

LA CULTURA EN EL ACUERDO DE PROMOCIÓN COMERCIAL PERÚ-ESTADOS UNIDOS: UNA VISIÓN DE CONTEXTO

GUILLERMO CORTÉS CARCELÉN

RESUMEN

Este artículo hace una reflexión sobre la importancia de la cultura en el sector económico. Para ello, el autor se sirve de datos estadísticos, los cuales demuestran que los servicios culturales constituyen un rubro fundamental de las exportaciones de algunos países, especialmente los más desarrollados. Asimismo, expone los diversos ámbitos en los que la cultura atraviesa los tratados de libre comercio, en particular, el TLC Perú-Estados Unidos de América.

Actualmente no podemos desconocer que una parte considerable de las actividades del sector cultural generan un impacto económico similar a otros sectores. Muchas actividades culturales dan origen a un sector productivo que genera una riqueza económica susceptible de ser apropiada en forma privada o pública y que, como la producción de cualquier otro tipo de bienes y servicios, contribuye al crecimiento económico nacional y mundial.

Las actividades culturales utilizan recursos que en la mayoría de los casos son valorizados y transados en un sistema económico; en sus procesos de producción está involucrada una gran cantidad de trabajo que tiene valor económico; los productos que se logran con este trabajo tienen un valor de uso y de cambio para los que los consumen. Las actividades culturales tienen una dimensión económica, pues los procesos en los que se desarrollan tienen características de producción, intercambio y consumo. La dimensión económica de estas actividades es variada: algunas se desarrollan dentro de la dinámica de mercado; otras son subvencionadas por el Estado o por el sector privado; en otros casos, las motivaciones de la creación y producción cultural no tienen como objetivo la obtención de ganancias y no necesariamente participan en

dinámicas económicas de oferta y demanda donde el valor económico es reflejado en un precio.

La cultura como sector económico ha adquirido importancia en los últimos años, convirtiéndola en algunos países en un rubro muy importante de su producción, así como de sus exportaciones e importaciones. El sector cinematográfico, el editorial, el discográfico, para citar sólo unos ejemplos, han logrado racionalizar sus procesos de producción, incorporar eficientemente las nuevas tecnologías, ampliar mercados y generar públicos. Al mismo tiempo, han creado empleos en los diferentes momentos de las cadenas de producción y distribución de los productos y servicios culturales, adquiriendo así un peso que empieza a sentirse en variables económicas tan importantes como el Producto Bruto Interno (PBI).

Esta creciente importancia económica del sector cultural ha propiciado la necesidad de medir su impacto a través de variables como: incidencia en el PBI, pago de derechos de autor, producción, ventas, exportaciones, importaciones, empleo y piratería. Además, se ha intentado conocer mejor la estructura de la oferta y la demanda de bienes y servicios culturales, identificar la estructura de los diferentes mercados culturales, así como reconocer las particularidades que definen y diferencian al empleo cultural de otros sectores. La información obtenida, en muchos países, ha servido para demostrar que la cultura no es una actividad insolvente sino que, por el contrario, puede ser un proyecto económico sostenible, a la vez que ha permitido justificar una intervención estatal más decidida en la cultura y en aquellas actividades culturales que si bien no rinden beneficios económicos, sí rinden beneficios sociales.

En el caso de Estados Unidos de América el conjunto de la actividad económica del sector cultural, particularmente impulsada por los rubros audiovisual y musical, representa más del 6% del PBI y emplea cerca de 1,5 millones de personas. En varios países europeos como Francia, Inglaterra, Alemania y España, el sector cultural ronda o supera el 3% del PBI, situación similar se presenta en América Latina en los casos de Brasil, México y Argentina. Investigaciones del Convenio Andrés Bello (CAB) han estimado que el aporte de la producción cultural al PBI en Colombia es de 2,08%, en Venezuela de 2,30% y en Chile de 1,90%¹. El estudio realizado por la Universidad San Martín de Porres, por encargo del CAB, estima que el aporte de la producción cultural en el Perú corresponde al 1,02% del PBI².

