

# Los retos culturales de la ronda de negociaciones de Doha de la OMC

**Pierre Sauvé**

## 1. Introducción

Aunque la idea pueda sorprender (como si la comunidad comercial multilateral no tuviera ya las manos lo bastante llenas), la interrelación entre el comercio y la cultura, tema tan técnicamente complejo como políticamente sensible, podría formar parte de la agenda de negociaciones que tendrán lugar durante la reunión ministerial de la OMC, en Cancún, en septiembre de 2003.

La oportunidad de mantener tal debate viene de antiguo. Efectivamente, hace unos diez años (desde que se cerrara la ronda de Uruguay de diciembre de 1993) que este tema se incluye implícitamente en el calendario de los ministros de comercio.

Uno de los objetivos prioritarios de la reunión ministerial de Cancún será garantizar la consecución de las negociaciones lanzadas durante la última reunión ministerial de la OMC, en Doha, Qatar, en noviembre de 2001.

Muy al contrario de lo que todo el mundo cree, el ámbito de cobertura del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (más conocido por su acrónimo anglosajón GATS) se aplica a las industrias culturales. Efectivamente,

la idea de que las industrias culturales fueron objeto de un tratamiento de excepción durante la ronda de Uruguay tiene trampa jurídica. Nada en el GATS diferencia la producción audiovisual del cuerpo de consejeros o de la prestación de servicios ferroviarios.

Evidentemente, esto no es lo mismo que decir que el sector cultural no tiene de por sí características excepcionales, tanto en el plano social como en el económico, ni que la lógica o los instrumentos "clásicos" de liberación de intercambios y de regímenes de inversión se aplican de manera habitual. El hecho de que una pequeña minoría de países signatarios del GATS (13 de los 105 presentes en el momento de la conclusión de la ronda de Uruguay, de entre los cuales solamente tres países pertenecían a la zona de la OCDE) y apenas una veintena de los 143 países miembros actuales de la Organización Mundial del Comercio (OMC) hayan suscrito acuerdos de liberación en este sector confirma perfectamente esta evidente particularidad.

No obstante, desde que la comunidad comercial multilateral estimara que los servicios llamados "culturales" constituyen productos comerciales que se intercambian más allá de las fronteras y en los que se puede invertir en el extranjero, es perfectamente legítimo que los ministros de comercio aborden la interrelación entre el comercio y la cultura y afirmen sus ambiciones respectivas en el sector antes de la nueva ronda de negociaciones. Sin duda alguna, estas ambiciones serán muy diversas y contrastadas, oponiendo la ofensiva resuelta de unos a las reticencias, a veces frías o sectarias, de los otros.

¿Qué es razonable esperar de tales discusiones? En realidad, bien poco, dado el estado actual de las cosas. De hecho, excepto un pequeño número de países que, después de algunos años, han abonado el terreno para la reflexión, que se anuncia larga en el marco de la UNESCO

---

**Pierre Sauvé**

*Ex miembro de la Dirección de Comercio de la OCDE  
Miembro del Grupo de Economía Mundial del Institut  
de Sciences-Po de París*

*pisauve@hotmail.com*

*Las opiniones expresadas en el artículo son personales y  
no comprometen a las instituciones en las que ha prestado  
sus servicios*

(así como en una red paralela de ministros de cultura), sobre los elementos de una política positiva de defensa y de promoción de la diversidad cultural, la comunidad internacional en su conjunto, y especialmente los expertos del comercio que trabajan en la preparación de la reunión de Cancún, no parecen dispuestos a abordar dicha interrelación de políticas de manera detallada o ambiciosa en Seattle. Mirado de esta manera, sorprende que hoy en día ningún país miembro de la OMC tenga una propuesta para la puesta en marcha de un grupo de trabajo sobre las relaciones entre el comercio y la cultura (como en su momento fue el caso para la inversión y el derecho de la competencia durante la cumbre ministerial de Singapur de diciembre de 1996). Sorprende que ni siquiera haya prosperado la idea de una declaración preliminar sobre la oportunidad de incluir la diversidad cultural entre los objetivos fundamentales que promueve el sistema comercial multilateral.

