

Revista

ZOCALO

¡POPULISTA!



Populismo,

calificativo neoliberal para golpear opositores

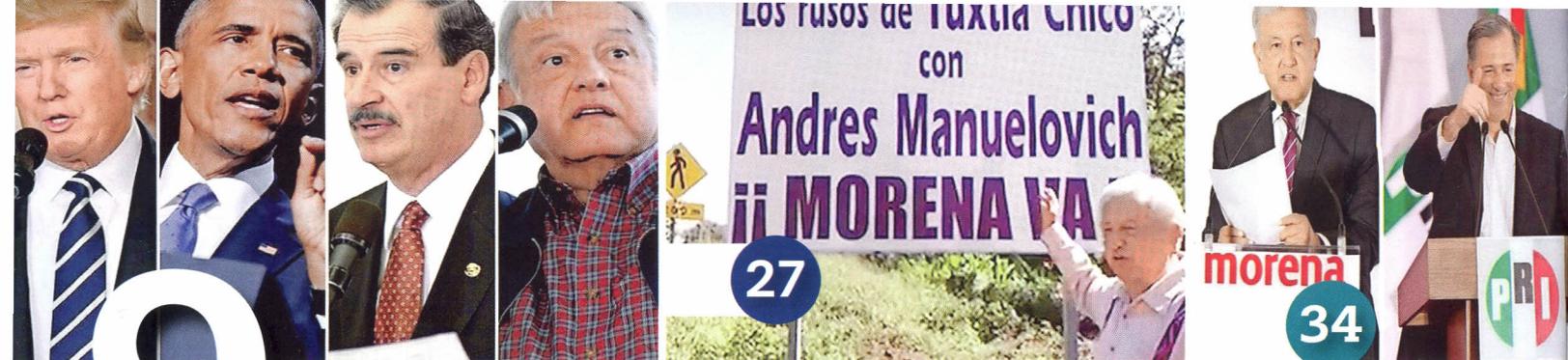
Políticas públicas populistas aplicadas por derecha e izquierda
Casos Rusia, Venezuela y *hackers*; inician guerra sucia: A. Navarrete
Acotado monitoreo del INE; más exposición negativa para AMLO
Tv. pública y privada convierten tortura en espectáculo taurino
Abrir debate para regular servicios OTT: Aleida Calleja
Ofensas, diatribas y connotaciones: Víctor Roura



Ejemplar \$30.00
Febrero 2018 Año XVIII Núm. 216
\$30.00



www.revistazocalo.com.mx



9

Populismo y Democracia en América Latina: convergencias y disonancias.

Carlos Vilas



Mesa de redacción

4 Derecho de réplica en casos de información falsa



Cartón de Rapé

5 No infla



Para seguirle la pista

6 A la espera de que IFT acote a tv de paga de *Televisa*



Populismo

- 9 Populismo y Democracia en América Latina: convergencias y disonancias.*
Carlos Vilas**
- 13 El legado populista, las políticas públicas y los riesgos: analistas
Carlos Padilla, Mauricio Coronel y Leonardo Martínez
- 17 Populismo cómo se aplica hoy
Luis Josué Lugo
- 21 ¡Ahí va el populista! ¡Agarren al populista!
John M. Ackerman
- 23 'Populismo', insulto fallido de la derecha: intelectuales y políticos
Redacción



Posverdad

24 *Mediocracia* y *Memecracia*: la Postverdad al servicio de las precampañas
Claudia Benassini

27 ¡Ahí viene el coco...!
Venezuela, Rusia y los *hackers* te comerán...
Alejandro Navarrete



Electoral

30 Acotado monitoreo electoral del INE; los medios parciales ante AMLO
Gerardo Israel Montes

34 "Precampañas 2018: juego de simulaciones democráticas"
Ivonne Acuña Murillo

36 Ficciones electorales y sin sabores de las mediaciones
César Augusto Rodríguez Cano

39 Ante la ausencia de ideas políticas, el espectáculo electoral
Darwin Franco y Guillermo Orozco/OBITEL México

41 Niños y niñas en campañas político electorales
Irma Avila Pietrasanta

44 Inconsciencia de marca: el clan de los precandidatos.
Adriana Hernández de Lago

ZOCALO

www.revistazocalo.com.mx
alternativamedios@prodigy.net.mx

Director General
Carlos Padilla Ríos
Edición
Mauricio Coronel Guzmán
Corrección de estilo
Teresa Rojas
Arte y Diseño
Irma Dinorath Palma
Fernanda Galindo Esquivel