1 Convenio Andrés Bello. Proyecto Economía y Cultura (Ver: <http://www.cab.int.co>).

2 Impacto económico de la cultura en el Perú. Universidad San Martín de Porres-Convenio Andrés Bello. Bogotá, 2005.

No podemos dudar, entonces, que las actividades culturales tienen cada vez más, un mayor impacto económico en términos de renta y ocupación. Por ello, no sorprende que la cultura tenga un papel relevante en la economía mundial, de ahí que sea un tema que ingresa también en la agenda de la liberalización económica a nivel mundial y, particularmente, en los procesos de negociación de los tratados de libre comercio.

Un reciente estudio publicado por el Instituto de Estadísticas de la UNESCO³ estima que el peso económico mundial del sector cultural es de 1,3 billones de dólares y se encuentra en rápida expansión. Asimismo, señala que entre 1994 y 2002 el comercio internacional de productos culturales pasó de 38 000 millones de dólares a 60 000 millones. Del total de la producción cultural a nivel mundial, sólo tres países –Reino Unido, Estados Unidos de América y China– produjeron el 40% de los bienes culturales comercializados en el mundo en 2002, mientras que América Latina y el Caribe sólo representaron 3%, y Oceanía y África representaron menos de 1% del comercio mundial de bienes culturales.

Según el mismo estudio, el Reino Unido es el país del mundo en el que las exportaciones de bienes culturales alcanzaron un mayor valor en 2002: 8 500 millones de dólares; seguido de los Estados Unidos de América, con 7 600 millones, y China, con 5 200 millones. Por otro lado, el comercio de libros, periódicos, publicaciones y otros productos impresos representaron el 31% del comercio cultural mundial en 2002. Los mayores exportadores de libros del mundo fueron los Estados Unidos (18%), el Reino Unido (17%), Alemania (12%), España (6%) y Francia (5%).

El sector de las grabaciones musicales y los soportes conexos representaron el 32% del comercio cultural, siendo los exportadores más importantes de esos productos: Estados Unidos (17%), Alemania (12%), el Reino Unido (9%) y Singapur (8%). Los mayores importadores de grabaciones son el Reino Unido, Alemania, Francia, Estados Unidos y Canadá. En el comercio de productos audiovisuales⁴, rubro en el que predominan los videojuegos, los cinco primeros exportadores son: China (32%), Japón (17%), México (11%), Hungría (9%) y Alemania (cerca de 9%). Solo los Estados Unidos de América importan el 42% a nivel mundial.

3 International Flows of Selected Cultural Goods and Services, 1994-2003. UNESCO-UIS. Québec, 2005.

4 El estudio indica que los datos de las aduanas no reflejan fielmente las exportaciones e importaciones relacionadas con la industria cinematográfica y de radiotelevisión, ya que sólo se registra el valor declarado de un original.

La información precedente da cuenta que la cultura aporta al PBI, y los bienes y servicios culturales constituyen un rubro fundamental de las exportaciones de algunos países, especialmente los más desarrollados. Pero no podemos perder de vista que la producción cultural, y por tanto los bienes y servicios culturales, no están marcados sólo por sus implicaciones económicas. Los bienes y servicios culturales transmiten contenidos simbólicos, crean e intercambian sentidos y participan activamente en la creación de imaginarios, memorias sociales y mundos de representación. A través de ellos circulan valores, creencias y percepciones sociales con las que interactúan millones de personas en el mundo. Por ejemplo, a través de la música, el cine y los libros, las personas tienen experiencias cotidianas de reconocimiento, hallan posibilidades de identificación y motivos de encuentro. Los bienes y servicios culturales tienen además significados sociales y políticos, y tienen una profunda incidencia en la conformación de ciudadanía, la construcción de sociedades democráticas y la promoción del desarrollo.