Así, la cultura formará parte de la cumbre de Cancún, pero sin duda sólo a grandes rasgos; es decir, probablemente las discusiones se centrarán en la oportunidad (o no) de ampliar el campo de acuerdos de liberalización suscritos en el marco del GATS y en velar durante el desmantelamiento programado de las derogaciones por el principio del tratamiento de la nación más favorecida en materia de comercio de servicios (artículo II del GATS).

¿Esto es un resultado preocupante para los países que desearían defender más fervientemente la noción de diversidad cultural en el seno de la OMC? Con el siguiente análisis se intenta responder a esta pregunta, poniendo de relieve la oportunidad de ampliar en un primer momento el debate sobre la interrelación entre el comercio y la cultura más allá de su estricta dimensión económica y comercial antes de circunscribir el campo de aplicación posible de nuevas reglas comerciales en el sector. Un avance en este sentido tendría como prioridad conferir una verdadera legitimidad política a la idea de defender y promover la noción de diversidad cultural. Así se podría quitar ese halo de ligereza que planea hoy en día sobre esta idea y responder con credibilidad a las suposiciones de aquellos que ven en ella una manera elegante de encubrir el proteccionismo cultural.

Este proceso pasaría por crear un instrumento multilateral cuya vocación podría ser una integración posterior con la

arquitectura de los acuerdos de la OMC. La UNESCO parece ser por el momento el organismo internacional más apropiado para el desarrollo de tal instrumento.

## 2. Las premisas del debate

La cuestión de la preservación de la diversidad cultural en un contexto de globalización de la economía ha cobrado en los últimos años una importancia que difícilmente hubiésemos imaginado hace tan sólo un tiempo. Ya figura, junto a las cuestiones medioambientales, de normativa laboral o a las prácticas contra la competencia de las empresas, entre las interfaces de políticas que han de ser tomadas en cuenta para la buena marcha futura del sistema comercial multilateral y la búsqueda de la liberalización del comercio y de la inversión en su seno.

Aunque ejerza una presión cada vez mayor sobre el sistema internacional (tal como demuestra el número creciente de litigios comerciales registrados en los últimos años) y suscite auténticas preocupaciones en la opinión pública de numerosos países, podemos apostar que la solución a los problemas que plantea la interrelación entre el comercio y la cultura no provendrá únicamente del sistema comercial.

Esta constatación se basa en tres consideraciones. En primer lugar, porque la cultura es ante todo un bien de identidad en la mayoría de las sociedades, un punto de anclaje que une sus diferentes componentes y alimenta el sentimiento de pertenencia a una comunidad de valores, costumbres e ideas. Como destacaba el informe Lalumière-Landau elaborado en 1999 por el ministerio francés de Economía, Finanzas e Industria sobre los retos de la próxima ronda de negociaciones comerciales multilaterales, esta necesidad de identidad, de solidaridad y, por tanto, de proximidad entre miembros de una misma comunidad cultural, se expresa hoy con tanta fuerza debido a que, en un contexto de globalización de los mercados, choca con una tendencia hacia la creciente homogeneización de los comportamientos, los hábitos de consumo y los estilos de vida. Una gestión armoniosa de las tensiones surgidas de este enfrentamiento es fundamental. Sin ella, las mejoras en eficacia y en bienestar que permite la creciente integración de las economías podría verse amenazada.

Una segunda razón por la cual la consideración de la interrelación entre el comercio y la cultura debe superar el ámbito por naturaleza restringido de la política comercial se debe al hecho de que el juego normal de las fuerzas del mercado no conduce a un ideal social en materia de diversidad cultural. De hecho, las deficiencias del mercado debidas a la combinación de economías a escala y de estructuras de mercados de oligopolio en materia de producción y distribución de productos culturales (sobre todo, en materia de producción audiovisual, pero también en determinados segmentos de mercado relacionados con la edición) no conducen forzosamente al mantenimiento de la diversidad de las culturas y de las producciones culturales. Además, estas carencias justifican el recurso casi universal a medidas de apoyo públicas a favor de la creación artística y de los creadores nacionales.

Sería oportuno que el sistema comercial multilateral tomase nota de esta realidad y eliminase de sus facultades de sanción cierto número de medidas de apoyo a las industrias culturales y subordinase el sector a unas normas de buena conducta comerciales basadas en los principios tradicionales de transparencia, no discriminación y minimización de los efectos de distorsión en el comercio y la inversión, siempre que esto sea posible.

