

# Hacia una Economía Política de la Cultura en las Negociaciones del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos

Por Alejandro Sánchez López de Mesa  
alsdem@starmedia.com

**Palabras Clave:** Globalización, Cultura, Industrias Culturales, Reserva Cultural, Liberalización Comercial, Tratado de Libre Comercio Colombia Estados Unidos.

**Resumen:** El artículo intenta responder a la pregunta sobre cuál ha sido el lugar de la Cultura en las negociaciones del Tratado de Libre Comercio suscrito por los gobiernos de Colombia y Estados Unidos. Su autor propone un marco general para entender el desarrollo de las negociaciones, abordando la cultura en relación con los procesos de liberación comercial y expone algunas de las consideraciones estratégicas de la contraparte colombiana e intenta un balance sucinto de los resultados del proceso.

La Cultura, elusiva, aparece y desaparece en múltiples lugares del Tratado de Libre Comercio que negociaron los gobiernos de Colombia y Estados Unidos. Un repaso sucinto nos permite ver que es un tema puramente comercial cuando se discute la eliminación de las barreras arancelarias al intercambio de bienes y/o servicios en el campo cultural. También un tema del capítulo de inversiones cuando se discute la conveniencia de permitir o no la inversión extranjera en los medios, la industria publicitaria, las distribuidoras de productos culturales, los museos, las comercializadoras de arte, los proveedores de internet, etc.

Igualmente, fue un asunto de la mesa de telecomunicaciones en la que se discutieron las condiciones de acceso de las multinacionales a la infraestructura nacional instalada. Un tema de Propiedad Intelectual, pues se contemplan disposiciones relativas a los derechos de autor,

de reproducción y de marcas, así como derechos sobre conocimientos ancestrales de comunidades indígenas o campesinas. De las mesas de compras públicas y reglas de origen en tanto podrían verse afectadas las inversiones estatales o las coproducciones internacionales<sup>1</sup>.

Este escrito se aproxima a la pregunta por la forma como se negociaron los temas culturales en el reciente tratado bilateral suscrito por Colombia. Si bien el TLC es su objeto de estudio, sus disposiciones sólo cobran sentido a la luz de procesos como la configuración de circuitos globales para la producción, circulación y consumo de bienes culturales, y los distintos y difíciles intentos que se hacen por tramitar lo cultural a través de los procedimientos e instituciones desde las que se avanza en la liberalización comercial a escala planetaria. Al respecto, vale la pena hacer algunas precisiones.

Como lo reconocen los miembros de la Coalición Colombiana por la Diversidad Cultural<sup>2</sup>, cultura es un concepto que se torna problemático en virtud de su abstracción. Este texto indaga en las condiciones para la producción, circulación, distribución y consumo de bienes culturales, en un intento por avanzar hacia la comprensión de las oportunidades y los límites que el TLC produce. Así, se privilegia una mirada centrada en las industrias culturales, entendidas como “aquellas que reproducen a escala industrial, utilizan como materia prima creaciones protegidas por derechos de autor y producen bienes y servicios culturales fijados sobre soportes tangibles o electrónicos”<sup>3</sup>.

Es importante, además, insistir en la necesidad de superar visiones patrimoniales de lo cultural, que enfatizan en los riesgos que la Globalización supone para la “integridad cultural” y las identidades de los pueblos alrededor del mundo.

\* **Alejandro Sánchez** es Politólogo de la Universidad de los Andes, Magíster en estudios políticos del IEPRI de la Universidad Nacional de Colombia y profesor universitario.

<sup>1</sup> Desgraciadamente, al ser tan precario el debate en el país sobre las implicaciones del TLC en el campo cultural, la atención pública se concentró exclusivamente en el tema de las cuotas de pantalla reservadas a la producción nacional en televisión. El tema fue exitosamente promovido por una frágil coalición coyuntural inédita de los canales, un movimiento de artistas y creadores, algunas personalidades académicas y funcionarios del ejecutivo.

<sup>2</sup> Este movimiento social, liderado por reconocidos especialistas, investigadores y artistas, acompañó las rondas de negociación y fue el que asumió la vocería de los temas culturales frente al equipo negociador y el país. Este escrito debe mucho a su trabajo y en algunos apartes recupera su interpretación del desarrollo de las negociaciones.