Corresponsales
Naief Yehya, Estados Unidos
Manuel de Santiago, Europa
Ricardo Martínez, Centroamérica
Francisco Godínez, Argentina
Adriana Cedillo, Brasil

Colaboradores
Adriana Hernández, Agustín Pineda, Aleida Calleja, Alejandrina Ponce, Alejandro Navarrete, Alfredo Tenoch Cid Jurado, Antonio Brambila, Antonio Medina, Areli Cano, Balbina Flores, César Cano, Darwin Franco, Eduardo Huchim, Frambel Lizárraga, Gerardo Albarrán, Gerardo Montes, Graciela Martínez, Guillermo Orozco, Irma Ávila, Israel Tonatiuh Lay, Jenaro Villamil, Jorge Pulido (†), José Reveles, Lenin Martell, Luis Ángel Hurtado, Luis Josué Lugo, Luis Miguel Carriedo, Manuel de Santiago, Perla Blas, Primavera Téllez, Ramiro Tovar y Tanius Karam
Redacción
Perla Blas, Anayeli García, Leonel Martínez, Sergio Lugo, Norma Ramírez, Alan Tapia y Erandi León
Caricaturistas
Rapé, El Fer
Consejo Editorial
Alma Rosa Alva de la Selva, Javier Corral, Javier Esteinow, Rogelio Hernández, María Victoria Llamas (†), Ernesto Villanueva, Manuel Gutiérrez (†), Octavio Islas Carmona, Marícarman Fernández Chapou, Beatriz Solís y Gabriel Sosa Plata



57



61

- 47 Académicos buscan candidaturas independientes en Jalisco
Perla Blas

Telecomunicaciones

- 49 OTT's ¿Regular o no?
Aleida Calleja

Medios

- 52 Televisoras producen programas de tauromaquia sin autocritica; tortura convertida en espectáculo
Segunda de tres partes
Perla Blas

- 57 La Amedi propondrá criterios para la ley de publicidad gubernamental:
Lilia Vélez, presidenta
Carlos Padilla Ríos

- 59 Columnistas de *El Financiero* y *El Economista* privilegian crítica negativa contra AMLO
Perla Blas

Comunicación Política

- 61 Las lecciones de Corral
Manuel Tejeda Reyes

- 63 La subordinación mercantil de la cultura y las comunicaciones dentro del TLC: consecuencias para la sociedad
Segunda de tres partes
Javier Esteinou Madrid

- 67 Presidente de la Suprema Corte condena ataques contra periodistas
Martha Palma

Publicidad Oficial

- 67 El debate en torno a la publicidad gubernamental a través de los medios
Tanius Karam

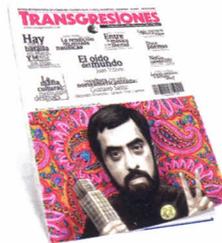
Cultura digital y transmedia

- 71 La construcción del relato y de los personajes en las series televisivas (Primera de dos partes)
Raúl Buendía y Alfredo Tenoch

Cultura

- 74 Ofensas, diatribas y connotaciones
Víctor Roura
- 75 Testosterona, obra de nuestro tiempo
Rodrigo Coronel
- 76 Mujeres creadoras de escenarios sonoros
Anayeli García
- 77 TV UNAM adelanta nuevas series originales
Martha Palma

Reseñas y tesis



Fotografía
Cuartoscuro
Fotografía de Portada
Centro Lázaro Cárdenas y
Amalia Solórzano

Administración
Nancy Rodríguez
Circulación
Enrique Rodán
Carlos Arriaga (+)
Monitoreo
Medialog
Publicidad
Martha Palma
Suscripciones
Miriam Alvarado
Lizbeth Villanueva