Si bien el universo de las actividades culturales es muy amplio, y en cada uno de los sectores que integran la cultura, más allá de los procesos creativos, podemos identificar dinámicas económicas que responden a especificidades propias de la naturaleza de los contenidos, bienes y servicios que generan; son las denominadas industrias culturales⁵ las que en la estructura económica, propiciada por la globalización, alcanzan un lugar preeminente y estratégico en el crecimiento económico.

Las industrias culturales están conformadas por sectores que conjugan creación, producción, comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, generalmente protegidos por derechos de autor. A esto podemos añadir que los contenidos fijados sobre soportes tangibles o electrónicos son producidos en serie, tienen circulación masiva y están articulados a lógicas de mercado o potencialmente pueden ingresar en ellas. Asimismo, los bienes y servicios culturales que generan son agentes predominantes en la comunicación social y la conformación de la esfera pública, circulan por redes transnacionales de comunicación y son recibidos por consumidores masivos⁶.

5 También llamadas “industrias creativas”, “industrias comunicacionales”, o “industrias del contenido”. El sector editorial (libros, revistas, publicaciones periódicas), sector audiovisual (cine, video), sector fonográfico, la artesanía, la televisión y radio son incluidos en el concepto de industrias culturales. La definición británica de industrias creativas abarca un conjunto más amplio de actividades que incluye a las industrias culturales además de otras producciones artísticas o culturales relacionadas a las artes escénicas, arquitectura, artes visuales, publicidad, diseño de modas, diseño industrial, diseño gráfico, diseño textil, entre otras.

6 Informe Mundial sobre Cultura 2000-2001: Diversidad cultural, conflicto y pluralismo. UNESCO, 2001.

Las dos facetas del sector cultural –fuente de identidad y valor espiritual, a la vez que realidad económica– han abierto un intenso debate internacional sobre la relación entre cultura y comercio, donde se enfrentan dos posiciones claramente opuestas. Mientras para unos, la producción cultural está íntimamente ligada al concepto de entretenimiento –y es producida con ese objetivo bajo los parámetros de cualquier otro bien o servicio comercial–; para otros, la producción cultural no sólo entretiene, sino que transmite contenidos simbólicos y provee elementos constitutivos de la identidad. Bajo esa premisa, los bienes y servicios culturales, fuentes de valores y tradiciones a la vez que realidad económica, contribuyen a la conformación de ciudadanías, promoción del desarrollo social y crecimiento económico del país. De ahí que los bienes y servicios culturales en la medida en que son portadores de identidad, de valores y sentido, no deben ser considerados como mercancías o bienes de consumo como los demás y su vínculo con el receptor es como participante cultural, y no sólo como mero espectador o consumidor.

Asimismo, ante las claras asimetrías en la producción y el comercio mundial de bienes y servicios culturales, se han generado preocupaciones por la tendencia a la imposición de patrones culturales globales versus las culturas locales y regionales, preocupaciones que parten de que el desequilibrio que genera el mercado, incapaz por sí solo de resolverlo, tiende a la homogeneización cultural, poniendo en riesgo a las identidades culturales locales. De ahí que se proyecte que los procesos de liberalización económica pueden generar impactos en la diversidad cultural y la soberanía de los países en la formulación de políticas culturales, ya que sus efectos directos e indirectos, trascienden el ámbito exclusivamente económico y comprenden aspectos de la cultura y del desarrollo de los países involucrados.

1. LA CULTURA EN LOS TRATADOS DE LIBRE COMERCIO

El análisis de los procesos de negociación de los tratados de libre comercio, llevados a cabo hasta ahora, desde la perspectiva de los países menos desarrollados, demuestra que la cultura y las industrias culturales no han contado con un marco de discusión propio dentro de la mayoría de esos procesos. A esto hay que añadir que el tema de la cultura se aborda principalmente desde la óptica de la defensa de las identidades y del patrimonio. Los procesos de negociación son conducidos, principalmente, por los ministerios de comercio exterior, de manera que no se asegura una estrategia de negociación conjunta entre el gobierno y el sector cultural que tome en cuenta las particularidades de éste.

