polity Press.

TIMSIT, SYLVAIN

- 2002 “Stratégies de manipulation”, en <<http://www.syti.net/Manipulations.html>>, consultada en febrero de 2016.

TORRES MARTÍNEZ, RAÚL

- 2003 “D. El paradigma del caos”, en Raúl Torres Martínez, *Los nuevos*

paradigmas en la actual revolución científica y tecnológica. San José: Editorial Universidad Estatal a Distancia, 80-96.

TORRES NAFARRETE, JAVIER

2000 “*In Memoriam*”, prefacio en Niklas Luhmann, *La realidad de los medios de masas*. Barcelona: Universidad Iberoamericana/Anthropos.

VARGAS, ROSA ELVIRA, BLANCHE PETRICH e ISRAEL DÁVILA

2014 “Peña, Obama y Harper acuerdan luchar juntos contra el narcotráfico”, *La Jornada* (20 de febrero), en <<http://www.jornada.unam.mx/2014/02/20/politica/004n2pol>>, consultada en septiembre de 2014.

WALKER, MARGATH

2005 “*Guada-narco-lupe, Maquilaranas and the Discursive Construction of Gender and Difference on the US-Mexico Border in Mexican Media Representations*”, *Gender, Place and Culture* vol. 12, no. 1: 95-111.

WALLERSTEIN, IMMANUEL

2001 *Después del liberalismo* [1995]. México: Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades, UNAM/Siglo XXI.

1996 *The Age of Transition: Trajectory of the World-System, 1945-2025*. Londres: Zed Press.

1992 “The Collapse of Liberalism”, *Socialist Register* no. 28: 96-110.

WITTGENSTEIN, LUDWIG

2008 *Investigaciones filosóficas* [1953]. Madrid: Crítica.

WOLF, MAURO

1987 *La investigación de la comunicación de masas: crítica y perspectivas*. Barcelona: Paidós.

WOLTON, DOMINIQUE

2010 *Informar no es comunicar*. Barcelona: Gedisa.

WRIGHT-MILLS, CHARLES

1957 *La élite del poder* [1956]. México: FCE.

ZIMBARDO, PHILLIP

2007 *The Lucifer Effect: Understanding How Good People Turn Evil*. Londres: Random House.

ŽIŽEK, SLAVOJ

2015 *Menos que nada: Hegel y la sombra del materialismo dialéctico* [2012]. Barcelona: Akal.

2014 *Pedir lo imposible*. Barcelona: Akal/Pensamiento crítico.

2008 *Violence: Six Sideways Reflections*. Londres: Verso.

2004 *Violencia en acto: conferencias en Buenos Aires*. Buenos Aires: Paidós.

1999 *El acoso de las fantasías*. México: Siglo XXI.

Bibliografía complementaria

AHLEMEYER, HEINRICH

2001 “Management by Complexity: Redundancy and Variety in Organizations”, en Rudolf Geyer y Johannes van der Zowen, eds., *Sociocybernetics: Complexity, Autopoiesis, and Observation of Social Systems*. Westport: Greenwood Press.

ALIANZA POR LA SALUD ALIMENTARIA (ASA)

2014 “Cada mexicano consume 775 Coca-Colas al año”, *La Razón* (2 de junio), en <<http://alianzasalud.org.mx/2014/06/cada-mexicano-consume-775-coca-colas-al-ano/>>, consultada en febrero de 2015.

BARTHES, ROLAND

1972 *Mythologies* [1957]. Londres: Ebenezer Baylis & Son.

BLANCHFIELD, MIKE

2014 “Harper, Peña Nieto See Air Deal Signed, Meet in Precursor to Three Amigos Summit”, en *Canadian Business* (18 de febrero), en <<http://www.canadianbusiness.com/business-news/harper-pena-nieto-meeting-in-mexico-precursor-to-three-amigos-summit-wednesday/>>, consultada en septiembre de 2014.

BOYLE, RAYMOND y RICHARD HAYLE

2009 *Power Play: Sport, the Media and Popular Culture*, 2ª ed. Edimburgo: Edinburgh University Press.

BRAUDEL, FERNAND

2002 *La dinámica del capitalismo* [1985]. México: FCE, Breviarios.

CHEADLE, BRUCE

2012 “Robocalls Scandal: Election Fraud Complaints Have Doubled”, *The Huffington Post Canada* (21 de agosto), en <http://www.huffingtonpost.ca/2012/08/21/robocalls-scandal-complaints_n_1819522.html>, consultada en septiembre de 2014.