Certificado de Licitud de Título No. 12280 y Licitud de Contenido No. 8943, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas, expedidas con fecha 7 de abril de 2003.
Zócalo, Comunicación, Política y Sociedad, es una reserva para uso exclusivo, otorgada por la Dirección de Reserva de Derechos del Instituto de Nacional de Derechos de Autor, bajo el número 04-2017-030215503500-102. Número de ISSN 1665-8698.
Domicilio en Calzada México Tacuba No. 235, 4 Piso, Colonia Popotla, Delegación Miguel Hidalgo. C.P.11400. Tels. 5341-6590, 5341-6597. Correos revistazocalo@yahoo.com.mx, alternativamedios@gmail.com. Web: www.revistazocalo.com.mx.
Impreso. Multigráfica Publicitaria, S.A de C.V. Avenida No. 15 Col. Granjas Esmeralda, Delegación Iztapalapa. C.P. 09810
Suscripciones. Precio por ejemplar 30 pesos. Suscripción anual 350 pesos. Por 12 números.
Ventas: Sanborns de toda la República mexicana. Puestos de periódico, librerías cerradas y universidades.
Registro Postal. Porte Pagado. Publicaciones Periódicas PP09-1915. Autorizado por SEPOMEX.

SUSCRIPCIONES

5342 - 6430 y 2465 - 0598
suscripcioneszocalo@yahoo.com.mx
12 ejemplares x \$350

Síguenos en:

Revista Zócalo
 Zócalo Medios

Revista Zócalo
 @RevistaZocalo
 Zócalo

La subordinación mercantil de la cultura y las comunicaciones dentro del TLC: consecuencias para la sociedad

• Javier Esteinou Madrid

Segunda de tres partes

Derivado de la aplicación de las políticas neoliberales en el nuevo proceso de renegociación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (2017 y 2018) nuevamente se incluyó la transacción de múltiples aspectos del funcionamiento macro social como las áreas económicas, energéticas, tecnológicas, comerciales, laborales, que permiten realizar ágiles intercambios lucrativos; excepto los rubros de la cultura y las comunicaciones electrónicas. por lo que continuarán siendo abordadas con las viejas reglas de la primera fase de funcionamiento del TLC de 1994, sin ser amparadas por el Estado, permitiendo que estos ámbitos fueran definidos por la dinámica del mercado y no por políticas planificadoras de crecimiento del poder público.

Esos rubros sólo fueron anexados indirectamente de forma transversal, pero no se introdujeron directamente en un capítulo específico de renegocia-

ción trilateral, para ser defendidos al mismo nivel como los rubros: energía, industria automotriz, agro, procesos aduaneros, competencia, integración de cadenas de valor, así como mercado electrónico: las medidas fitosanitarias y la solución de controversias, sino que se permitió que estas dos realidades superestructurales quedaran definidas por las reglas del mercado que impusieron otras ramas de la economía global.

A diferencia del claro posicionamiento del Estado mexicano para amparar el interés nacional en diversas áreas de la operación económica-comercial-tecnológica de la sociedad, el esclarecimiento del “beneficio nacional” en el ámbito de la cultura y la comunicación, una vez más, quedó subordinado a la dinámica del proceso de reproducción del capital, vía la realización de nuevos *business*; y no como actividades repensadas para el establecimiento de mejores bases civilizatorias que formaran colectividades

más conscientes, educadas y críticas que sirvieran de base para generar un país más desarrollado.

Con la instrumentación de esta política se profundizará el reforzamiento de las grandes desviaciones estructurales que desde el pasado a la fecha, se experimentaron en este ámbito en las dos primeras fases de existencia del TLC (1994 y 2014), y se agregarán otros nuevos fenómenos que ocasionarán nuevas delicadas repercusiones para la estabilidad de la atmósfera cultural de la República mexicana. La historia se repitió, las viejas tendencias superestructurales que se sufrieron en las dos décadas anteriores de instrumentación del NAFTA, se volverán a reproducir, en igual o mayor intensidad, en el futuro.