A lo anterior se suma el decrecimiento de la presencia de los Estados en el ámbito cultural o el replanteamiento de su acción, que suele estar circunscrita

esencialmente al patrimonio o la promoción de las artes tradicionales, dejando así de lado a las industrias culturales y las nuevas tecnologías. Esta situación se ha hecho evidente en la ausencia de la cultura entre las prioridades de la agenda pública o como componente clave en los planes de los gobiernos. Sin lugar a dudas, esto tiene que ver con la escasa comprensión que suelen tener los políticos y los encargados de las decisiones económicas sobre el papel que juega la cultura en el desarrollo de los países.

Asimismo, la distancia que separa a la cultura de la economía, durante años las ha mantenido en esferas independientes, sin ser conscientes que muchas actividades culturales se han ido insertando en las lógicas comerciales y del mercado. De hecho, se ha producido un crecimiento de la iniciativa privada en las industrias culturales en muchos países en desarrollo; sin embargo, varios sectores no se encuentran en el ámbito “formal”, situación que no permite conocer con exactitud las dinámicas económicas con las que funcionan y menos su impacto en las economías nacionales.

Por otro lado, el fuerte incremento de la importancia social y económica de las industrias culturales a nivel mundial, han propiciado que la producción y el mercado cultural estén caracterizados por una serie de dinámicas y tendencias que vuelven más dispares las condiciones a las que se enfrentan algunos países al iniciar una negociación comercial. Si bien, en muchos países todavía existe una red de empresas nacionales relativamente consolidadas en algunos sectores, es muy claro el predominio de la intervención de grandes grupos transnacionales que no siempre facilitan el desarrollo de la diversidad cultural y la circulación de bienes culturales más allá de sus objetivos económicos.

Por ejemplo, en el ámbito discográfico, son cinco grandes empresas las que controlan el 80% del mercado de la música en Latinoamérica: Universal (Holanda), Sony (Japón), Warner (USA), BMG (Alemania) y EMI (Inglaterra). El 84% de la distribución de cine lo tienen las distribuidoras de los grandes estudios de Hollywood, lo que genera que el 83% de la recaudación de las taquillas de cine en Latinoamérica sea de películas provenientes de Estados Unidos⁷. En el caso del Perú, las películas provenientes de Estados Unidos ocupan el primer lugar en las salas de estreno del país con un porcentaje promedio del 70%⁸.

La cultura atraviesa los tratados de libre comercio en diversos ejes como: la inversión extranjera y la propiedad de las industrias culturales y los

7 Rey (2003).

8 Impacto económico de la cultura en el Perú. Universidad San Martín de Porres-Convenio Andrés Bello. Bogotá, 2005. p. 169.

medios de comunicación; la nacionalidad que tiene que ver con la naturaleza de la producción cultural o la procedencia de los directores de medios de comunicación y el personal participante en actividades culturales; la promoción, fomento y cooperación cultural que buscan garantizar el apoyo a la creación, circulación y acceso a la cultura a través de la creación de fondos de financiación y políticas de cooperación audiovisual; y los derechos de autor y propiedad intelectual, derechos conexos, marcas, indicaciones geográficas, diseños industriales, patentes e información confidencial, plazos de protección, políticas contra la piratería⁹. Además, un eje de especial interés relacionado a las poblaciones autóctonas o en desventaja que tiene que ver con las medidas y acciones de protección a dichas poblaciones, así como a la salvaguarda de sus derechos.