<sup>3</sup> Convenio Andrés Bello, *Impacto Económico de las Industrias Culturales en Colombia*, Colombia, Ministerio de Cultura, 2003. p. 21. Esta definición de Industrias Culturales fue elaborada por la UNESCO a finales de los noventa.

<sup>4</sup> Tomlinson, John. “Globalization and Cultural Identity”, en Held, David & McGrew, Anthony, *The Global Transformations Reader. An introduction to the Globalization Debate*, Polity Press, Blackwell publishing, Cambridge, 2003. pp. 269-277.

<sup>5</sup> Thompson, John B, *Los Medios y la Modernidad. Una Teoría de los Medios de Comunicación*, Barcelona, Paidós, 1998. p. 228.

<sup>6</sup> Esto supondría que experimentamos un cambio paradigmático profundo. Véase: Beck, Ulrich, *¿Que es la Globalización? Falacias del Globalismo, Respuestas a la Globalización*. España, Paidós, 1998.

<sup>7</sup> Lins Ribeiro, Gustavo, *Postimperialismo. Cultura y Política en el Mundo Contemporáneo*, Barcelona, Gedisa editores, 2003.

<sup>8</sup> Neuwirth, Rostam J. *The Cultural Industries and the Legacy of Article IV GATT: Rethinking the Relation of Culture and Trade in Light of the New WTO Round*, [En línea] Europe-Russia Conference Series. Conference: Cultural Traffic. Policy, Culture, and the New Technologies in the European Union and Canada. Carleton University, November 22-23, 2002. Disponible en la Internet en: [www.carleton.ca/ces/papers/november02/Neuwirth.pdf](http://www.carleton.ca/ces/papers/november02/Neuwirth.pdf). [Consulta Enero 26 de 2006]

Discursos que al orientar nuestra mirada hacia la urgencia de proteger espejismos identitarios nacionales, olvidan que la identidad nacional es un producto de la modernidad, un mecanismo para organizar la experiencia cultural, fijarla a un territorio<sup>4</sup> y a un aparato burocrático. Discursos que, al asimilar la globalización al inestable concepto de “imperialismo occidental”, no sólo desconocen el carácter hermenéutico de la recepción y el consumo cultural, sino que asumen erróneamente que basta con caracterizar la estructura mediática transnacional para suponer sus efectos sobre las culturas o la identidad.



**La piratería sigue en aumento y dificulta la negociación si no se controla.**

Es claro que la articulación progresiva de circuitos comunicativos y de información alrededor del planeta está produciendo cambios significativos en nuestra experiencia cultural, que es atravesada por flujos comunicativos transnacionales. Prácticas, consumos, discursos son incorporados a nuestra cotidianidad a través de un proceso complejo de apropiación y localización, que suelen desconocer las lecturas que enfatizan el carácter destructivo de la globalización. Como lo señala John B. Thompson, la recepción supone un proceso de negociación del contenido simbólico de los mensajes, ya que “es un proceso social complejo en el que los individuos dan sentido activo a los mensajes, utilizándolos de manera

distinta en el transcurso de sus vidas”<sup>5</sup>.

El proceso de localización de los flujos comunicativos es un proceso tenso, que ocurre en una coyuntura específica en la que el Estado, instancia homogeneizadora que funda la nación, es cada vez menos capaz de controlar los flujos de conocimiento, información y capital. La globalización no sólo debilita al aparato burocrático sino que además, a juicio de autores como Ulrich Beck, ha hecho que entre en crisis la matriz estado-céntrica que utilizábamos para entender la realidad<sup>6</sup>. Al mismo tiempo, posiciones de sujeto, identidades distintas a la nacional cobran un mayor protagonismo en la cotidianidad de muchos individuos, al organizar su experiencia inmediata.

Nuestro presente supone así una compleja “Inestabilidad Representacional”<sup>7</sup>, pero eso es todo. Es necesario construir aproximaciones que nos permitan comprender la economía política de la cultura, que nos permitan dejar la rimbombancia identitaria y entrar a considerar los temas centrales relativos al acceso y las condiciones de circulación de bienes y servicios culturales. Cuestiones estas que están siendo decididas en la actualidad, de manera simultánea y con gran dificultad, en los ámbitos bilateral, regional y global.