Por ello, la enorme importancia de que la sociedad civil mexicana revise a fondo la situación del capítulo de la cultura y las comunicaciones del nuevo acuerdo. Después de 24 años de aplicación de las reglas del TLC para “modernizarnos”, el Estado per-

mitió que se aplicaran las reglas del “mercado salvaje”, que ocasionaron severas consecuencias trascendentes para el equilibrio de la nación. Ahora es necesario adelantar algunos pronósticos sobre lo que se podría desencadenar en el país al autorizar nuevamente que el funcionamiento de la cultura y las comunicaciones queden operando fundamentalmente bajo la dinámica de las “reglas del mercado” del NAFTA, como factores para la acumulación de capital, sin incorporar políticas públicas trilaterales rectoras y niveladoras sobre dichos procesos superestructurales que permitan que éstos sean utilizadas como instrumentos para el fortalecimiento civilizatorio de la sociedad mexicana.

Al respecto podemos afirmar que esta política estatal ocasionará fuertes repercusiones culturales y comunicativas para el desenvolvimiento futuro de la sociedad mexicana, porque le dio primacía al funcionamiento de la lógica del “dejar hacer, dejar pasar”, sobre estos fenómenos y no a la racionalidad de la planificación estratégica del Estado para propiciar un crecimiento colectivo más equilibrado. Entre las principales consecuencias que se presentarán, se dividirán en dos grandes niveles: aquellas repercusiones que se generarán sobre las actividades que serán transformadas directamente por ya estar incorporadas formalmente desde hace dos décadas dentro de los tradicionales acuerdos mercantiles, con sus respectivos nuevos agregados; y aquellos otros impactos, que se producirán sobre diversas realidades que aunque no estén expresamente incluidas en el texto del TLC quedarán igualmente afectadas por la imposición de las nuevas normas de operación del mercado en la renegociación trilateral.

Así, en ambos planos, se presentarán, entre otras, las siguientes secuelas en el ámbito cultural, comunicativo, axiológico, pluralidad, imaginario, memoria colectiva y patrimonio intangible que impactarán la vida de los diversos

conjuntos humanos de las comunidades nacionales: En un primer nivel, se forjarán las siguientes consecuencias sobre aquellos ámbitos que si fueron contemplados institucionalmente desde hace 24 años dentro del acuerdo trilateral:

1. La adecuación de la infraestructura cultural y comunicativa al mercado. En cuanto a las áreas tradicionales que ya quedaron afiliadas al Tratado de Libre Comercio desde 1994 cómo las industrias de televisión, radio, cine, editorial, música, el patrimonio artístico y arqueológico. Éstas continuarán transformándose directamente según las cláusulas específicas ya pactadas jurídicamente desde hace dos décadas; y probablemente experimentarán un periodo de mayor “modernización” para favorecer a la economía estadounidense. En este nivel algunas de las tendencias que se experimentarán en el terreno cultural serán “mantener el acceso a los mercados sin impuestos, así como eliminar las barreras tarifarias a las exportaciones de Estados Unidos hacia los demás países del Tratado y promover la compatibilidad regulatoria en sectores de bienes claves.”¹

Sobre el comercio de servicios generales, incluidos los de telecomunicaciones, se pretende asegurar el compromiso de los países de TLCAN para proveer condiciones justas y abiertas para el comercio de servicios a través de reglas que aplique a todos los sectores de servicios, incluso normas que prohíben proteger mercados específicos. En este sentido, los negociadores afirmaron que se debe evitar la discriminación en contra de los proveedores de servicios extranjeros; restricciones al número de ofertas en el mercado; y el requisito de que los países extranjeros que ofrecen servicios primero deban establecer presencia local².

El establecimiento de estas políticas fue preocupante por la vulnerabilidad que acentuaron pues “al aplicar las mismas reglas a todos los servicios,

se diluye la especificidad de los servicios culturales, y se habilita el ingreso irrestricto a jugadores extranjeros, en particular norteamericanos teniendo en cuenta su incidencia en el mercado audiovisual mundial. A su vez no deberían instalarse en el país donde prestan servicios, de modo que quedan por fuera de la potestad regulatoria del país que los recibe”³.