Una tercera razón para ampliar el debate se debe más concretamente a la necesidad de que el orden político haga valer su superioridad sobre el orden comercial y económico cuando se trate de la interrelación entre comercio y cultura. Este requisito político previo debe permitir afirmar, y lograr que sea reconocida por la comunidad internacional, la legitimidad de defender y promover la idea de diversidad cultural, tanto a nivel nacional como a escala planetaria. Efectivamente, sólo mediante este reconocimiento previo (y su puesta en práctica en cada uno de los estados que lo suscriban) se podrán plantear discusiones más elevadas y productivas sobre la oportunidad, la naturaleza y los límites de disciplinas comerciales multilaterales eventuales que afecten a las industrias culturales.

Pero no hay razones para creer que este diálogo pueda resultar útil o fecundo en una institución por naturaleza reduccionista como la OMC, dado el estado actual de la reflexión internacional sobre este tema. Así, para aquellos miembros de la comunidad internacional que desean defender la idea de diversidad cultural es importante tratar

de que tenga lugar un debate más amplio sobre estas cuestiones. En este sentido, la UNESCO parece ofrecer el foro más apropiado para tomar en cuenta la pluralidad de perspectivas que deberán sustentar tal debate y proporcionarle una legitimidad política universal. "*First things first*", "lo primero es lo primero", como dicen los anglosajones.

Uno de los problemas fundamentales que plantea la interrelación entre el comercio y la cultura se refiere al tratamiento que se debe asignar a los productos culturales en los acuerdos comerciales internacionales. De momento, el lugar asignado a estos últimos en los acuerdos existentes se caracteriza por una ambivalencia muy clara. Tratados en principio como cualquier otro producto, con bastante frecuencia disfrutaban de cláusulas derogatorias o reservas, según los contextos y materias. Así, el debate a este respecto está lejos de terminar y, dadas las diferencias bastante numerosas suscitadas en este ámbito al final de la ronda de Uruguay, volverá a surgir muy probablemente en las próximas negociaciones de la OMC.

Dos enfoques radicalmente opuestos sobre los productos culturales sostienen este debate. Uno de ellos considera los productos culturales como productos de entretenimiento similares, desde un punto de vista comercial, a cualquier otro producto y, por tanto, totalmente subordinados a las normativas del comercio internacional. El otro considera los productos culturales como bienes que transmiten valores, ideas y conocimientos, es decir, como instrumentos de comunicación social que contribuyen a forjar la identidad cultural de una colectividad. Por todo esto, deberían quedar excluidos del ámbito de los acuerdos comerciales internacionales.

A decir verdad, ninguno de estos dos enfoques es aceptable en su totalidad. Pero antes de examinar las distintas maneras de una posible reconciliación, es preciso realizar un breve análisis sobre la situación de los productos culturales dentro de los acuerdos comerciales internacionales.

### **3. Los productos culturales como objetos comerciales**

Como objetos comerciales, los productos culturales difícilmente pueden quedar totalmente excluidos del alcance de los acuerdos comerciales internacionales. Desde el

momento en que son explotados con el fin de obtener un beneficio comercial y que son objeto de intercambios a nivel internacional, hacen que entren en juego intereses diversos y a veces opuestos que sólo pueden ser reconciliados dentro de un marco jurídico apropiado.

Especialmente, los principales países exportadores de productos culturales se opondrían a que estos últimos quedaran excluidos del marco jurídico que regula el comercio internacional. A la cabeza de este grupo, encontramos en primer lugar a Estados Unidos, para quien el conjunto de bienes y servicios culturales supone un importante sector de exportación, así como otros países como Brasil, México y Japón. Además, algunos de estos países han avanzado propuestas de liberalización progresiva en el sector en el marco de las negociaciones en curso de la AGCS. Estos últimos seguramente no verían con buenos ojos que sus exportaciones pudieran ser objeto de reconsideración por motivos culturales y escapasen a todo control. Varios países que han desarrollado una presencia significativa en el mercado internacional de productos culturales (incluidas naciones como Canadá o Francia que, por otro lado, luchan para que se reconozca el carácter diferente de las industrias culturales en el comercio internacional) también podrían mostrarse inquietos ante un desarrollo de este tipo. Incluso a los países en vías de desarrollo, cuya producción cultural circula cada vez más en el mundo, les interesaría que se mantuviese una gran apertura mercantil en el ámbito cultural (1).