La Organización Mundial de Comercio es un claro ejemplo de las dificultades que encuentran los intentos por codificar los intercambios de bienes y servicios culturales. A la fecha tan sólo existe una sugerencia no formal de tramitar los temas culturales por fuera del cuerpo del tratado. La declaración de intenciones de la Ronda DOHA, que comenzara en 2001, si bien tampoco hace alusión explícita a los temas culturales, si insiste en la necesidad de introducir valoraciones políticas distintas a lo puramente comercial para avanzar en la construcción de obligaciones vinculantes en el marco de la OMC.

La exclusión de los temas culturales se inscribe en la historia de este organismo. Como lo recuerda Rostam J. Neuwirth<sup>8</sup>, la Carta de la Habana de 1948, con la que se pretendía fundar la Organización Internacional de Comercio<sup>9</sup> como un ente adscrito a las Naciones Unidas, ya incluía una cláusula de excepción. El artículo 19 permitía a las partes excluir al cine<sup>10</sup> del principio de Trato Nacional —que obliga a dar el mismo tratamiento a bienes y proveedores nacionales y

<sup>9</sup> La Organización Internacional de Comercio fue un proyecto sumamente ambicioso, pues además de las obligaciones comerciales usuales, suponía el desarrollo de instancias de coordinación económica para la producción de niveles de pleno empleo, la reconstrucción del aparato productivo devastado por la guerra y el desarrollo de los países más pobres, entre otras cosas. Posteriormente fue reemplazada por el GATT, ente no adscrito a las Naciones Unidas cuyos mucho menos ambiciosos objetivos se centraban en la promoción de la liberalización gradual del comercio de bienes.

<sup>10</sup> Neuwirth considera que la exclusión del cine no fue accidental. De hecho en este género fue donde comenzó a hacerse más evidente el carácter industrial de la producción, distribución y consumo de bienes culturales. Tampoco debemos olvidar que tras la Segunda Guerra Mundial el gobierno de EE.UU. promovió la formación de un cartel (The Motion Picture Export Association) que favoreció la concentración en la industria del cine, al tiempo que exigió a los países beneficiarios del Plan Marshall la compra de determinadas cantidades de películas Estadounidenses.

<sup>11</sup> Con esto se promueve un efecto “spaghetti Bowl”, que, a juicio del Banco Interamericano para el Desarrollo, aumenta los costos administrativos, reduce la transparencia y promueve la desviación de comercio. Banco Interamericano de Desarrollo, *Más Allá de las Fronteras. El Nuevo Regionalismo en América Latina - Progreso Económico y Social en América Latina*, Informe 2002., Washington D.C., 2002. p. 48.

<sup>12</sup> La Reserva Cultural Canadiense si bien excluye de las obligaciones del tratado al grueso de la Industria Cultural, no es absoluta, en tanto no cubre muchos de los insumos que utiliza su industria cultural. La Reserva Canadiense ha sido cuestionada por diversos autores, que la consideran contraproducente para la competitividad y calidad de los bienes y servicios culturales de ese país. Así mismo, la ausencia de mecanismos de solución de controversias para el campo cultural ha ocasionado dificultades una vez que los tribunales tradicionales no cuentan con los elementos de juicio apropiados para saldar las disputas. Véase: Acheson, K., & Maule, C. (Enero 1 de 1994) International Regimes for Trade, Investment, and Labour Mobility in the Cultural Industries. [En línea] Canadian Journal of Communication. Disponible en la Red en: <http://www.cjc-online.ca/viewarticle.php?id=249>. [Consulta 26 de Enero de 2006]

<sup>13</sup> En el caso de NAFTA la reserva sólo aplica para las relaciones comerciales de Canadá con México y Estados Unidos. Estos últimos países optaron por otros mecanismos de protección.

extranjeros— con lo que autorizaba el establecimiento de cuotas de pantalla.

Se trató, sin más, de la primera alusión a bienes culturales en el marco del proceso de construcción de regímenes internacionales de libre comercio. Tras el fracaso de los objetivos de la Carta, el texto fue incorporado al artículo IV del GATT, acuerdo negociado en forma paralela y que se suponía tuviera un carácter transitorio. Como única referencia explícita a los temas culturales, no sufrió modificación alguna mientras el GATT existió. Como aclara Neuwirth, no sólo amparó las demandas de exclusión de los temas culturales, sino que se le entendió como una suerte de mandato para evitar empantanar la discusión y dejar a futuro la toma de decisiones vinculantes al respecto.

