

¿COLABORACIÓN? EL DOCUMENTAL: ENTRE EL TLCAN, EL T-MEC Y UNA CONTRADICTORIA EXCEPCIÓN

Graciela Martínez-Zalce*

La obsesión canadiense con la excepción cultural

En su sensacional e irónico libro sobre cultura popular canadiense, *Mondo Canuck*, Pevere y Dymond señalan que existe

una tradición bibliográfica de obsesivo autoexamen canadiense, motivada por cuestiones de identidad y distinción, enraizada en la convicción de que, de algún modo, los canadienses son diferentes [...]. Más aún, [ésta] está convencida de que la diferencia es importante: saber cómo y por qué somos distintos es, de cierta forma, vital para nuestra salud cultural y nuestro bienestar, si no es que para nuestra supervivencia (1996: ix).¹

¿Distintos de quiénes? En corto, la primera respuesta es de Estados Unidos, pero, un ejemplo para responder a la misma pregunta en otro nivel se relaciona con las reflexiones en torno al T-MEC y la cláusula de excepción cultural que Canadá estableció como condición para la firma del acuerdo comercial.

Ya W. H. New (1998) escribía que queda siempre la duda de si la cultura canadiense ha de sobrevivir ante la presencia de lo estadounidense, cuyo evidente poderío cultural se encuentra muy cercano, al Sur. Señala lo anterior en relación con que la cultura estadounidense, debido en parte a su alcance tecnológico, pero también al éxito económico de sus organizaciones multinacionales, ha sido de gran influencia en todo el mundo, pero con más fuerza en Canadá, precisamente por la cercanía geográfica y porque gran parte de su población comparte un mismo idioma. De acuerdo con New, dicha reflexión implica

* Investigadora y directora del CISAN, UNAM; <zalce@unam.mx>. La autora desea agradecer al licenciado Alfredo Álvarez y al maestro Óscar Badillo su valiosa colaboración en la sistematización de datos fundamentales para la redacción de este trabajo.

¹ La traducción al español de ésta y otras citas es propia.

sugerir que, para los canadienses, la frontera Canadá-Estados Unidos no es sólo una cuestión de límites políticos, sino que también ha configurado —y lo sigue haciendo— muy diferentes campos de posibilidad y expectativas sociales, que se encarnan en las diferencias culturales (New, 1998: 40).

Una breve revisión histórica nos permitirá comprender de dónde provienen las precauciones. Veamos el ejemplo de las primeras transmisiones televisivas y recordemos que, en su mayoría, la población canadiense se encuentra asentada en las cercanías de la larguísima línea fronteriza:

Aquí se revelan los problemas del sistema de transmisión canadiense. En el aspecto material, fue diseñado para sobreponerse al imperialismo del sistema estadounidense con sus fuertes señales fronterizas y sus importaciones de programación barata. Al establecer una serie de transmisoras, Canadá [delimitó] su soberanía, en lo que a territorio se refiere, con respecto a las ondas aéreas [...]. Mientras no hubo estaciones en Canadá, las señales fronterizas habían llevado la televisión, desde Estados Unidos, a los canadienses mucho antes de que la CBC operara. Cuando sus dos primeras estaciones salieron al aire, en 1952, ya había 146 000 receptores que captaban la señal estadounidense en Canadá (Darroch, 1996: 155-156).

Aunque hoy día las condiciones de transmisión y recepción han cambiado por completo (no dependen de un gancho de ropa en la azotea de una casa que capte una señal transfronteriza), la preeminencia de la programación estadounidense en las pantallas canadienses es obvia.²

De ahí que los mandatos de instituciones culturales federales tan importantes como la Canadian Broadcasting Corporation (CBC) y el National Film Board (NFB) nos demuestran tanto esta voluntad de sobreponerse al imperialismo del sistema estadounidense como, simultánea y consecuentemente, la de reforzar la frontera de diferencias culturales que defienda la identidad nacional.