Por otro lado, a los países cuyo mercado interno no puede sostener una producción cultural diversificada y que necesitan productos culturales extranjeros para responder a su demanda interna, también les beneficia que se les asegure el acceso sin discriminación a la producción cultural extranjera. Sin embargo, este acceso no les sería garantizado si los productos culturales tuvieran que ser totalmente excluidos del marco jurídico que regula el comercio internacional. Incluso un principio de no discriminación tan fundamental como el del tratamiento de nación más favorecida no podría ser invocado en tales circunstancias.

Más allá de estas consideraciones exclusivamente económicas, también cabe destacar que el hecho de eximir completamente a los productos culturales de los acuerdos comerciales internacionales abre peligrosamente la puerta,

en el plano jurídico, a restricciones más justificadas por razones de proteccionismo comercial o incluso ideológicas (que tienen muchas posibilidades de ir a contracorriente de la diversidad cultural) que por imperativos culturales. Incluso una excepción como la del artículo XX (b) del GATT de 1994 relativa a las restricciones impuestas para la protección de los tesoros nacionales con valor artístico, histórico y arqueológico es objeto de limitaciones relativas a su uso como medio de discriminación arbitraria o injustificada, o como una restricción disfrazada al comercio internacional. Desde este punto de vista, resultaría sorprendente que el conjunto de los productos culturales pudiera disfrutar de una exención cuyo alcance sería dejado únicamente a consideración de las partes que lo invocan.

Pero si bien una exención total de los productos culturales de la reglamentación internacional del comercio no parece una solución realista, esto tampoco implica que haya que adoptar un planteamiento exclusivamente comercial de los productos culturales. Al contrario, este enfoque sería arriesgado. Desde hace varios años podemos constatar que la producción cultural se está convirtiendo cada vez más en un asunto propio de las industrias culturales. No obstante, este fenómeno de industrialización y de comercialización de la producción cultural, aunque ha ampliado significativamente el acceso a la producción cultural, también puede tender paradójicamente a limitar la oferta de productos culturales a lo que la industria considera rentable desde un punto de vista comercial. En este sentido, se puede considerar que existe un riesgo serio para la preservación de la diversidad cultural.

#### **4. Los productos culturales como instrumentos de comunicación social**

Los productos culturales no pueden ser considerados como cualquier otro producto. Ante todo y por encima de todo, son obras del espíritu que transmiten informaciones, ideas, valores, un mensaje, que estimulan las facultades intelectuales, estéticas y emocionales de los individuos. Incluso cuando se apoyan en un soporte material, se diferencian de los demás bienes en que se pueden distinguir claramente sus dimensiones material y simbólica. Al creador de un producto cultural, se le reconoce

tradicionalmente un derecho de autor, lo que significa la propiedad de un individuo sobre una idea o un concepto, es decir, sobre un contenido intelectual.

Se han aportado varios argumentos de naturaleza económica relacionados con la especificidad de los productos culturales para justificar la intervención del Estado en este sector. Algunos están relacionados con las propias características del producto. Por ejemplo, este es el caso del argumento que pretende que los productos culturales sean considerados de forma diferente a los demás productos porque son bienes públicos más que bienes privados. En su definición más habitual, un bien público es un bien accesible para todos sin que su uso por cualquier agente cuestione su disponibilidad para los demás.

Otros argumentos están relacionados con las deficiencias del mercado. El más conocido y más ampliamente aceptado es el denominado argumento de las externalidades que justifica la intervención del Estado debido a que los productores de los bienes culturales hacen que la colectividad disfrute de unos beneficios que van más allá de la remuneración que reciben ellos mismos. Estos beneficios no remunerados o externalidades se encuentran, por ejemplo, en el prestigio que aporta al Estado su producción cultural, en el hecho de que una producción cultural dinámica influya las decisiones de inversión y atraiga al turismo, en el hecho de que los productos culturales desempeñen un papel importante en la integración de los individuos dentro de una sociedad, etc. Un segundo argumento hace referencia a las prácticas contra la competencia, más concretamente al abuso de una posición dominante. Esta cuestión ha sido a menudo invocada en relación con la industria cinematográfica para justificar las cláusulas de excepciones culturales. En ocasiones, se ha querido argumentar que tales medidas podían ser necesarias para frenar las prácticas desleales de productores que abusan de su posición dominante en el sector de la distribución cinematográfica para imponer a los propietarios independientes de salas de cine unas condiciones que les favorezcan en detrimento de los demás productores.