CHICAGO COUNCIL ON GLOBAL AFFAIRS (CCGA)

y WOODROW WILSON CENTER (WWC)

2013 *Public Impressions of Illegal Immigration Flows Exaggerated*, en <http://www.thechicagocouncil.org/UserFiles/File/130506_MexicoBrief.pdf>, consultada en septiembre de 2014.

CRUZ, LUIS

2011 “Complejidad y teoría de la administración”, conferencia presentada en el Seminario Permanente de Complejidad (11 de octubre). México: Facultad de Contaduría y Administración, UNAM.

CUEVAS M., FELIPE

2014 “Los números que rodean al Super Bowl XLVIII”, *La Tercera*, en <<http://www.latercera.com/noticia/deportes/2014/02/656-563783-9-los-numeros-que-rodean-al-super-bowl-xlvi.html>>, consultada en marzo de 2014).

DAWSON, LAURA

2014 “Canada’s Trade with Mexico: Where We’ve Been, Where We’re Going and Why It Matters”, *Business Council of Canada* (febrero), en <<http://www.ceocouncil.ca/wp-content/uploads/2014/02/Canadas-trade-with-Mexico-Laura-Dawson-February-2014.pdf>>, consultada en septiembre de 2015.

DEVEROUX, EOIN

1998 *Understanding the Media*. Londres: Sage.

EAGLETON, TERRY

2007 *Ideology: An Introduction* [1991]. Londres: Verso.

ELSTER, JON

1991 *El cemento de la sociedad: las paradojas del orden social* [1989]. Barcelona: Gedisa.

EN-CORPORATE CANADA.COM

2014 “International Visitors Arrivals”, en <http://en-corporate.canada.travel/research/statistics-figures/international-visitor-arrivals>, consultada el 20 de noviembre de 2015.

FANON, FRANTZ

1968 *The Wretched of the Earth* [1961], traducido por Constance Farrington. Nueva York: Grove Press.

FAZIO VARELA, CARLOS

2013 *Terrorismo mediático: la construcción social del miedo en México*. México: Debate.

FERNÁNDEZ, CLAUDIA y ANDREW PAXMAN

2000 *El Tigre: Emilio Azcárraga y su imperio Televisa*. México: Grijalbo.

FERRATER MORA, JOSÉ

1979 *Diccionario de filosofía abreviado*. Barcelona: Edhasa-Sudamericana.

FESHUCK, SCOTT

2013 “Mexico Is ‘Really Mad’ at Us, and It Is So a Big Whoop”, *Macleans.com* (20 de septiembre), en <http://www.macleans.ca/uncategorized/mexico-is-mad-at-us-and-it-is-so-a-big-whoop/>, consultada en octubre de 2014.

FUKUYAMA, FRANCIS

2010 *El final de la historia y el último hombre* [1992], traducido por Pablo Alonso González. Barcelona: Davinci/Parnaso.

GOLDSMITH, JACK y TOM WU

2006 *Who Controls the Internet? Illusions of a Borderless World*. Nueva York: Oxford University Press.

GRAMSCI, ANTONIO

2010 *Cartas desde la cárcel* [1929-1935; ed. 1947]. Madrid: Ventisiete letras.

GREEN, EWEN

2002 *Ideologies of Conservatism: Conservative Political Ideas in the Twentieth Century*. Oxford: Oxford University Press.

GUATTARI, FELIX

2013 *Líneas de fuga. Por otro mundo de posibles* [1980]. Buenos Aires: Cactus/Occursus.

HELD, DAVID y AYSE KAYA, eds.

2007 *Global Inequality: Patterns and Explanations*. Cambridge: Polity Press.

HERNÁNDEZ LÓPEZ, RODRIGO

2014 “Los 300 muertos de Allende, Coahuila”, *Revolución 3.0* (14 de julio), en <<http://revolucionrespuntocero.mx/los-300-muertos-de-allende-coahuila/>>, consultada en agosto de 2014.

HOPPER, TRISTIN

2014 “Enrique Peña Nieto Dear Diary: ‘Hockey Is Not Very Popular in Mexico, Mr. Prime Minister,’” *National Post* (21 de febrero), en <<http://news.nationalpost.com/2014/02/21/enrique-pena-nieto-dear-diary-hockey-is-not-very-popular-in-mexico-mr-prime-minister/>>, consultada en abril de 2014.