2. La anexión de nuevas ramas de la comunicación para obtener ganancias pecunarias. Dentro de esta inercia convencional se incorporarán explícitamente otras nuevas realidades vinculadas con la comunicación y la cultura como son las telecomunicaciones, el Internet, el comercio electrónico, la propiedad intelectual, las nuevas plataformas virtuales, los video juegos, que no fueron consideradas en las dos etapas anteriores por las que atravesó el establecimiento del NAFTA (1994-2014), debido a que en este periodo no existían o se encontraban en fases muy embrionarias de su desarrollo. Empero, estas actividades serán conducidas, cada vez más, por la mecánica de las fuerzas del mercado que impone el TLC orientadas hacia la máxima concentración económica, y no por políticas planificadoras de servicio público o de nivelación de tales dimensiones educativo-culturales para el bienestar social.

Así, se propuso incorporar “los servicios de telecomunicaciones con una normatividad transparente y la existencia de reguladores independientes para facilitar el ingreso al mercado de los servicios de telecomunicaciones. También se demandó asegurar compromisos para proveer acceso razonable a las redes para los proveedores de telecomunicaciones a través de la interconexión y el acceso a facilidades físicas y recursos escasos. Por otra parte, se postuló la importancia de proteger la elección tecnológica de los proveedores”⁴.



En relación al “comercio electrónico de bienes y servicios y los flujos de datos transfronterizos, se postuló que no debían fijarse impuestos a los productos digitales como software, música, video, ebooks, entre otros; así como asegurar un trato no discriminatorio para los productos digitales transmitidos electrónicamente, evitando que los países del TLC restrinjan el flujo de información y no requieran el uso o instalación de facilidades locales, entre otros aspectos. Esto no resultó un dato menor considerando las asimetrías existentes en el tráfico de contenidos entre EUA y México⁵.

En materia de resguardo de conocimientos se planteó, entre otras situaciones, “la protección de la propiedad intelectual con el surgimiento de nuevas tecnologías y nuevos métodos de transmisión y distribución de productos para asegurar que quienes detentan los derechos puedan controlar el uso de su trabajo a través de Internet”⁶.

En un segundo nivel, todos aquellos rubros que no quedaron formalmente incluidos en dicho acuerdo trinacional, también serán afectados indirectamente por las leyes del mercado al no quedar protegidas por el Estado como si se salvaguardó otras ramas de la economía. Esto creará las siguientes serias repercusiones que afectaran el desenvolvimiento de la sociedad mexicana:

3. El retiro del Estado rector. Se acen-
tuará el retiro creciente del Estado mexicano como instancia rectora de los procesos de cultura y comunicación nacionales, para delegar sustantivamente su dirección a la dinámica del mercado bajo el simple mecanismo de acción de la oferta y la demanda informativa y la auto regulación empresarial. Así, la rectoría del Estado en el campo de la conciencia de lo público quedará progresivamente substituida por la intervención de las leyes del mercado con su “Mano Invisible” de regulación “natural”, que no es otra realidad que la acción de la “Garra Invisible” de los intereses de los grandes monopolios de la difusión sobre los procesos de

la cultura, la conciencia colectiva, la identidad y el espíritu nacional.

4. ¡Lo que no deja dinero no sirve! Esta propensión reforzará el funcionamiento de la dinámica del “*laissez faire informativo*” en el terreno comunicativo o cultural, o lo que es lo mismo, asumir la mentalidad de que “*¡lo que no deja dinero a nivel cultural, no sirve!*”. Directrices que, llevadas a sus últimas consecuencias, en la práctica real provocarán que en lugar de fortalecerse nuestra cultura nacional en este “moderno” período de globalización, ésta flexibilice y erosione más sus valores primigenios para incorporamos “eficazmente” como núcleos humanos y sin restricción alguna a la nueva estructura de “eficiencia”, “competencia” “modernidad”, “deseos”, “consumo” y concentración de los mercados mundiales.