Aunque estos argumentos puedan tener el mérito de demostrar que la intervención del Estado en el ámbito cultural se justifica desde un punto de vista estrictamente

económico, la primera justificación para un tratamiento especial a los productos culturales no se sitúa en este plano. El argumento fundamental a favor del reconocimiento del carácter específico de los productos culturales se apoya más en una visión de la cultura que toma en consideración, sobre todo, la importancia, para el desarrollo de los individuos y de las sociedades, de los bienes que transmiten valores, ideas, gustos y conocimientos. En cierto modo, estos bienes son una forma de capital cultural. En esta perspectiva, se considera que las propias industrias culturales ofrecen "los términos y los símbolos que conforman nuestro pensamiento y nuestro discurso en relación con nuestras diferencias sociales, con el deseo de diversos grupos de ser reconocidos, con la afirmación y el cuestionamiento de los valores sociales y, por último, con la experiencia de cambio social" (2). Al igual que la educación, la producción cultural constituye, por lo tanto, un instrumento fundamental para permitir a la persona emanciparse y, como ciudadano, adaptarse y participar en la vida de los medios y colectividades con las que se relaciona (3).

Este último argumento, trasladado a un contexto internacional, desemboca lógicamente en una preocupación, la de preservar la diversidad cultural. Pero, evidentemente, sólo a cambio del reconocimiento de la dualidad de carácter de los productos culturales, a la vez objetos comerciales e instrumentos de comunicación social, se podrá encontrar una solución global.

## **5. Los elementos de una solución: ¿hacia un instrumento multilateral para la promoción de la diversidad cultural?**

No son tanto los productos culturales por sí mismos los que, desde el punto de vista de la normativa comercial internacional, plantean un problema, sino más bien las medidas nacionales dirigidas a estos productos. Pueden barajarse diversos medios para que estas medidas puedan gozar de un tratamiento especial. Por ejemplo, podemos pensar en una utilización más amplia del mecanismo de reservas, ya utilizado en el AGCS, que estas reservas sean cerradas, es decir, sólo válidas para el pasado y para unas medidas precisas, o incluso abiertas, es decir válidas tanto

para el pasado como para el futuro y para un sector determinado.

Pero la solución ideal, la única que a largo plazo puede aportar una respuesta al conflicto actual sobre el lugar que deben ocupar los productos culturales en los acuerdos comerciales internacionales, sería un convenio especial sobre los intercambios internacionales en el sector cultural. Tal convenio articularía de forma clara la justificación y los límites de un tratamiento especial para los productos culturales insistiendo en la necesidad de preservar la diversidad cultural. Un instrumento de este tipo podría considerarse dentro de un marco distinto al de la OMC (podríamos pensar sobre todo en la UNESCO), pero en última instancia debería buscar un sitio dentro de la OMC para responder a los problemas surgidos en este organismo.

### **5.1 ¿Cuáles podrían ser los objetivos de este instrumento?**

En lo que refiere a los esfuerzos diplomáticos, el principal desafío consiste en formar una alianza de países que compartan preocupaciones similares en materia de política cultural para influir en las decisiones que deben ser tomadas en diversos foros, como por ejemplo la OMC, la OCDE, el Área de libre comercio de las Américas, la Unión Europea, así como en el plano de las relaciones comerciales bilaterales, y promover un enfoque de las relaciones internacionales que favorezca la diversidad cultural.

En el plano cultural propiamente dicho, el objetivo debería ser lograr que se reconozca la importancia de la diversidad cultural y lingüística y que se acepte la necesidad de un tratamiento diferenciado de los bienes y servicios culturales en los acuerdos comerciales internacionales. A estos objetivos generales se añadiría de forma más explícita una referencia a la circulación de los productos culturales, lo más libre posible. De hecho, habría que evitar que la diversidad cultural acabe asemejándose a una lógica de exclusión y a unas medidas de restricción de los intercambios o de las inversiones en el campo cultural. Si ese fuera el caso, esta iniciativa correría el riesgo de quedar rápidamente en el olvido. Efectivamente, la diversidad cultural no se puede concebir sin apertura a los productos, ideas, valores, métodos de producción y redes de distribución de las demás culturas.