2. LA CULTURA EN EL TLC PERÚ-ESTADOS UNIDOS

En el Perú la relación cultura y economía no ha sido desarrollada suficientemente. La información con la que se cuenta con relación a la incidencia económica de los sectores de la cultura, al rol de la cultura en los procesos de desarrollo socio-económico, al funcionamiento de los mercados internos de bienes y servicios culturales, a la caracterización y formas de empleo cultural, y a las tendencias del consumo cultural, es muy reducida o inexistente. Esto probablemente se deba a que la cultura en el Perú ha sido enfocada esencialmente desde una visión patrimonialista, identificándola con la simple expresión artística, la protección del patrimonio histórico-arqueológico o al fomento de lo que conocemos como la “alta cultura”.

Si bien la cultura está presente en el discurso político, la realidad muestra una progresiva disminución del apoyo y presencia del Estado en la actividad cultural. Esto sumado al desconocimiento de los aspectos antes mencionados, han propiciado que la cultura no haya sido situada en su verdadera dimensión y se desconozca el papel que desempeña en el desarrollo del país y menos aún haya sido incluida en la agenda de las decisiones económicas y políticas.

Los creadores, profesionales y gremios de la cultura (sindicatos, asociaciones o colectivos de artistas de teatro, productores de televisión, cineastas, músicos o editores), a pesar de las dificultades y el reducido apoyo, han mantenido su apuesta por el desarrollo cultural del país, creando y produciendo, además

9 En el caso del TLC Perú-Estados Unidos se desarrolló un capítulo especial referido al tema.

de haber participado activamente en la generación de leyes o regulaciones para el sector. Sin embargo, aún no constituyen un movimiento organizado y cohesionado que cuente con una agenda concertada y con herramientas que les permitan entablar diálogos fluidos con otros interlocutores. A esto añadimos que la cultura y en especial las industrias culturales nacionales, vienen experimentando un proceso de extinción, debido a las condiciones económicas del país y a la piratería, entre otros factores. Las que han logrado sobrevivir presentan una gran debilidad y una menguada sostenibilidad de su producción.

En esas condiciones se llega a la negociación del TLC con Estados Unidos, al mismo tiempo que convencidos del potencial que tiene el sector cultural y del imprescindible rol que tiene la cultura en el desarrollo socioeconómico del país. Ahora bien, no podemos perder de vista las características de la estrategia de negociación de Estados Unidos en materia cultural, que a partir de las negociaciones que antecedieron a la de los países andinos, podemos sintetizarla en los siguientes aspectos: amplia aceptación de que los esquemas de soporte financiero existentes para la cultura y producción de contenidos no necesitan ser desmantelados; renuncia a la demanda tradicional de que sean totalmente eliminadas las exigencias de contenido local y otras trabas al comercio en el sector audiovisual, al menos donde estén implicadas tecnologías tradicionales; una nueva estrategia que consiste en la exigencia de que los Estados se obliguen a mantener las redes digitales libres de proteccionismo cultural¹⁰.

En mayo del 2004 se iniciaron las negociaciones, sin embargo el tema cultural no fue considerado inicialmente por el Equipo Negociador. El 8 de julio del 2004 se constituyó la Coalición Peruana para la Diversidad Cultural (CPDC), colectivo social integrado por personalidades, representantes y trabajadores de instituciones y empresas vinculadas al quehacer cultural en el Perú, que emitió una declaración pública en la que solicitó "... que los representantes del Estado Peruano presenten en la mesa de negociación la voluntad irrenunciable del Perú de hacer una EXCEPCIÓN CULTURAL a fin que la identidad y riqueza cultural de nuestro pueblo no sea considerada como un producto o servicio comercial"¹¹.

A partir de ese momento, el Ministerio de Comercio Exterior incorpora a la discusión el tema cultural e inicia sesiones de trabajo hasta diciembre del 2005, con la CPDC y representantes del Instituto Nacional de Cultura y el Consejo

10 Bernier (2004).

11 Declaración de la Coalición Peruana para la Diversidad Cultural. 13 de julio del 2004.

Nacional de Cinematografía. Durante ese periodo, se abrieron algunos espacios públicos de debate sobre el tema; sin embargo, el tema cultural no tuvo el mismo impacto en la opinión pública y especializada que otros temas considerados sensibles en el marco de la negociación.