La Ley de Radiodifusión de 1991 declara que:

la Canadian Broadcasting Corporation, en tanto radiodifusora nacional pública, debe proveer de servicios de radio y televisión que incorporen una amplia

² Al tiempo en que se anuncian finalizadas las negociaciones del T-MEC, de los treinta programas más vistos en el Canadá anglófono, veinticinco son producciones estadounidenses y sólo cinco contenido canadiense (tres noticieros, la serie *Murdoch Mysteries* y la transmisión de la Liga Nacional de Hockey). En la misma semana, de las treinta transmisiones más vistas de Quebec, veintinueve son de producción quebequense y sólo una, la transmisión de la Liga Nacional de Hockey, contenido compartido con el resto de Canadá (Numeris, 2018a; 2018b).

gama de programación que informe, ilumine y entretenga;
[...] la corporación proveerá programación que:

- 1) sea predominante y distintivamente canadiense, refleje a Canadá y a sus regiones a los públicos tanto nacionales, como regionales, que atiendan las necesidades especiales de dichas regiones;
- 2) contribuya activamente al flujo e intercambio de las expresiones culturales;
- 3) busque una calidad equivalente en inglés y en francés;
- 4) contribuya a la conciencia de una identidad nacional compartida;
- 5) sea accesible en todo Canadá por los medios más capaces y eficientes y, en tanto recurso, se vuelva accesible para tal fin, y
- 6) refleje la naturaleza multicultural y multirracial de Canadá (CBC, 2018).

Dentro del mandato, resaltan términos que, por un lado, tienen que ver con la calidad de la producción y la equidad en la recepción y, por el otro, con contenidos que refuercen la identidad canadiense como distintiva (es decir, bilingüe, multicultural y multirracial). La producción distintiva es aquella que se diferencia de la oleada comercial del Sur, debido a su calidad y capacidad para generar una comunidad mediante la identificación de dicha programación con sus audiencias.

De manera similar, otra de las instituciones culturales federales de mayor prestigio, el NFB, define su misión como se indica:

El NFB es un organismo cultural federal alojado en la cartera del Departamento de Canadian Heritage. [...] se creó por una ley del Parlamento de 1939. Su mandato, como quedó asentado en la Ley Nacional de Cine de 1950 es “producir y distribuir y promover la producción y distribución de películas diseñadas para interpretar Canadá para los canadienses y para otras naciones (NFB, 2018).

Su mandato se ha revisado en varias ocasiones a lo largo de los años, para tomar en cuenta los cambios en el medio audiovisual y en las situaciones financieras y sociales. La siguiente interpretación del mandato refleja la nueva visión de la responsabilidad del NFB:

La misión del NFB es proveer nuevas perspectivas sobre Canadá y el mundo desde puntos de vista canadienses; perspectivas que no provienen de nadie más y que proporcionan a las audiencias canadienses y globales una exploración imaginativa de quiénes somos y de quiénes podemos ser. Lo llevaremos a cabo al crear, distribuir e involucrar al público con trabajos audiovisuales innovadores y distintivos y con experiencias inmersivas que encontrarán su lugar

en salones de clase, comunidades y salas de cine, y en todas las plataformas donde las audiencias vean, intercambien y se interconecten a partir de contenidos creativos” (NFB, 2018).

A pesar de que el discurso de esta renovada misión se adecua más a las realidades audiovisuales del siglo XXI, el mandato inicial se retoma; es decir, una vez más, se parte de una producción que, mediante la innovación y la calidad, conforme una comunidad canadiense que pueda encontrar una explicación de sí misma a partir de la generación de contenidos creativos de alta calidad.

Así pues, la cláusula de excepción cultural corresponde, en primer lugar, a la preocupación por el avasallador poder de las industrias culturales estadounidenses y, en segundo, a la historia de las instituciones y políticas culturales canadienses y de la relación de éstas con sus industrias culturales y creativas.