5. La dinámica de la comunicación dirigida por la lógica del mercado. Para adecuar el espacio cultural de la sociedad mexicana a las nuevas necesidades del mercado que planteó el TLC, se alterará más concepción tradicional de la naturaleza de la actividad comunicativa que anteriormente la comprendía débilmente como un producto social y girará, con gran velocidad, a entenderla, cada vez más, como una simple mercancía extra que debe estar regida por los principios de la oferta y la demanda mercantil y no por otras lógicas sociales, como la del servicio público, los derechos humanos o las garantías comunicativas de los ciudadanos. A través de ello, el proceso de la comunicación se convertirá ascendentemente en una pieza clave del engranaje para la concentración económica y no en un elemento útil para la transformación de las cerebralidades colectivas, con el fin de encarar los conflictos que impiden el desarrollo de la República.

6. La comunicación como aceleradora del capital. Los procesos de comunicación se asimilarán crecientemente como instrumentos aceleradores del proceso de “realización del capital” y

no como herramientas para la elevación de la conciencia social y el cambio de comportamientos colectivos con el fin de resolver los grandes problemas del crecimiento nacional. Esto contribuirá a producir una nueva valoración estratégica comercial del campo de las telecomunicaciones, del Internet, de la radiodifusión y de la industria audiovisual como piezas de engrane del sistema económico que reforzará la lucha nacional y continental por la concentración privatizada de las cadenas de difusión sin ningún precedente histórico en el país y la región.

7. Mensajes para producir ganancias económicas y no desarrollo social. Debido a la imposición de la tendencia descarnadamente neoliberal en el replanteamiento del TLCAN, los contenidos y la dinámica de funcionamiento de la cultura y las comunicaciones nacionales quedaran sometidas, una vez más, a la “lógica de generación del dinero” y al “método de acumulación de capital” concibiéndolas como simples productos que deberán estar dirigidas por la “razón mercantil” para generar jugosas ganancias, y no por la “racionalidad de la planificación social” para el beneficio y cohesión comunitaria, restándoles su naturaleza fundamental de procesos de integración y conformación humana. Derivada de esta tendencia se aplicaran en México las mismas reglas que el gran capital utiliza para vender y comprar jitomates, cebollas, pepinos, aguacates, frijoles, arroz, sorgo, jabones, refrescos, licuadoras, refrigeradores, autos, vestidos, comida, para también comerciar los bienes culturales como películas, programas de televisión, series de entretenimiento, publicidad, producción intelectual, zonas arqueológicas, rutas turísticas, con el fin de apoyar la consolidación del nuevo mercado trilateral y no como realidades de esencia radicalmente distinta que construyen la conciencia colectiva, la identidad humana, sentido de la vida y las bases civilizatorias de la República.

Con ello, la cultura y la comunicación acelerarán la pérdida de su carácter social de dinámicas comunitarias y humanistas y permanecerán convirtiéndose en meros productos “fragmentados”, “cosificados”, “empaquetados” o “utilitarios” para comerciarlos ágilmente con el fin de consolidar atractivos *business* rentables.

8. Las industrias culturales como negocios. Se prolongará la imposición de la “concepción neoliberal” de la cultura y las comunicaciones que las comprende utilitariamente como simples mercancías que tendrán que superar la mayor cantidad de barreras físicas, arancelarias e ideológicas que permitan garantizar ágilmente la consolidación del libre comercio. Derivada de esta mentalidad las “industrias culturales”, o “industrias creativas”, (industria editorial, cinematográfica, fonográfica, radio, televisión, videojuegos, telecomunicaciones, publicidad, museos, reservas históricas, servicios culturales,), serán nuevamente comprendidas y administradas por esta visión globalizadora con sello norteamericanizador, eminentemente pragmático-lucrativo, como escuetas “empresas de entretenimiento”, “firmas mercantilizadoras del tiempo libre”, “negocios de diversión”, “corporaciones de esparcimiento” y la producción simbólica de estas, serán ubicadas como “productos simbólicos” o “cosas virtuales” capaces de generar grandes ingresos⁷.

Así, con el reposicionamiento de los criterios mercantiles del NAFTA por encima de otros valores de la planificación social, la cultura y las comunicaciones se moverán del respaldo al eje civilizatorio de arraigo nacional, para ahora colocarse como burdos engranajes neurálgicos que apoyan la dinámica de reproducción del capital. Mediante ello, la cultura y las comunicaciones masivas experimentarán una fase más de degradación de su naturaleza social.