### **5.2 ¿Qué formas podría tomar este instrumento?**

Pueden contemplarse varias hipótesis, desde un texto esencialmente declaratorio como la Declaración de Río hasta un acuerdo constrictivo y justiciable, como los de la OMC. Si bien parece oportuno dejar de lado, por el momento, la hipótesis de un acuerdo en el marco de la OMC, es posible contemplar un instrumento flexible que vincule a las partes pero no justiciable como tal. Un instrumento así sería parecido a los códigos de la OCDE. Este enfoque tendría como ventaja hacer que fuera más fácilmente aceptable en el plano político, a la espera de que sus principios y modalidades sean trasladados dentro del marco de la OMC.

A primera vista, el organismo gubernamental más evidente para desarrollar este instrumento sería la UNESCO, con el apoyo técnico de la secretaría de la OMC. Además del hecho de que esta organización ya está sensibilizada con la cuestión, su carácter multilateral y su fuerte presencia en los países en vías de desarrollo le confieren importantes cualidades, entre las cuales la universalidad figura entre las más importantes (la ausencia de universalidad minó seriamente la legitimidad política de las negociaciones de la OCDE sobre el Acuerdo Multilateral sobre Inversiones [AMI]).

Evidentemente, también queda la posibilidad de crear un instrumento internacional no vinculado a ningún organismo en particular, como es el caso de los existentes en el ámbito del medio ambiente. Pero para que esto pudiera funcionar, haría falta primero contar desde el inicio con un número importante de signatarios, con mayoría de países desarrollados. Además, haría falta que el instrumento en cuestión incorporase disposiciones para establecer un comité de seguimiento. Este último caso no debería descartarse si se pretende una integración posterior a la OMC.

Sin duda, la hipótesis de una integración en la OMC es la más interesante desde el punto de vista de la eficacia. Pero también es la más difícil en el plano de la realización en la medida en que cuestiona normas jurídicas fundamentales (tratamiento de nación más favorecida, tratamiento nacional, etc.) y se inscribe en un contexto de negociaciones comerciales en el que los intereses de unos se enfrentan a los de los otros dentro de una perspectiva más específicamente económica.

En este contexto, el establecimiento de un consenso no resultaría fácil y sólo se podría conseguir a cambio de concesiones relativas al control riguroso de las acciones de los estados en el ámbito cultural que, evidentemente, no se encontrarían en un instrumento ajeno a la OMC. Por ello, mediante un mejor equilibrio entre el respeto de las reglas del comercio y la necesaria flexibilidad en materia de política cultural que puede generar, un instrumento dentro de la OMC podría requerir a largo plazo una mayor legitimidad política.

## Conclusión

El análisis precedente sugiere que los retos culturales de la próxima ronda de negociaciones de la OMC podrían resultar relativamente inferiores. De hecho, la comunidad comercial multilateral en su conjunto no parece estar dispuesta a debatir la interrelación entre el comercio y la cultura de una manera profunda y equilibrada, ni parece estar dispuesta a reconocer la dualidad de los productos culturales en tanto que objetos de comercio e instrumentos de comunicación social.

No obstante, no parece imposible, aunque sea a última hora, que los ministros de comercio que se reúnan el próximo septiembre en Cancún dediquen un poco de su precioso tiempo a la idea de admitir, ni que sea por el momento de manera preliminar, la noción de diversidad cultural en el marco de los objetivos fundamentales que persigue la comunidad internacional de la OMC. Una declaración de este tipo podría útilmente apoyar, y legitimar, el trabajo que sería oportuno y preferible que se emprendiera en primer lugar en la UNESCO. Todavía hay esperanzas en este sentido si la dinámica de apoyo a esta idea aparece y se hace oír de manera constante.