En tanto la OMC no ha podido dar trámite a los temas culturales, las naciones han optado por negociar arreglos dispares en el marco de iniciativas de carácter regional y bilateral. Esto ha generado una superposición de Regímenes, de normas, que hacen aún más complejo el tratamiento de los temas culturales en las negociaciones comerciales<sup>11</sup>.

Pese a que se ha intentado avanzar hacia el desarrollo de Convenios de carácter multilateral sobre la cultura desde escenarios distintos a los foros comerciales —en un intento por sacar los

temas culturales de los regímenes comerciales—, tal objetivo aún parece distante. Desde la década de los 90, la UNESCO intenta servir como foro natural para el tratamiento multilateral de estos temas. Luego de la publicación de informes en los que hace un inventario de las tensiones que existen entre cultura y comercio en el mundo, dio a luz en Octubre de 2005 a la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales. El documento, que Colombia aún no ratifica, no cuenta, sin embargo, con el respaldo de Estados Unidos, que se negó a suscribirlo.

**A**quellos países que han intentado con éxito dar a la producción, circulación y consumo cultural un tratamiento particular dentro de los tratados de libre comercio, han optado por una de dos rutas. Por un lado, han estipulado amplias reservas culturales (siguiendo el modelo canadiense) que permiten excluir a determinados sectores de las obligaciones de los tratados. Por otro, han promovido una normatividad positiva ambiciosa, como ocurre en la Unión Europea, incorporando cláusulas que establecen propósitos comunes explícitos en materia cultural.

El modelo europeo es producto de un proceso particular. El artículo 151 del Tratado de 1992 no sólo definió un marco normativo común para el desarrollo de acciones comunitarias en el

<sup>14</sup> A la obra de Lawrence Lessing, profesor de Princeton que propuso el Creative Commons (instrumento alternativo al Copyright, que gana entusiastas adeptos en el universo blogger y permite la utilización de contenidos de Internet en nuevas creaciones sin exigir ya el pago de regalías aunque si un registro continuo de los usos que se hace de estos) han seguido cuestionamientos que se multiplican por las redes académicas y los movimientos sociales alrededor del mundo. Para reconstruir esta discusión véase, por ejemplo: Smiers, Joost. *Arts Under Pressure. Promoting Cultural Diversity in the Age of Globalization*. Londres, Zed Books, 2003.

<sup>15</sup> No olvidemos que Estados Unidos mantiene diversas medidas proteccionistas para su industria cultural. Así, por ejemplo, limita al 20% la propiedad extranjera en programadoras de televisión, radio y en la prensa.

<sup>16</sup> El Sistema Internacional para la protección de los derechos de propiedad intelectual es sumamente complejo, pues coexisten acuerdos multilaterales (como aquellos suscritos en el marco de la OMC), convenciones no obligatorias (como la Convención sobre Diversidad Biológica – CBD), foros permanentes de discusión (como la Organización Mundial de Propiedad Intelectual – WIPO), acuerdos regionales y bilaterales. En su núcleo se encuentra el Acuerdo sobre Derechos de Propiedad Intelectual en el Comercio (ADPIC, o TRIP por sus siglas en inglés). El ADPIC fue adoptado en 1986 a través de la “declaración de Punta del Este”, durante



Puerto de Buenaventura, zona de contenedores.



terreno cultural, sino además creó una obligación compartida de carácter positivo: la promoción y el respeto de la diversidad cultural al interior de La Unión. Sin duda, el establecimiento de propósitos comunes y la asignación de atribuciones y recursos a instituciones específicas es reflejo de un proceso ambicioso y profundo de integración que trasciende lo puramente comercial.

**E**l modelo canadiense fue desarrollado en el marco de las negociaciones del tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y supuso el establecimiento de una reserva cultural amplia, si bien no absoluta<sup>12</sup>. La Reserva Cultural permite establecer excepciones a los principios de Trato Nacional y Nación Más Favorecida, que soportan y dan sentido a los esfuerzos de liberalización comercial, desde que fueron introducidos con la creación del GATT. También permite establecer requisitos de desempeño para las empresas, inversiones o inversionistas extranjeros. La reserva fue transcrita e incorporada al Acuerdo de Libre Comercio de América del Norte, años después<sup>13</sup>.