El Ministerio de Comercio Exterior no consideró que el tema cultural sea un “tema sensible”, mas bien proyectó que la apertura de mercados sería beneficiosa para el desarrollo cultural del país. Si bien recoge las preocupaciones y los insumos proporcionados por el sector cultural, es el equipo negociador quien lleva a cabo las propuestas a la mesa de negociación. El tema cultural esencialmente se lleva en el Capítulo de Servicios Transfronterizos y el equipo negociador propuso abordarlo incorporando el listado de leyes y normas existentes en materia cultural que contravienen a las disciplinas del acuerdo en el Anexo N° 1 Medidas Disconformes Vigentes y presentando una “Reserva Cultural”, en el Anexo N° 2 Medidas Disconformes Futuras, que toma como referencia inicialmente la Reserva Cultural establecida por Chile en el TLC con Estados Unidos.

Por su lado, la CPDC solicitó la preservación de las leyes existentes en materia cultural y que se establezca una “reserva amplia en materia cultural y educativa”. La CPDC se propuso representar los intereses y preocupaciones del sector cultural. Sin embargo, no logró toda la representatividad y consenso que esperaba, debido entre otras razones, a que los propios agentes culturales no lograron tener una visión integral de la problemática, pues el sector cultural está atomizado y tiene reducida capacidad de actuación en conjunto.

Si bien la CPDC concretó como principios que los bienes y servicios culturales no pueden ser considerados simplemente como mercancías que se intercambian en los mercados, sino como creaciones con un significado social y cultural muy importante; que el Estado no puede comprometer su derecho soberano a implementar políticas culturales de protección y promoción de su cultura; y que la liberalización comercial del sector cultural acentuaría las asimetrías, afectando la posibilidad de desarrollar una diversidad de expresiones culturales; no estuvo en capacidad de precisar planteamientos más concretos, que el de asumir una posición defensiva del status quo que establece la legislación vigente en materia cultural, preservar los mecanismos existentes de apoyo del Estado¹², y mantener abierta la posibilidad de

12 En el TLC Perú-Estados Unidos mediante cartas colaterales se confirma el otorgamiento de premios monetarios exclusivamente a obras cinematográficas conforme a lo establecido en la Ley N° 26370 y Decreto Supremo N° 042-95-ED. Asimismo, se confirman los créditos y reintegros tributarios a los proyectos editoriales conforme a la Ley N° 28086 y Decreto Supremo N° 008-2004-ED.

desarrollar los programas de cooperación cultural, especialmente en el ámbito audiovisual¹³.

En el ámbito de las medidas disconformes vigentes, una de las mayores preocupaciones del sector cultural tuvo que ver con la posibilidad que se eliminaran los regímenes laborales de la legislación existente, los mismos que establecen las cuotas de trabajadores extranjeros y nacionales en las producciones culturales nacionales. Este aspecto quedó precisado en Anexo 11.12 sobre Cuotas de Contratación del Capítulo de Servicios Transfronterizos, en el que si bien el Perú ha asumido compromisos de no aplicar la cuota establecida en la Ley de Contratación de Trabajadores Extranjeros a los profesionales y personal especializado de los Estados Unidos, las cuotas a la contratación de trabajadores extranjeros establecidas en la Ley del Artista, Intérprete y Ejecutante¹⁴ han quedado debidamente protegidas y no se les aplicará los compromisos mencionados en dicho anexo.

En el ámbito de las reservas a futuro, tal vez dos aspectos representativos del resultado de la negociación fueron la inclusión de una cuota de pantalla para las películas peruanas “de hasta el 20 por ciento del total de las obras cinematográficas exhibidas anualmente en cines o salas de exhibición en Perú”; y la inclusión de una reserva relacionada a la actividad artesanal por la cual el “Perú se reserva el derecho de adoptar o mantener cualquier medida con respecto al diseño, distribución, venta al por menor o exhibición de artesanías que sean identificadas como artesanías peruanas”.