Si bien la argumentación que este análisis ha defendido sobre la idea de la creación de un instrumento anclado prioritariamente en el seno de la UNESCO, los países miembros de la OMC que deseen defender la idea de la diversidad cultural deberán aún así confrontar las peticiones que se les hagan durante la próxima ronda de negociaciones. Estas peticiones se centrarán principalmente en la mejora cualitativa (y a veces cuantitativa) de los acuerdos de liberalización suscritos en materia de

industrias culturales en el marco del GATS. Gracias a este acuerdo que opera en función de un enfoque denominado "lista positiva" como mecánica de liberalización, durante la próxima ronda los países miembros de la OMC seguirán ostentando una total discreción en la materia. Nada, en efecto, autoriza a quien sea a conceder lo que sea en este terreno.

Dicho así, los protagonistas de la idea de la diversidad cultural deberán vigilar la atención que la próxima ronda prestará al orden del día "preestablecido", si es que desean mantener un mayor índice de autonomía en sus tratos con la UNESCO.

En este sentido, parece necesario llevar a cabo cierta vigilancia teniendo en cuenta las consecuencias que la próxima ronda de negociaciones podría tener para las medidas de excepción relativas al tratamiento de nación más favorecida en materia de acuerdos de coproducciones audiovisuales. En principio, las derogaciones del artículo II del GATS deben abolirse en 2004, pero podría ser oportuno mantener la incidencia hasta que haya podido crearse un instrumento multilateral ajeno a la OMC.

Asimismo, y a partir del momento en que las disciplinas del GATS cubran los productos culturales, las discusiones que tendrán lugar durante la próxima ronda en cuanto a potenciales disciplinas sobre las subvenciones y las medidas de salvaguarda en materia de comercio de servicios repercutirán directamente en el tratamiento futuro de las industrias culturales en la OMC. Así pues, será necesario que estas negociaciones tengan en cuenta los posibles efectos de semejantes disciplinas en la formulación de las políticas culturales nacionales.

Otra zona de vigilancia sería la de las veleidades mostradas por determinados miembros importantes de la OMC en vistas a ampliar el campo de las obligaciones de resultados prohibidos en calidad del acuerdo sobre las medidas en materia de inversiones relacionadas con el comercio (acuerdo MIC). Tal vigilancia parece tanto más necesaria en cuanto estas medidas ofrecen una manera de aplicar el objetivo de la diversidad cultural permitiendo legitimar una mayor liberalización de los regímenes de inversión en materia de industrias culturales nacionales.

Como se trata de disposiciones de la OMC concernientes a los derechos de propiedad intelectual ligados al comercio (acuerdo TRIP), además del principal interés que

representa en el ámbito de la creación artística que los miembros de la OMC apliquen mejor el acuerdo TRIP, la próxima ronda de negociaciones podría ser la ocasión de incluir las disposiciones negociadas en 1996 en la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) sobre la protección del derecho de autor en la sociedad de la información. También debería prestarse una especial atención a las posibles incidencias del programa de trabajo de la OMC en materia de comercio electrónico para las políticas de apoyo a las industrias culturales. Aunque intuitivamente la idea puede parecer atractiva, teniendo en cuenta el dinamismo tecnológico del sector y la convergencia actual entre el sector de las telecomunicaciones y la producción audiovisual, no es del todo evidente que en el estado actual de la reflexión un enfoque basado en "la abstinencia reglamentaria" en materia de comercio electrónico sea necesariamente compatible con la idea de promover la diversidad cultural.

Finalmente, y aunque como para la interrelación entre el comercio y la cultura el sistema comercial multilateral no pretende incluir disciplinas detalladas en materia de derecho de la competencia, sería útil que el grupo de trabajo de la OMC para el comercio y la competencia, a quien posiblemente se le otorgará la capacidad de negociar formalmente en Cancún, preste una atención especial en sus trabajos futuros a los comportamientos anticompetitivos de los operadores en el sector cultural, así como a los mejores medios para remediar los problemas derivados del abuso de posición dominante en el sector.

## Notas

- 1 Véase a este respecto THROSBY, D., "Le rôle de la musique dans le commerce international et le développement économique", UNESCO, en *Rapport mondial sur la culture 1998*, pág. 215.
- 2 SINCLAIR, J. "Media and Cultural Industries: an Overview", a *CIRCIT Newsletter*, Vol. 4, Nº. 5, agosto de 1992, pág. 3-4.
- 3 Esta concepción es parecida a la destacada por la UNESCO durante la proclamación de la "Década mundial del desarrollo cultural".