El primero de los principios exceptuados (el de Trato Nacional) obliga a no discriminar entre bienes y proveedores nacionales y extranjeros. El segundo, supone la obligación de extender a los demás países miembros de un tratado las mismas concesiones que se otorguen en el marco de un acuerdo de carácter bilateral. La Reserva, al excluir determinados sectores culturales, permite seguir estableciendo medidas de protección o incentivos públicos nacionales a la industria cultural, aún si discriminan contra las importaciones en estos sectores. Permite igualmente llegar a acuerdos con terceros países —como en el caso de aquellos con los que se busca promover la coproducción— sin que los beneficios pactados deban extenderse al país con el que se firmó el acuerdo bilateral. Los requisitos de desempeño, a su vez, son utilizados para, por ejemplo, fijar porcentajes obligatorios de nacionales en cargos directivos o establecer obligaciones en materia de la utilización de los insumos producidos en el país.

Establecer excepciones a los principios de Trato Nacional y Nación Más Favorecida, así como permitir el establecimiento de requisitos de desempeño, suele suponer incorporar al texto del Tratado, las listas de aquellos sectores o disposiciones de política pública que serían excluidos (los Anexos de Medidas Disconformes del Tratado). Existen al menos dos tipos de anexos

de medidas disconformes: el anexo I, en el que se listan las medidas existentes en la actualidad que no se ajustan a los compromisos pactados en el TLC; y el anexo 2, donde se señalan aquellos sectores en los que a futuro podrían establecerse medidas de carácter discriminatorio. Este último es especialmente importante para las industrias culturales, pues permite un margen de maniobra mayor de cara a las imprevisibles transformaciones tecnológicas asociadas, por ejemplo, a la convergencia multimedial y el “apagón analógico”.

Ahora bien, es evidente que Estados Unidos pretende sentar precedentes en diversos capítulos de los tratados bilaterales que ha negociado recientemente. Así ocurre en el caso de las Industrias Culturales. En las negociaciones recientes ha insistido en establecer disposiciones que refuerzan el carácter industrial de la producción de cultura, así como en formalizar un acuerdo ambicioso en materia de las disciplinas que regulan el comercio de contenidos y conocimientos. Fenómenos como el crecimiento de la piratería o los cuestionamientos cada vez más generalizados a instituciones como el Copyright<sup>14</sup> (o derecho de reproducción) han reforzado el interés de la potencia por avanzar en este frente.

Se trata, siendo sucintos, de promover una mayor liberalización de los mercados de bienes y servicios culturales, la eliminación de aquellos requisitos de desempeño no reconocidos en su normatividad interna para las inversiones en estos sectores<sup>15</sup>, el acceso a la infraestructura de telecomunicaciones instalada y el establecimiento de un acuerdo en materia de propiedad intelectual que vaya más allá del Acuerdo sobre Derechos de Propiedad Intelectual en el Comercio (ADPIC<sup>16</sup>)<sup>17</sup>.

**L**os objetivos ofensivos de los negociadores norteamericanos en materia de la producción, circulación y consumo de bienes y servicios culturales responden a los intereses de su poderosa industria mediática.

Es claro que la globalización en el campo cultural, como en otros campos, produce nuevas formas de centralización de los procesos de creación, circulación y consumo en organizaciones cuya gestión cotidiana y procesos productivos, se descentralizan. Los derechos de propiedad sobre los bienes simbólicos y el conocimiento, y la capacidad de administrar las redes por donde

la ronda del GATT celebrada en Uruguay. Según autores como Graham Dutfield, es claro que los países subdesarrollados lo aceptaron en tanto este representaba un acuerdo de mínimos, que les permitiría evitar las sanciones unilaterales con que países desarrollados (especialmente Estados Unidos) amenazaban a aquellos que no implementaran políticas para la protección de la propiedad intelectual. Su aprobación también estuvo condicionada a concesiones mínimas en áreas como agricultura y textiles.