En este último percibimos una ausencia, que particularmente para el caso peruano podría resultar fundamental. La reserva sobre artesanía no indica entre los procesos la “producción”. El Perú es un país con un comprobado desarrollo del sector artesanal y gran potencial como sector económico y de exportación. De ahí que el Estado se haya propuesto objetivos y metas orientadas a potenciar el sector, a través de esfuerzos que vienen realizando la Dirección Nacional de Artesanía del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y la Comisión para la Promoción de Exportaciones, entre otras entidades.

Esta ausencia llama la atención, más todavía si consideramos que el carácter de los bienes considerados como artesanía o arte popular no radica exclusivamente en la utilización de elementos y signos representativos de una cultura, sino que son el resultado de un proceso más complejo en el cual

13 Ver cuadros: Anexo N° 1 Medidas Disconformes Vigentes y Anexo N° 2 Medidas Disconformes Futuras.

14 Ley N° 28131: Ley del Artista, Intérprete y Ejecutante, artículos 23, 25, 26 y 27.2.

un individuo, un grupo o una unidad familiar generan estos bienes sobre la base de la tradición transmitida de generación en generación. Así, la artesanía, además de implicar procesos productivos y tecnológicos asociados a un medio ambiente y desarrollo histórico específico, expresan valores culturales de un contexto social determinado, por lo cual resulta imposible disociar el bien final de quien lo produce.

Probablemente los resultados de la negociación no han satisfecho las expectativas del sector cultural, que como fue indicado, inicialmente solicitó una excepción cultural. Sin embargo, es fundamental resaltar que asumir una posición defensiva no necesariamente implica la mejor política de protección y promoción. En ese sentido, al igual que otros sectores, la cultura requiere la urgente formulación y ejecución de una agenda interna que establezca las responsabilidades de los agentes culturales, artistas, el gobierno central, los gobiernos regionales y locales, los legisladores, los medios de comunicación, la empresa privada y la sociedad civil en pleno en el desarrollo cultural del país.

Una agenda interna que promueva la elaboración de políticas culturales, que defina el papel del Estado y los procesos de descentralización de la cultura, que estimule la inversión de empresas, personas naturales o fundaciones en la cultura, los mecanismos para mejoramiento de la calidad cultural, los procesos de formación cultural y artística, la promoción de la equidad cultural y fomente la inserción de los bienes y servicios culturales nacionales en el mercado internacional.

Bajo esa tónica, la mejor política defensiva de la cultura no necesariamente es la que pone restricciones al ingreso de los bienes y mensajes foráneos, sino la que fomenta la producción interna y ayuda a difundirla y entretenerla con la vida social. La que no sólo considera como industrias culturales a las grandes empresas editoriales, musicales y televisivas; sino que toma en cuenta la creación cultural que el mercado no reconoce, la que tiene que ver, por ejemplo, con proyectos de edición y comunicación audiovisual de alcance más corto, pero que son sumamente significativos para una localidad o región; la que abarca iniciativas de las radios y televisiones comunitarias, de las redes de lectores en internet y las revistas electrónicas, iniciativas que trabajan en la difusión y transmisión de la cultura local. Iniciativas de grupos y redes menos poderosas, pero que actualmente resultan más innovadores, creativos y dinámicos.

Proteger y defender la cultura en países como el Perú, supone impulsar el desarrollo de una competitividad dinámica de las industrias culturales, fortaleciendo a los productores nacionales y mejorando la capacidad de oferta

como base para una integración más efectiva en los mercados locales, regionales y mundiales. Eso requiere, a su vez, el fomento de la capacidad local de los creadores, artistas y empresarios que trabajan directa e indirectamente en el sector cultural, lo que va de la mano de la formación de lectores, espectadores de teatro y cine, televidentes y usuarios creativos de los recursos informáticos.