La preocupación canadiense por una excepcionalidad cultural ha estado presente desde las negociaciones del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (o GATT) (1986-1994), en las que Estados Unidos, con el fin de liberar el mercado global de las industrias audiovisuales, presionó para concretar la reducción en las restricciones comerciales, el desmantelamiento de los subsidios y el combate a la piratería. En este acuerdo, en el binacional de libre comercio que entabló con Estados Unidos (en 1987) y el TLCAN (en 1994), Canadá negoció la excepcionalidad cultural apelando a la desventaja frente a su vecino del Sur y a la vocación identitaria de sus instituciones.³ La cláusula, naturalmente, le ha valido controversias ante la Organización Mundial del Comercio (OMC), como la que en 1997 entabló Estados Unidos con respecto a las medidas proteccionistas sobre su industria editorial. Lejos de tener fundamentos culturales, sentenció la OMC, las políticas que buscaban un contenido editorial diferenciado y genuinamente canadiense, se trataban en realidad de mero proteccionismo local (Rosas, 2018: 274-278).

Por ello no sorprende que, en su comunicado acerca del resultado de las negociaciones del T-MEC, el gobierno canadiense inicie la síntesis sobre

³ Países de Europa que también habían solicitado la excepcionalidad cultural debieron renunciar a sus pretensiones cuando Estados Unidos planteó, acorde con el principio de *trato nacional* del GATT, que sus industrias y productos culturales fueran también beneficiarios de los estímulos fiscales y subsidios que Europa otorgaba a los suyos (Rosas, 2018: 276).

el capítulo cultural refiriéndose a las identidades nacionales como sustento de la soberanía, antes que al intercambio comercial:

Conforme los países se integran económicamente, debe acrecentarse la importancia de que las naciones conserven un sentido fuerte de identidad y pertenencia nacional. La capacidad de narrar nuestras historias y de expresar nuestra cultura en toda su diversidad es parte integral de la soberanía nacional canadiense. Canadá es el hogar de muchas comunidades indígenas, una vibrante cultura francófona única en América del Norte y canadienses de cada fe, historiales y culturas le dan forma a nuestro país cada día. En 2016, las industrias culturales canadienses otorgaron 650 000 empleos y ganaron 53 800 000 millones de dólares en el PIB.

A lo largo de los años, Canadá ha desarrollado una importante serie de políticas y medidas que buscan promover y proteger a sus industrias culturales y su habilidad de tener éxito en Canadá y el extranjero. Sin la excepción cultural, créditos fiscales, tanto federales como provinciales, y programas de fondos para apoyar nuestros periódicos y revistas, editoriales y productores estarían en riesgo. La excepción cultural también protege el sistema de radiodifusión canadiense, asegurando una inversión sostenida en contenido que haya sido creado y producido por canadienses. Con tantas series y películas que compiten por nuestra atención, es más importante que nunca que las historias canadienses figuren en nuestras pantallas y dispositivos. En el contexto de acuerdos comerciales, la excepción cultural le permite a Canadá tomar medidas para apoyar y proteger sus industrias culturales sin contravenir los términos del acuerdo.

El T-MEC mantiene la excepción general para las industrias culturales canadienses, que son parte integral de la identidad nacional de nuestro país y nuestra gente. Esta excepción continuará conservando la capacidad de los canadienses para crear y tener acceso a contenido diverso, incluyendo el entorno en línea. La excepción general para la cultura demuestra que la liberalización económica puede lograrse mientras se mantiene un fuerte sentido de identidad nacional y de soberanía cultural (Government of Canada, 2018).

De acuerdo con el gobierno canadiense, los logros en la negociación fueron los siguientes:

- a) Se mantuvo la cláusula de excepción de las industrias culturales que existía en el TLCAN (publicación, distribución y venta de libros, revistas, películas, video y música, así como radiodifusión), previsión diseñada para preservar la soberanía cultural canadiense, incluso en el entorno en línea.

- b) La excepción general para la cultura preserva la flexibilidad a fin de que Canadá adopte y mantenga programas y políticas que apoyen la creación, distribución y desarrollo de la expresión artística o el contenido canadiense, inclusive en el entorno digital.
- c) Preserva el régimen canadiense existente de retransmisión de radio-difusión, pero provee de sustitución simultánea durante la emisión del *Superbowl* y permite a la programación estadounidense de paga desde casa, dando acceso al mercado canadiense al autorizar que negocien su afiliación mediante acuerdos con distribuidores canadienses.