<sup>17</sup> Véase: Schott, Jeffrey J. (Ed), *Free Trade Agreements. US Strategies and Priorities*. Washington D.C., Institute for International Economics, 2004. p. 13.

<sup>18</sup> McChesney, Robert W.. “The New Global Media”, en Held, David & McGrew, Anthony, *The Global Transformations Reader. An introduction to the Globalization Debate*, Polity Press, Blackwell publishing, Cambridge, 2003.

<sup>19</sup> Así ocurre, por ejemplo, en el caso del TLC con Singapur, la presión norteamericana condujo al establecimiento de una ley draconiana que fija hasta 5 años de cárcel y multas de hasta 50.000 dólares para cualquier persona que tenga en su poder grabaciones piratas con intención de venderlas. Véase: Op, Cit. 14. p.64.










circulan flujos comunicativos y de información son los elementos a partir de los cuales se produce esta progresiva centralización. Las megacorporaciones mediáticas son los nodos donde se articula y centraliza la red.

Como lo señala Robert W. McChesney<sup>18</sup>, la

desregulación y la privatización de sistemas de medios en el mundo han propiciado el desarrollo de megacorporaciones que controlan gigantescas redes de distribución y producción que se extienden por todo el planeta. El siguiente cuadro nos permite apreciar cuáles son los actores de este escenario.

Fuente: Rich Media, Poor Democracy, by Robert W. McChesney. Citado en: McChesney, Robert W., "The New Global Media", en Held, David & McGrew, Anthony, The Global Transformations Reader. An introduction to the Globalization Debate, Polity Press, Blackwell publishing, Cambridge, 2003. (Traducción Libre)

## Los Nuevos Medios Globales

<p><b>Disney</b></p>  <p>Ganancias anuales en 1998: 23 mil millones de dólares</p> <p>Ventas por fuera de Estados Unidos: 21% Ventas por fuera de Estados Unidos en 1984: 8.4%</p> <p>Ha establecido una fuerte presencia en China, Japón, Europa y América Latina. Su ESPN Internacional se transmite en 21 idiomas para 155 millones de hogares en 182 países.</p>	<p><b>AT&amp;T</b></p>  <p>Ganancias anuales en 1998: 53 mil millones de dólares 1500 millones (sólo Liberty)</p> <p>Ventas por fuera de Estados Unidos: ND</p> <p>Como resultado de su fusión con Telecommunications Inc., AT&amp;T adquirió Liberty Media, con inversiones en Suramérica y Asia en televisión por cable, satélite y abierta. También tiene acciones en Time Warner, News Corporation, CNBC y el grupo Sprint PCS.</p>	<p><b>Sony</b></p>  <p>Ganancias anuales en 1999: 56.6 mil millones de dólares</p> <p>Ventas por fuera de Japón: 78.2%</p> <p>Ventas por fuera de Japón en 1989: 68.6%</p> <p>Entre las actividades mediáticas de Sony se destacan la producción de cine en idiomas locales en Europa y Asia, la programación de televisión en 5 continentes y las ventas de sus empresas musicales de entretenimiento en Latinoamérica, Asia y Europa.</p>
<p><b>General Electric</b></p>  <p>Ganancias anuales en 1998: 100 mil millones de dólares 5300 millones (sólo la NBC)</p> <p>Ventas por fuera de Estados Unidos: 43%</p> <p>Ventas por fuera de Estados Unidos en 1988: 22%</p> <p>Sus posesiones incluyen la NBC y la CNBC. Sus canales en Europa y Asia llegan a 70 millones de hogares.</p>	<p><b>News Corporation</b></p>  <p>Ganancias anuales en 1999: 13.6 mil millones de dólares</p> <p>Ventas por fuera de Estados Unidos: 26%</p> <p>El más grande productor de prensa en el mundo. Las estaciones de televisión de News Corporation en EE.UU. llegan al 40% de los televidentes. Murdoch está expandiendo sus propiedades en Asia y Latinoamérica, pero aún así la mayoría de los ingresos del News Corporation provendrán de EE.UU por al menos la siguiente década.</p>	<p><b>Seagram</b></p>  <p>Ganancias anuales en 1998: 16.4 mil millones de dólares</p> <p>Ventas por fuera de Alemania: 72%</p> <p>Con base en Alemania es la más grande firma de televisión y radio en Europa. Su empresa de música BMG tiene considerables inversiones en Asia, Suráfrica y Brasil., Es propietaria de Random House en los Estados Unidos así como de compañías editoriales en Alemania, Gran Bretaña y Argentina.</p>
<p><b>Time Warner</b></p>  <p>Ganancias anuales en 1998: 26.8 mil millones de dólares</p> <p>Ventas por fuera de Estados Unidos: 21%</p> <p>Con 200 subsidiarias, Time Warner es un jugador global importante en prácticamente cualquier sector mediático excepto prensa escrita y radio. Dos ejemplos: CNN internacional llega a 200 naciones y HBO se ha expandido a Europa, Latinoamérica y la mayor parte de Asia.</p>	<p><b>Viacom</b></p>  <p>Ganancias anuales en 1998: 12.1 mil millones de dólares 6800 millones (sólo la CBS)</p> <p>Ventas por fuera de EE.UU: 23%</p> <p>Ventas por fuera de EE.UU: en 1988: 0.006%</p> <p>Paramount Pictures y MTV, propiedad de Viacom, son distribuidas masivamente fuera de Estados Unidos. Es propietaria de Nickelodeon, que opera canales desde Uzbekistán hasta las Filipinas; y Blockbuster que tiene seis mil tiendas en 27 países.</p>	<p><b>Bertelsmann</b></p>  <p>Ganancias anuales en 1999: 12.3 mil millones de dólares</p> <p>Ventas por fuera de Estados Unidos: 50%</p> <p>El grupo musical Universal de Seagram es la firma musical más grande del mundo. En 1998 la compañía compró Polygram por 10 mil 400 millones de dólares. Seagram también es propietaria de los estudios Universal, con parques temáticos en Asia y canales de televisión en Europa y América Latina.</p>