HUGHES, JED

- 2012 “Sports Leagues’ Record-Breaking Media Contracts Make Huge Impact on Revenue”, *BleacherReport.com* (23 de mayo), en <<http://bleacherreport.com/articles/1193160-sports-leagues-media-contracts-and-make-a-huge-impact-on-player-compensation>>, consultada en marzo de 2015.

HUME, JESSICA

- 2014 “Harper, Mexican President Dance Around Controversial Visa Imposition”, *Toronto Sun* (18 de febrero), en <<http://www.torontosun.com/2014/02/18/harper-mexican-pm-dance-around-controversial-visa-imposition>>, consultada en septiembre de 2014.

JERUSALEM POST

- 2011 “The World’s Most Influential Jews: 1-10” (6 de junio), en <<http://www.jpost.com/Jewish-World/Jewish-Features/The-worlds-most-influential-Jews-1-10>>, consultada en septiembre de 2014.

LACLAU, ERNESTO

- 2014 *The Rhetorical Foundations of Society*. Londres: Verso.

LAPHAM, LEWIS

- 2009 “El ahora eterno [1994]”, en Marshall McLuhan, *Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós, col. Bolsillo.

LEVINE, ELAINE

- 2014 “La reforma (o la no reforma) migratoria de los Estados Unidos”, *Con distintos acentos: investigación y reflexión sobre América Latina* (28 de mayo), en <<http://www.condistintosacentos.com/la-reforma-o-la-no-reforma-migratoria-de-los-estados-unidos/>>, consultada en junio de 2014.

MACKRAEL, KIM

- 2014 “Ottawa’s Mexican Visa Policy Hurting Business, Manley Says”, *The Globe and Mail* (10 de febrero), en <<http://www.theglobeandmail.com/news/politics/ottawas-mexican-visa-policy-hurting-business-manley-says/article16793942/>>, consultada en septiembre de 2014.

MARISTÁIN, MÓNICA

- 2015 “México ha vivido en 10 años ‘un verdadero genocidio por goteo’, afirma el ex Juez Zaffaroni”, *SinEmbargo.mx* (19 de marzo), en <<http://www.sinembargo.mx/19-03-2015/1285147>>, consultada en marzo de 2015.

MARKETING CHARTS

- 2014 “Super Bowl 2014 Ads: Facts and Figures” (6 de febrero), en <<http://www.marketingcharts.com/wp/traditional/super-bowl-2014-ads-facts-and-figures-39421/>>, consultada en febrero de 2014.

MAROTTE, JAVIER PABLO

- 2007 “La estrategia ideológica estadounidense”, *La democracia en Sudamérica* (28 de marzo), en <<http://lademocraciaensudamerica.blogspot.mx/2007/03/la-estrategia-ideologica-estadounidense.html>>, consultada en julio de 2014.

MARTEL, FRÉDÉRIC

- 2011 *Cultura mainstream: cómo nacen los fenómenos de masas*. México: Taurus.

MASTROGIOVANNI, FEDERICO

- 2014 *Ni vivos ni muertos: la desaparición forzada en México como estrategia de terror*. México: Grijalbo.

MBEMBE, ACHILLE

- 2003 “Necropolitics”, *Public Culture* 15, no. 1: 15-40.

MIGNOLO, WALTER

- 2011 “Geopolítica de la sensibilidad y el conocimiento. Sobre (de)colonialidad, pensamiento fronterizo y desobediencia epistémica”, en *Instituto Europeo para Políticas Culturales Progresivas*, traducido por Marcelo Expósito, en <<http://eipcp.net/transversal/0112/mignolo/es>>, consultada en agosto de 2014.
- 1995 *The Darker Side of Renaissance: Literacy, Territoriality and Colonization*. Ann Arbor: University of Michigan Press.

MUELLER, RICHARD E.

2005 “Mexican Immigrants and Temporary Residents in Canada: Current Knowledge and Future Research”, *Migraciones Internacionales* 3, no. 1 (enero-junio), en <<https://www.colef.mx/migracionesinternacionales/wp-content/uploads/2009/03/n08-032-055.pdf>>, consultada en mayo de 2014.

NAÍM, MOISÉS

2013 *El fin del poder*. Barcelona: Debate.