Cultura subsidiada frente a cultura en el mercado: el cine documental

El documental es una de las formas cinematográficas que mayor prestigio le ha dado al NFB y a Canadá en el mundo. Ha sido formador de comunidad, al discutir temas polémicos durante las diversas etapas de los siglos XX y XXI, en un entorno de responsabilidad, cooperación y diálogo entre los equipos de filmación y los sujetos filmados.

Los apoyos institucionales generaron producción de altísima calidad, en los que lo estético, lo social y lo político han convergido para responder a la pregunta sobre Canadá y su sociedad, tanto en el ámbito interno, como en el internacional. Desde los años cincuenta, diversas series producidas por el NFB se exhibían en los hogares, a través de la CBC o Radio Canada, cerrando el círculo entre la producción, la distribución y la recepción de contenido.

Sin embargo, durante décadas, los documentales se mantuvieron ya en el ámbito de lo educativo, ya en el de lo social, y sólo comenzaron a divulgarse entre públicos más amplios con el advenimiento del siglo XXI.

Aufderheide (2007) señala que, al evolucionar hacia una forma más popular y accesible, el documental se convierte en parte del mercado del entretenimiento. Ahora bien, la irrupción del contenido documental en el mundo del espectáculo implica que los productos se diversificaron: por un lado, tenemos las películas documentales que, con una voz y un estilo, con un sentido social y estético, atienden problemáticas importantes; por el otro, tenemos las series construidas con base en una fórmula, de bajo presupuesto, concebidas para amplios públicos de las televisoras comerciales.

Por otra parte, tenemos, para los primeros, los festivales; para los segundos, las reuniones de negocios. Lo llamativo es que, en ambos casos, los canadienses llevan la batuta.

Davies (2016) explica que los festivales de cine documental se conforman de múltiples eventos y subeventos que incorporan diversas formas de intercambio cultural y ritual, además de servir a los intereses de distintos participantes, como los profesionales de la industria de los medios, patrocinadores corporativos o representantes del gobierno —además de los cinéfilos y el público—. Según este autor, cada uno de ellos responde a motivos ideológicos que no están dispuestos a aceptar.

En cambio, Winton (2013) señala que existe una tensión que se da a partir de la política cultural en juego y que proviene de la política de programación, el juicio de los pares documentalistas y los imperativos comerciales implícitos en un gran festival. Por ejemplo, el festival internacional HotDocs, sito en Toronto, es el más importante en América del Norte y el segundo del mundo (después del de Ámsterdam). Fue fundado por la Documentary Organization of Canada, un colectivo de creadores independientes que emprendió la defensa de la producción y distribución del documental canadiense, luego de que en 1983 se excluyera a los documentales de los apoyos gubernamentales para el desarrollo de producciones audiovisuales (DOC, 2018). El activismo político de este colectivo a favor de la industria documental logró consolidar, una década más tarde, la primera edición del festival HotDocs el cual, sólo un par de años después, en 1996, era ya una organización independiente que buscaba no sólo la defensa del documental canadiense, sino promover “la excelencia en la producción documental” de todo el mundo (HotDocs, 2018).

A veinticinco años de su fundación, se ha duplicado cada cuatro años, y representa, según Winton (2013), la transición de lo público a lo privado, en el sentido de que, para Canadá y para el mundo, este festival ha ido desplazando al NFB no sólo en la difusión del documental como género fílmico, sino más recientemente en su producción; además de ser un espacio en el que se llevan a cabo transacciones relacionadas con los materiales que allí se muestran, pero, para llegar a ser el referente que es hoy, aprovechó el abrigo gubernamental, por ejemplo, firmando un acuerdo multianual con el Departamento de Asuntos Globales, por el cual recibió fondos “para permitir que HotDocs invite a compradores extranjeros” (Global Affairs Canada, 2006; 2007; 2008).

Desde 2012, el festival es dueño de su propio cine, el Hot Docs Ted Rogers Cinema, en el centro de Toronto, donde se exhiben documentales durante todo el año; sin embargo, lejos del activismo político de sus fundadores, su programación ha debido ajustarse a una audiencia que gravita, como lo admite el presidente de HotDocs, Chris McDonald, hacia tarifas comerciales y “películas más ligeras” (Haupt, 2018).