9. La cultura y comunicaciones como mercancías. La práctica del libre comercio permanecerá concibiendo pragmáticamente la noción de la cultura y de las comunicaciones como simples mercancías, utensilios, instrumentos u objetos útiles fundamentalmente para ejecutar negocios y anulará la concepción sociológico-humanista-antropológica-histórica que las entiende como la acción humana que produce patrimonios tangibles e intangibles que deben ser inalienables para que los mexicanos conserven sus condiciones básicas de reconocimiento y de vida. En consecuencia, son riquezas que deben salvaguardarse para sobrevivir como sociedades nacionales integradas y diferenciadas en el mapa internacional, y no canalizarse como torrentes informativos para subordinar los niveles e conciencia de la sociedad.

Así, se anulará la visión que formula que la cultura y las comunicaciones son realidades cuya acción produce las mentalidades y sentimientos que vinculan a los grupos humanos y les dan racionalidad histórica. Construyen sus identidades, marcos de referencia, costumbres y tradiciones comunitarias. Ligan a los individuos con su memoria, integran sus creencias, leyendas y mitos con sus vidas. Tejen nuclearmente sus sensibilidades creando marcos de reconocimiento mutuo. Producen los cimientos de las diferencias y riquezas entre los pueblos generando su autoestima civilizatoria. Explican su lugar en el mundo y le otorgan significación a la vida de las personas. Contribuyen a crear sentido histórico colectivo de los grupos humanos. Aportan horizontes de conciencia para transformar sus entornos construyendo las alternativas para sobrevivir. Es decir, edifican el fundamento subjetivo-emocional esencial y trascendente para que una sociedad pueda existir

con su personalidad, identidad, riqueza y fuerza histórica propia, para coexistir competitivamente como civilización dentro del concierto de pueblos en el mundo.

De esta forma, la imposición de la racionalidad del mercado desnaturalizará y degenerará la esencia social primigenia específica de los procesos culturales y comunicativos anulando su sentido profundo, para convertirlos en prácticas herramientas estratégicas para movilizar la maquinaria económica orientada hacia la acumulación de capital.

10. El diseño de los procesos de comunicación social desde la dinámica de la reproducción del capital. Con el lugar estratégico que la nueva renegociación del NAFTA le concedió al mercado para ser el eje fundamental que dirija y modele los procesos sociales, éste se convirtió en el condicionante central del cual se derivará el origen, el sentido, las características y el destino de la producción cultural y comunicativa en nuestra República, especialmente a través de las industrias culturales. Es decir, mediante la adopción de dicha política se prolongará la tendencia establecida desde 1980 en adelante que ocasionará que la verdadera reactivación del proyecto de comunicación y de la cultura nacional en México, no surja de la antiquísima demanda de los múltiples grupos sociales básicos del país por resolver sus necesidades de comunicación social más apremiantes y acceder a los bienes de la cultura universal; sino que se derivará de la solución de los requerimientos concretos que exija la dinámica de incorporación acelerada de nuestra sociedad a los mercados mundiales, que no es otra realidad que la adaptación cultural y emocional de nuestras comunidades al proceso de reactivación y ampliación intensiva del proyecto económico super transnacional en la periferia. ♥

* Investigador Titular del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco (UAMX), México, D.F. jesteinou@gmail.com

¹“Apertura de mercados digitales y eliminación de impuestos a OTT en la agenda de EEUU para renegociar TLCAN”, en: *Newsletter Observacom*, Observatorio Latinoamericano de Regulación, Medios y Convergencia (Observacom), EUA, 15 de agosto de 2017, contacto=observacom.org@mail190.suw16.rsgsv.net. (Consultado el 16 de agosto de 2017). ² *Ibidem*. ³ *Ibidem*. ⁴ *Ibidem*. ⁵ *Ibidem*. ⁶ *Ibidem*. ⁷ Iregui, Jaime, “TLC impacta la cultura (¿continúa el medio del arte sin saberlo?)”, en: www.esferapública.com, Colombia, 12 de octubre de 2011, <http://esferapublica.org/nfblog/?p=19663>