

El Espacio Sociocultural en Norteamérica.

Dr. Alejandro Mercado Celis.

Adriel Flores Aguilar: Consultor en Thomson Reuters.<sup>1</sup>

## **Las Industrias Culturales y el Libre Comercio en América del Norte.**

Existen algunos productos que exceden su valor utilitario, aquellos que durante su consumo ofrecen un contenido de identidad socio cultural para quien los consume. Las industrias culturales funcionan como un puente entre las dimensiones abstractas como la cultura y las dimensiones económicas como el utilitarismo de los recursos. Es también un mecanismo de gestión para las actividades de producción y circulación de productos como la música, el cine, el teatro, la radio y la literatura.

Las industrias culturales (también conocidas como industrias creativas) son consideradas como agentes de cambio social al distribuir un canon de percepción cultural incluido en el contenido, el cual cuenta con la capacidad de influir en el comportamiento de los consumidores. Las Instituciones Internacionales y los Gobiernos utilizan dos vertientes para clasificar a las industrias culturales dentro de las discusiones sobre creación y regulación de políticas públicas:

1.- La industria creativa es un *agente económico de entretenimiento*, el cual actúa como un participante más dentro de las dinámicas de libre comercio y regulado bajo las mismas consideraciones que el resto de los productos en los acuerdos y tratados internacionales. Las Instituciones y los Gobiernos que buscan la libertad comercial considerarían a las industrias creativas de esta manera (Ej. La Organización Mundial del Comercio)

---

<sup>1</sup> Las opiniones vertidas en este documento son de exclusiva responsabilidad del autor y no reflejan, necesariamente, la opinión de Thomson Reuters.

2.- La industria cultural es un *agente de promoción de valores identitarios*. El contenido simbólico de los contenidos repercutiría en cambios sociales en el lugar de su consumo, además de contribuir a la experiencia social de los individuos dentro de la comunidad. Los Estados e Instituciones (Ej. UNESCO) que buscan la protección comercial para la multiculturalidad considerarían a las industrias creativas de esta manera, ante la posibilidad de que algunas prácticas culturales fuesen extinguidas como consecuencia de las preferencias del consumidor.

La complejidad que representa la mediación y regulación de las industrias creativas ha resultado en que México, los Estados Unidos y Canadá adopten políticas públicas y comerciales distintas con relación a su posición sobre éstas.

Bajo la perspectiva de que sus pueblos cuentan con una alta sinergia en la comunicación y identidad heredada con los Estados Unidos, el gobierno de Canadá ha declarado mantener una posición que involucra amplias políticas de protección hacia las industrias creativas: Ser vecino de los Estados Unidos, el país con la mayor exportación en el mundo de contenido mediático y de entretenimiento (la fuerza laboral dentro de la industria cinematográfica únicamente en Los Ángeles supera las 500,000 personas), podría significar un riesgo importante para las producciones locales y la identidad de los pueblos en Canadá. A su vez, el valioso mercado canadiense es un territorio ideal para la distribución de las producciones realizadas dentro del territorio estadounidense

País	Utilidades Filmográficas 2020 (Millones de dólares)
Estados Unidos	\$ 20,926
Canadá	\$ 1,210
México	\$ 814

*La tabla ilustra las drásticas diferencias en el tamaño de la industria filmográfica entre los tres países de Norte América*

La interconexión en las industrias filmográficas de los Estados Unidos y Canadá ha provocado recientemente el uso de la expresión “Hollywood North” para referirse a ciudades como Vancouver y Toronto. El fenómeno de integración pareciera ser resultado de la conveniencia geográfica - En estas ciudades se encuentra una amplia variedad de escenarios (Ciudades compactas, bosques, montañas, cuerpos de agua) junto con la conveniencia de la interconexión cultural (Existe una infraestructura social de características similares entre los dos países.)

Las producciones de contenido cultural realizadas en Canadá se han beneficiado de políticas públicas orientadas hacia la atracción y retención de inversiones. Entre algunas de estas se encuentran los créditos fiscales, la asistencia para la inmigración y programas de capacitación para la fuerza laboral local.

Esta misma integración también ha conducido al gobierno federal de Canadá hacia impulsar políticas públicas de proteccionismo comercial para las industrias creativas. Desde 1980, el gobierno de Canadá ha incluido la cláusula *Excepción Cultural* en todos los acuerdos internacionales de libre comercio que ha firmado desde entonces. La cláusula *Excepción Cultural* habilita al gobierno federal canadiense y a los gobiernos subnacionales la posibilidad de construir programas públicos de asistencia (ej. Subsidios o Incentivos fiscales) dirigida hacia las industrias de contenido cultural. La cláusula también habilita al Gobierno de Canadá la posibilidad de exentar de acuerdos comerciales a los productos que considere que cuentan con algún “contenido cultural.”

Específicamente en el T-MEC, la cláusula de excepción cultural canadiense se han incluido en el Capítulo núm.32 titulado “Excepciones y Disposiciones Generales.”

