

## 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 desciende 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.