Pero el cine documental no es el único formato para presentar la realidad en la pantalla que ha tenido un éxito creciente en el mercado; en las últimas décadas, los programas televisivos basados en hechos reales (*factual entertainment*) han aumentado exponencialmente en el mundo y también allí los canadienses son líderes.

Según explica Quail (2015: 189), las prácticas de producción que favorecen productos más baratos y adversos al riesgo, así como la diversificación de los medios y contenidos en la televisión, son algunas de las razones que explican el aumento del *factual entertainment* a nivel global. En Canadá, además, estas producciones sin guion pueden calificar como “contenido canadiense” para la Comisión Canadiense de Radio y Televisión (CRTC), y ser beneficiarias de programación en franjas horarias de mayor audiencia, financiamientos públicos y exenciones fiscales por orden de la Ley de Radiodifusión.⁴

Pero, además de su producción, Canadá encabeza también su propio nicho o mercado, como lo demuestra la realización de la Realscreen Summit, una reunión anual de cuatro días en la que participan creadores, distribuidores, agentes, comisionados y transmisores multiplataforma de programación de entretenimiento televisivo basado en hechos reales. Su objetivo es fomentar la colaboración empresarial a través de redes estructuradas e informales, así como propiciar el debate sobre contenidos y tecnologías. Los asistentes, además de escuchar conferencias de especialistas, reciben asesoría

⁴ Hecho que no ha dejado contentos a todos los contribuyentes. Doyle (2016), por ejemplo, se queja de que productoras con altos márgenes de ganancias como Corus Entertainment se aprovechan de financiamientos gubernamentales para la producción de *reality shows* “tontos” e “intrascendentes”. El crítico de televisión señala que, pese a la complejidad en cómo se crea, produce y financia la televisión en Canadá, algunos productores pasan por alto las reglas que ciertas entidades del gobierno han establecido para la elegibilidad de los productos que califican como “contenido canadiense”. Según la *Guide to Federal Programs for the Film and Video Sector*, en efecto, para dependencias como Canadian Heritage hay producciones inelegibles para subvenciones y exenciones fiscales: “noticias, eventos actuales, programas de entrevistas, deportes, programas de juegos, galas, producciones que solicitan fondos, *televisión de realidad*, pornografía, publicidad, producciones corporativas o material de archivo que no sea un documental” (Government of Canada, 2000: 28).

personalizada de expertos. Sus dos mayores exponentes son Discovery Communications y A&E Television Networks.

Aunque sus veinte ediciones se han realizado en Washington, D. C., Realscreen Summit fue creada y es propiedad de Canadian Brunico Communications, que también organiza el Banff World Media Festival, una de las reuniones más grandes de la industria del entretenimiento por televisión en Canadá, y The Marketing Summit, una conferencia dedicada a todo lo relacionado con la mercadotecnia de la industria televisiva en Canadá; además, edita la *Realscreen*, única revista internacional dedicada exclusivamente a las industrias de cine y televisión de no ficción. Con presencia en tres continentes y sede en Toronto, Brunico es uno de los gigantes de las comunicaciones en América del Norte, y, quizá por su tamaño, extraña que aparezca en la lista de los beneficiarios de Telefilm Canada bajo el rubro de “subsidiarios no recuperables a la industria” (Telefilm, 2016a; 2016b).

Así pues, una compañía canadiense organiza el mercado para uno de los productos más rentables de las cadenas televisivas globales estadounidenses.

Excepción, ¿excepcional?

Aunque en la comparación de las cifras de ganancias entre las industrias culturales estadounidenses y las canadienses la disparidad resulta evidente, lo cierto es que, en ciertos ámbitos, la pericia de las industrias culturales canadienses, que se han fortalecido con base en la solidez de las instituciones culturales, en los incentivos fiscales, en fin, en aquello que los estadounidenses considerarían proteccionismo, queda demostrada con ejemplos como los de HotDocs y RealSummit.