Estas empresas se caracterizan por una muy baja integración horizontal. Es decir, suelen controlar sólo sectores específicos de la industria mediática. Sin embargo, si existe una importante integración vertical, lo que supone que las mismas empresas son dueñas tanto del contenido de los bienes culturales, como de los canales a través de los cuales este se distribuye. Se trata de empresas altamente internacionalizadas, que se enlazan con una red compleja de emporios mediáticos de carácter regional o nacional a través de un rango diverso de alianzas.

En los tratados bilaterales recientes se han incluido cláusulas que responden a sus intereses. Así, por ejemplo, en ninguno se ha permitido la inclusión de cláusulas de Reserva Cultural tan ambiciosas como las que se contemplan en el tratado con Canadá. En América Latina, sólo Chile y Costa Rica han insistido en mantener cuotas de pantalla y excluir los acuerdos de coproducción de la aplicación de los principios de Trato Nacional y Nación Más Favorecida. Estados Unidos ha logrado además el establecimiento de disposiciones mucho más estrictas en materia de protección a la propiedad intelectual sobre contenidos —protección del copyright o derecho de reproducción—<sup>19</sup> y se han abierto pocas opciones

para la inclusión de medidas disconformes en materia cultural, especialmente aquellas de anexo 2.

Al momento de escribir este artículo, los textos finales del Tratado de Libre Comercio ya suscrito por los Gobiernos de Colombia y Estados Unidos son revisados en Bogotá y Washington y aún no han sido dados a conocer en su versión definitiva. La Coalición Colombiana para la Diversidad Cultural, actor a cuya insistencia se

debe la introducción del tema en las mesas de negociación y la agenda pública mediática, ya ha presentado sin embargo un balance preliminar de los resultados de la negociación.

En adelante el texto se apoya en tales conclusiones, así como en la experiencia de su autor, quien tuvo ocasión de acompañar varias de las rondas de negociación desde el cuarto de al lado. Por supuesto, las valoraciones presentadas comprometen sólo a este último.



**Los campesinos colombianos tendrán que competir mano a mano con los productos norteamericanos.**

La Coalición demandó en un principio una Reserva Cultural amplia, que además de incluir la normatividad vigente en el anexo 1, incluía un rango amplio de temas en el anexo 2, buscando garantizar la “neutralidad tecnológica”, de tal forma que las reservas pudieran extenderse a cualquier tecnología.