O'CONNELL, MICHAEL

2014 “TV Ratings: Super Bowl XLVIII Is Most Watched in History with 112.2 Million Viewers”, *TheHollywoodReporter.com*, en <<http://www.hollywoodreporter.com/live-feed/tv-ratings-super-bowl-xlvi-676651>>, consultada en marzo de 2014.

OBSERVATORIO CIUDADANO NACIONAL DEL FEMINICIDIO (OCNF)

2015 “Boletín: Se decreta Alerta de Violencia de Género para el Estado de México”, *OCNF* (29 de julio), en <<http://observatoriofemicidio.blogspot.mx/search?updated-min=2015-01-01T00:00:00-08:00&updated-max=2016-01-01T00:00:00-08:00&max-results=3>>, consultada en noviembre de 2015.

RÍOS, ALMA

2014 “Una ilusión, que el Estado algún día ‘baile el son que toca la gente’: Gustavo Esteva”, *La Jornada Zacatecas* (14 de septiembre), en <<http://ljz.mx/2014/09/14/una-ilusion-que-el-estado-algun-dia-baile-el-son-que-toca-la-gente-gustavo-esteva/#sthash.oHHAQJED.dpuf>>, consultada en septiembre de 2014.

ROBLES ROSA, LETICIA

2016 “Reporta la PGR 662 cuerpos en 201 fosas; identificadas, 18% de las víctimas”, *Excélsior* (5 de febrero), en <<http://www.excelsior.com.mx/nacional/2016/02/05/1073237>>, consultada en febrero de 2016.

ROVELL, DARREN

2015 “Super Bowl 50 Spots Will Hit \$5M per 30 Seconds”, *ESPN*, en <http://espn.go.com/nfl/story/_/id/13383236/super-bowl-50-spots-hit-5m-per-30-seconds>, consultada en septiembre de 2015.

SIERRA G., LUIS IGNACIO

2010 “Reseña de *Comunicación y poder* de Manuel Castells”, *Signo y pensamiento* 29, no. 57 (julio-diciembre): 558-561.

SIMPSON, JEFFREY

2014 “Peña Sends Mexico’s Diplomatic Reply”, *The Globe and Mail* (22 de marzo), en <<http://www.theglobeandmail.com/globe-debate/pe-na-sends-mexicos-diplomatic-reply/article17597876/>>, consultada en septiembre de 2014.

THRIFT, NIGEL

2000 “It’s the Little Things”, en David Atkinson y Klaus Dodds, eds., *Geopolitical Traditions: Critical Histories of a Century of Geopolitical Thought*. Abingdon: Routledge.

VILLA SOTO, JUAN CARLOS y NORMA BLÁSQUEZ GRAF

2013 “Vinculación entre los enfoques interdisciplinarios: clave de un conocimiento integral”, *Interdisciplina* 1, no. 1: 7-14.

WATZLAWICK, PAUL

1994 “Introducción”, en Paul Watzlawick y Peter Krieg, comps., *El ojo del observador: contribuciones al constructivismo*. Barcelona: Gedisa.

WIENER, NORBERT

1948 *Cybernetics: Or Control and Communication in the Animal and the Machine*. Cambridge: Technology Press/John Wiley & Sons.

WILLIAMS, RAYMOND

2011 *Televisión: tecnología y forma cultural* [1974]. México: Paidós.

Sociocibernética crítica: un método geopolítico para el estudio estratégico del sistema de medios de comunicación no presencial en América del Norte, de Juan Carlos Barrón Pastor, del Centro de Investigaciones sobre América del Norte de la UNAM, se terminó de imprimir en la Ciudad de México el 15 de enero de 2019, en Gráfica Premier, 5 de febrero núm. 2309, San Jerónimo Chicahualco, Metepec, Estado de México. En su composición se usaron tipos Fairfield LH Light y Formata Light y Medium de 8, 11, 12, 14 y 18 puntos. Se tiraron 300 ejemplares más sobrantes para reposición, sobre papel cultural de 90 grs. Impreso en offset. La formación tipográfica la realizó María Elena Álvarez Sotelo. La corrección de estilo y el cuidado de la edición estuvieron a cargo de Diego I. Bugada Bernal y Teresita Cortés Díaz. Apoyaron en la revisión de pruebas Gema Daniela Juárez de la Rosa y Luis Claudio Álvarez Sabanero.