Durante las negociaciones del T-MEC, el secretario comercial de Estados Unidos, Robert Lighthizer, expuso sus preocupaciones sobre la exención en el pasado, diciendo “que es una barrera para el comercio: es legítimo para algunas excepciones culturales, pero no para todo tipo de cosas. La excepción cultural es muy a menudo sólo proteccionismo cultural” (Abedi, 2018).

Por su parte, el gobierno de Justin Trudeau subrayó como un triunfo en la negociación del T-MEC la conservación de la llamada cláusula de disposiciones culturales para Canadá. Este elemento, históricamente centrado en la inquietud canadiense de que los gigantes mediáticos estadounidenses pu-

dieran adquirir sus medios de comunicación, puede considerarse consolidado: “Es inconcebible para los canadienses que un canal estadounidense pueda comprar medios canadienses, ya sean periódicos o cadenas de televisión”, declaraba recientemente Trudeau en la prensa internacional (citado en RPP noticias, 2018); sin embargo, como se advierte en los ejemplos, sí resulta concebible que los canadienses funjan como intermediarios en las negociaciones de un nicho que ha crecido exponencialmente en las últimas décadas. Irónico, pues, que la supervivencia de una forma dependa de la inquietud identitaria canadiense; de una contradicción que complementa a la excepción.

Fuentes

ABEDI, M.

2018 “Trudeau Says no NAFTA without Cultural Exemption — Is It Really that Important?”, *Global News*, 5 de septiembre, en <<https://global-news.ca/news/4428229/nafta-cultural-exemption-canada/>>.

AUFDERHEIDE, P.

2007 *Documentary Film: A Very Short Introduction*. Oxford: Oxford University Press.

2005 “The Changing Documentary Marketplace”, *Cinéaste* 30. no. 3: 24-28.

CANADIAN BROADCASTING CORPORATION (CBC)

2018 *Broadcasting Act 1991*, en <<http://www.cbc.radio-canada.ca/en/explore/mandate/>>.

CARDILLO, L.

2015 “Docs and Reality Share Center Stage at Realscreen Summit”, *International Documentary Association*, 12 de febrero, en <<https://www.documentary.org/magazine/docs-and-reality-share-center-stage-realscreen-summit>>.

DARROCH, L.

- 1996 “Comisiones, contradicciones y compromisos. Los retos históricos de la televisión canadiense”, en G. Martínez-Zalce, ed., *¿Sentenciados al aburrimiento? Tópicos de cultura canadiense*. México: CISAN, UNAM.

DAVIES, L.

- 2016 “Documentary Film Festivals as Ideological Transactions: Film Screening Sites at Hot Docs”, *Canadian Journal of Film Studies* 25, no. 1 (marzo): 88-110.

DOCUMENTARY ORGANIZATION OF CANADA (DOC)

- 2018 “A History of Advocacy”, *Documentary Organization of Canada*, en <<https://www.docorg.ca/overview>>.

DOYLE, J.

- 2016 “Why Is the Canadian Public Subsidizing Reality TV Drivel?”, *The Globe and Mail*, 4 de octubre, en <<https://www.theglobeandmail.com/arts/television/john-doyle-why-is-the-canadian-public-subsidizing-reality-tv-drivel/article32240712/>>.

FRASER, N.

- 2012 *Why Documentaries Matter*. Oxford: Oxford University Press.

GLOBAL AFFAIRS CANADA

- 2008 “Divulgence proactive des octrois de subventions et de contributions supérieures à 25 000 \$: MAECI — Affaires étrangères: Hot Docs”, <<http://w05.international.gc.ca/dg-do/index.aspx?c=1114&dept=1&lang=fra&p=4&r=16>>.
- 2007 “Divulgence proactive des octrois de subventions et de contributions supérieures à 25 000 \$:MAECI — Affaires étrangères: Hot Docs”, <<http://w05.international.gc.ca/dg-do/index.aspx?c=680&dept=1&lang=fra&p=4&r=12>>.
- 2006 “Divulgence proactive des octrois de subventions et de contributions supérieures à 25 000 \$: MAECI — Affaires étrangères: Hot Docs”, <<http://w05.international.gc.ca/dg-do/index.aspx?c=440&dept=1&lang=fra&p=4&r=10>>.

