

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.

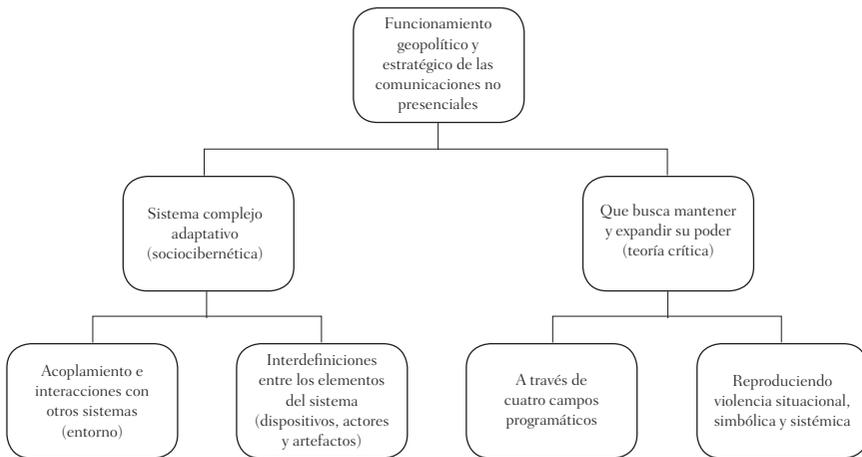
Las acciones de los actores y de los dispositivos serán, entonces, estratégicas, pero sus estrategias estarán sujetas por un lado a lo que les dictan sus prácticas, sus conocimientos, sus ideologías y sus áreas inconscientes; y por el otro, a la probabilidad, al azar y a la suerte, todo lo cual también 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