#### ***Tratado -Mexico Estados Unidos Canadá. Artículo 32.6: Industrias Culturales***

“1. Para los efectos de este Artículo, “***industria cultural***” significa una persona dedicada a las siguientes actividades: (a) la ***publicación, distribución o venta de libros, revistas, publicaciones periódicas o diarios*** en formato impreso o legible por máquina, pero sin incluir la sola actividad de impresión o tipografía de cualquiera de los anteriores; (b) la producción, distribución, venta o exhibición de ***películas o grabaciones de video***; (c) la producción, distribución, venta o exhibición de ***grabaciones de música en audio o video***; (d) la publicación, distribución o venta de ***música impresa*** o legible por máquina; o (e) ***radiocomunicaciones*** en las que las transmisiones estén destinadas a la recepción directa por el público en general, y todas las empresas de ***radiodifusión, televisión y cable y todos los servicios de programación por satélite y redes de transmisión.***”

“2. ***Este Tratado no aplica a una medida adoptada o mantenida por Canadá respecto a una industria cultural...***”

“3. ***Respecto a las mercancías, servicios y contenido canadienses, Estados Unidos y México podrán adoptar o mantener una medida que, de haber sido adoptada o mantenida por Canadá, hubiera sido incompatible con este Tratado...*** “

Por otro lado, en México, la expansión de las industrias creativas estadounidenses no parecieran ser un riesgo relevante para la identidad nacional. El contenido estadounidense tiene una recepción mucho menor entre las comunidades en México. Hasta ahora, existen aún grandes barreras socio culturales que dificultan la plena adopción de productos de contenido cultural estadounidense. El porcentaje de personas que hablan inglés en México es menor al 10%, la infraestructura social no es similar y existe una herencia de Instituciones que operan de forma distinta a las Instituciones de los Estados Unidos.

Recientemente, el alcance de los que se considera parte de las industrias creativas se ha ampliado para abarcar a los productos digitales (videojuegos, aplicaciones, libros electrónicos, podcasts, streaming) y con ello las conversaciones sobre las regulaciones comerciales se han expandido en el detalle – En el pasado parte importante de la conversación de industrias culturales era sobre el porcentaje de contenido nacional exhibido en los cines; ahora es sobre si el algoritmo que proyecta contenido al usuario debería tener restricciones similares.

Podría parecernos muy distante el momento en el que exista la circulación de productos que atiendan el establecimiento de una sola identidad norteamericana a través de todos los pueblos en los tres países de la región. Pienso que, por el momento, se requiere de una mayor participación de los actores regionales (privados y gubernamentales) para analizar y atender las diversas áreas de oportunidad que existen entre las producciones portadoras de identidad cultural y las estructuras de cadenas de valor que existen a través de Norte América.

## Referencias:

BBC News Mundo. (2022, 18 noviembre). El ranking de los países de América Latina que hablan mejor inglés como segundo idioma. BBC News Mundo.

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-63672337>

CDCE. (2017). The Cultural Exemption and the Renegotiation of NAFTA. Coalition for the Diversity of Cultural Expressions.

<https://cdec-cdce.org/wp-content/uploads/2018/09/EN-Explanatory-note-cultural-exemption.pdf>

Cordero, J. S. (2020). T-MEC: La intrascendencia de las 'excepciones culturales' mexicanas. Proceso.

<https://www.proceso.com.mx/ensayo/2020/2/29/t-mec-la-intrascendencia-de-las-excepciones-culturales-mexicanas-239213.html>

Cultural industries exception in Canada's free trade agreements. (2021, 3 mayo). Diversidad de las expresiones culturales.

<https://es.unesco.org/creativity/policy-monitoring-platform/cultural-industries-exce>

Embajada de Mexico en Estados Unidos [Office of Economic Affairs]. (s. f.). CREATIVE AND CULTURAL INDUSTRIES IN USMCA. Embajada de Mexico en Estados Unidos.

[https://embamex.sre.gob.mx/eua/images/stories/economicos/2021/factsheets/Creative\\_and\\_Cultural\\_Industries\\_USMCA.pdf](https://embamex.sre.gob.mx/eua/images/stories/economicos/2021/factsheets/Creative_and_Cultural_Industries_USMCA.pdf)

Mora, E. B. (2023, 6 enero). El espacio cultural norteamericano en la víspera de la Cumbre.

<https://www.cronica.com.mx/opinion/espacio-cultural-norteamericano-vispera-cumbre.html>

Greco, W. (2020). El T-MEC y las industrias culturales. PasoLibre

<https://pasolibre.grecu.mx/el-t-mec-y-las-industrias-culturales-2/>

Statista. (2023, 5 enero). Filmed entertainment revenue in selected countries worldwide

<https://www.statista.com/statistics/296431/filmed-entertainment-revenue-worldwide-by-country/>

Nast, C. (2019, 12 agosto). Welcome to Hollywood North. Vanity

Fair. <https://www.vanityfair.com/sponsored/story/welcome-to-hollywood-north>

UNESCO. (2018). Cultural industries exception in Canada's free trade agreements.

<https://es.unesco.org/creativity/policy-monitoring-platform/cultural-industries-exception>

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT. (2022). CREATIVE INDUSTRY

4.0. [https://unctad.org/system/files/information-document/tsce-myem2022-Creative-Economy\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/information-document/tsce-myem2022-Creative-Economy_en.pdf)