GOVERNMENT OF CANADA

- 2018 “Cultural Industries Summary”, Government of Canada, en <<http://international.gc.ca/trade-commerce/trade-agreements-accords-commerciaux/agr-acc/usmca-aeumc/culture.aspx?lang=eng>> .
- 2000 “A Guide to Federal Programs for the Film and Video Sector”, Government of Canada, en <<http://publications.gc.ca/collections/Collection/CH44-2-2000E.pdf>>.

HOT DOCS

- 2018 “Mission”, *Hot Docs*, en <<https://www.hotdocs.ca/u/about-us>>.

HOUPY, S.

- 2018 “Despite the Odds, the Hot Docs Cinema Has Become a Financial Success Story”, *The Globe and Mail*, 19 de abril, en <<https://www.theglobeandmail.com/arts/film/article-despite-the-odds-the-hot-docs-cinema-has-become-a-financial-success/>>.

NATIONAL FILM BOARD OF CANADA (NFB)

- 2018 “Mission and Highlights”, National Film Board of Canada, en <<http://onf-nfb.gc.ca/en/about-the-nfb/organization/mandate/>>.

NEW, W. H.

- 1998 *Borderlands. How We Talk about Canada*. Vancouver: UBC Press.

NUMERIS

- 2018a “Palmarès des émissions—Québec francophone”, *Numeris*, en <<http://en.numeris.ca/media-and-events/tv-weekly-top-30>>.
- 2018b “Top Programs—Total Canada (English)”, *Numeris*, en <[http://assets.numeris.ca/Downloads/January%2029,%202018%20-%20February%204,%202018%20\(National\).pdf](http://assets.numeris.ca/Downloads/January%2029,%202018%20-%20February%204,%202018%20(National).pdf)>.

PEVERE, G. y G. DYMOND

- 1996 *Mondo Canuck. A Canadian Pop Culture Odyssey*. Ontario: Prentice Hall Canada.

QUAIL, C.

- 2015 “Producing Reality: Television Formats and Reality TV in the Canadian Context”, *Canadian Journal of Communication* 40: 185-201.

ROSAS, M. C.

- 2018 “La cultura y la renegociación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte”, en M. C. Rosas, coord., *El tratado de libre comercio de América del norte 2.0*. México: UNAM/Olof Palme, A. C., 263-310.

RPP NOTICIAS

- 2018 “Trudeau dice que no firmará un nuevo TLCAN sin el sistema de solución de litigios”, RPP Noticias, 4 de septiembre, en <<https://rpp.pe/economia/internacional/trudeau-dice-que-no-firmara-un-nuevo-tlcan-sin-el-sistema-de-solucion-de-litigios-noticia-1147748>>.

SULLIVAN, A.

- 2018 “¿Quién sale ganando con el TLCAN 2.0?”, DW, en <<https://www.dw.com/es/quien-sale-ganando-con-el-tlcan-20/a-45722330>>.

TELEFILM CANADA

- 2016a “Industry Conferences and Events Supported in Fiscal 2015-2016”, *2015-2016 Annual Report*, no. 21, en <<https://telefilm.ca/wp-content/uploads/telefilm-ar-final2015-2016.pdf>>.
- 2016b “2º trimestre 2015-2016. Detalles del contrato – Brunico Communications Ltd.”, *Telefilm Canada*, en <<https://telefilm.ca/en/transparency/proactive-disclosure/contracts/reports-by-quarter/quarter/details?period=2015-2016&quarter=P2&vendor=Brunico+Communications+Ltd.&id=4432>>.

WHITE, C.

- 2008 “Speed Pitching at the Realscreen Summit”, *Pov's Documentary Blog*, en <http://archive.pov.org/blog/news/2008/01/speed_pitching_at_the_realscre_1/>.

WINTON, E.

2013 “Good for the Heart and Soul, Good for Business: The Cultural Politics of Documentary at the Hot Docs Film Festival”. Ottawa: Carleton University, tesis de doctorado en Filosofía.