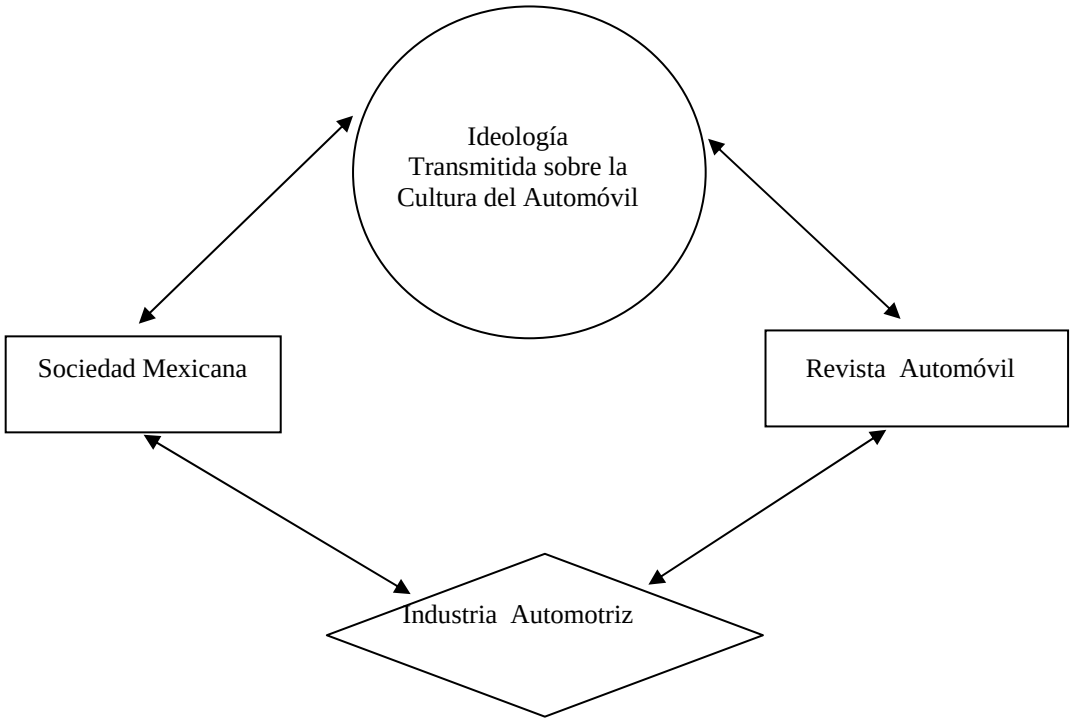
Capítulo V

Conclusiones

Entre nuestra sociedad y la revista Automóvil Panamericano existe efectivamente un pragmatismo con respecto a la cultural del automóvil, pero el efecto es mutuo, ya que al faltar uno el otro no funciona, pues aunque funcionamiento al inicio es en base al canal de comunicación después en un fenómeno de retroalimentación como el que se propone en la teoría de *usos y gratificaciones*. Para entender su funcionamiento se muestra el siguiente diagrama, basado en esa teoría.



Lo que se trata de ejemplificar con este diagrama, es cómo, la revista emite en el canal del mensaje la ideología sobre la cultura del automóvil al pueblo mexicano, la

sociedad recibe la información y retroalimenta con sus gustos y necesidades a la publicación para que esta vuelva a realizar el mismo proceso. Así funciona esto en la parte superior, en la parte inferior esta la industria automotriz, que realiza el mismo proceso que la ideología solo que en este caso la información es dividida, ya que se otorga a la sociedad una (la que conviene) y a la revista otra, para que se logre la cristalización del deseo de remuneración económica.

Como podemos ver una depende de la otra y también la industria, sin sociedad no existe cultura, ni ideología, menos industria; pero sin la revista si puede existir ideología, una cultura del automóvil y una industria.

Lo que sucede es que la revista es un instrumento en función tanto de la industria como de la sociedad, pues se dedica a emitir y moldear una serie de argumentos, y mensajes que como consecuencia generan la cultura del automóvil que se posee, más aún, cuando existe casi un monopolio de información en este tipo de revistas.

Por lo que podemos afirmar que, sí, existe una relación pragmática entre la cultura del automóvil en México y el mensaje emitido por la revista Automóvil Panamericano. Puesto que su funcionamiento es cíclico y de constante retroalimentación por lo que siempre se encuentran satisfaciendo uno (la sociedad mexicana) las necesidades del otro (la revista) y viceversa, generando una inter independencia y un pragmatismo mutuo, ambos teniendo un poco del otro, produciendo así la cultura del automóvil que poseemos hoy en día en nuestro país. Así que la

cultura del automóvil que poseemos pasa a ser una hibridación de lo que la sociedad desea, sumado a lo que recibe por parte de la publicación, es decir, no es ni una ni otra, y es por esto que siempre se encuentran retroalimentándose para poder complacerse, demostrando la relación pragmática que poseen.