Se pretendía, así mismo, exigir presencia local a los proveedores de bienes y servicios culturales, que el Estado se reservara el derecho a establecer

requisitos de desempeño y a exigir que determinados porcentajes de los altos cargos directivos fueran ocupados por nacionales, otorgar trato preferencial a inversionistas nacionales, incluir en la reserva a la publicidad y en el tema de los subsidios y estímulos públicos a bibliotecas, archivos y museos; establecer límites en materia de acceso a mercados en varios sectores y mantener una significativa discrecionalidad en materia de cuotas de pantalla, etc.

Las demandas debieron hacerse menos ambiciosas, ronda tras ronda, ante la férrea oposición de nuestra contraparte. Para Noviembre de 2005 — momento a partir del cual se limitó sensiblemente el número de observadores que acompañaron las rondas definitivas y la negociación asumió un carácter más reservado— las demandas de la Coalición eran menos ambiciosas. Mantenían su interés por incluir una cláusula que obligara que el 60% de las piezas publicitarias fueran producidas en Colombia, insistían en la necesidad de cláusulas que garantizaran la neutralidad tecnológica, en el establecimiento de cuotas de pantalla en cine y televisión y en asegurar reciprocidad en materia de requisitos de desempeño. Así mismo buscaban excluir de las obligaciones



a los acuerdos de coproducción y las políticas de incentivo a industrias culturales, bibliotecas, archivos y museos, entre otras cosas.

**D**e esta manera, del Tratado que suscribiera Colombia en febrero de 2006, la Coalición Colombiana para la Diversidad Cultural ha resaltado diversos aspectos, de los que a continuación se hace una síntesis. Por un lado, el tratado no cuenta con una reserva amplia, compacta y con unidad de materia,

mación producida en Colombia. Esto parecería desconocer el hecho de que los mayores índices de crecimiento del mercado están en la televisión por suscripción. Así mismo, se habría establecido que los requisitos de desempeño deberían ajustarse a las disciplinas del capítulo de inversiones de la OMC, lo que limita significativamente su alcance. Y se redujeron los requisitos para poseer un canal de televisión, lo que supondría pasar por encima de la ley de televisión y, prácticamente, legislar a partir del TLC.



El presidente Álvaro Uribe con algunos de los negociadores de Colombia y Estados Unidos.

sino que incluyó distintas cláusulas puntuales, que cubren sólo sectores y/o bienes y servicios específicos. Así, por ejemplo, se adjuntó una reserva para productos artesanales, y se vinculó en el anexo 1 el tema de cuotas de pantalla en televisión. No olvidemos que incluirlas allí supone que si las reducimos a futuro no podremos aumentarlas de nuevo, lo cual abre la puerta al poderoso lobby corporativo.

La cuota publicitaria se redujo a 20%, muy por debajo de lo que pactara Australia; y se establece que este porcentaje sólo aplica para la progra-

Si bien el Estado colombiano se reservó el derecho a proteger el patrimonio cultural inmaterial, se evitó deliberadamente una cláusula abierta que diera amplio margen de maniobra. Antes bien, se optó por establecer como definición de patrimonio cultural inmaterial aquella consagrada en la resolución 0168 de 2005. Así mismo se habría optado por cláusulas poco ambiciosas en materia de neutralidad tecnológica y por cláusulas en materia audiovisual que sólo aplican a empresas establecidas en Colombia.

Para quienes la cuestionan, la reserva Cultu-

ral plasmada en el Tratado si bien aplaca las críticas más visibles en tanto se mantienen las cuotas de pantalla en televisión, limita nuestras opciones futuras de avanzar en el desarrollo de políticas más ambiciosas, con objetivos de carácter positivo en materia de promoción cultural, en el marco de otros acuerdos regionales. Acuerdos que, por su parte, adolecen de una debilidad institucional de carácter estructural, lo que no ocurre con el TLC –y en general en cualquier acuerdo entre países más y menos desarrollados– pues la voluntad y los recursos (de todo tipo) del país del norte suplen cualquier debilidad institucional del acuerdo con miras a obligar el cumplimiento de las obligaciones pactadas.

En síntesis, la cultura no es uno de los sectores ganadores de la negociación. Ojala esta coyuntura nos permita dar forma a un debate al que confluyan diversos actores y lecturas. Un debate que nos permita pensar nuestras formas de inserción a los circuitos culturales regionales y globales.