La experiencia de los países que vienen trabajando estratégicamente sus industrias culturales demuestra que esos sectores pueden impulsar actividades con gran densidad de mano de obra calificada y con un elevado valor añadido, aprovechando mercados regionales y subregionales, que registran en los últimos decenios, cambios fundamentales que los convierten en un poderoso mercado cultural.

Actualmente, la cultura nos enfrenta al reto de aprovechar al máximo su potencial para contribuir al desarrollo social y económico, al mismo tiempo que su afianzamiento económico favorezca la creatividad cultural, su apropiación social y la integración local y regional. Si los acuerdos comerciales propician la competitividad y benefician el desarrollo de las cadenas productivas de la economía, las oportunidades y desafíos que nos imponen este tipo de acuerdos no exceptúan al sector cultural.

BIBLIOGRAFÍA

BERNIER, I. (2003). "Análisis comparativo de los Tratados de Libre Comercio Chile-EE.UU. y Singapur-EE.UU., con un enfoque particular en su impacto en el sector cultural". Ministère de la Culture et des Communications du Québec. Disponible en: <http://www.mcc.gouv.qc.ca/diversite-culturelle/esp/pdf/cronica03-04.pdf#search=%22Bernier%20An%C3%A1lisis%20comparativo%20Tratados%22>.

BERNIER, I. (2004). "Los recientes tratados de libre comercio de Estados Unidos como muestra de su nueva estrategia en el sector audiovisual". Ministère de la Culture et des Communications du Québec. Disponible en: http://www.mcc.gouv.qc.ca/diversite-culturelle/esp/pdf/conf_seoul_esp_2004.pdf#search=%22Bernier%20Los%20recientes%20tratados%20de%20libre%20comercio%20de%20Estados%20Unidos%20como%20muestra%20de%20su%20nueva%20estrategia%20en%20el%20sector%20audiovisual%22.

BERNIER, I. (2004). "La diversidad cultural y la regulación del comercio internacional" Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias. Disponible en: <http://www.crim.unam.mx/Cultura/informe/informe%20mund2/divercultural.htm>.

CONVENIO ANDRÉS BELLO (2003). "Entre la realidad y los sueños: La cultura en los tratados internacionales de comercio y el ALCA". Bogotá.

REY, G. (2003). "Símbolos al Mercado. La cultura en tratados de libre comercio y el ALCA". En Entre la realidad y los sueños. Convenio Andrés Bello, Bogotá.

REY, G. (2004). "La cultura en los Tratados de Libre Comercio y el ALCA. Diez respuestas sencillas sobre diez asuntos complejos". Convenio Andrés Bello, Bogotá.

REY, G. (2004). "La huella en el arenal. La cultura en la negociación del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos". Fiedrich Ebert Stiftung en Colombia, FESCOL. Disponible en: <http://www.fescol.org.co/Doc%20PDF/TLC-Rey.pdf#search=%22Rey%20La%20huella%20en%20el%20arenal.%20La%20cultura%20en%20la%20negociaci%C3%B3n%20del%20Tratado%20de%20Libre%20Comercio%20con%20los%20Estados%20Unidos%22>.

THE SOMERSET POLICY GROUP (2001). "La cultura y las normas comerciales internacionales: Cuestiones y perspectivas". Somerset County Council. Disponible en: <http://www.somerset.gov.uk>.

UNIVERSIDAD SAN MARTÍN DE PORRES-CONVENIO ANDRÉS BELLO (2005). "Impacto económico de la cultura en el Perú". Bogotá.

UNESCO (1999). "Informe Mundial sobre Cultura 1998: Cultura, creatividad y mercados". UNESCO-ACENTO-Fundación Santa María, Madrid.

UNESCO (2001). "Informe Mundial sobre Cultura 2000-2001: Diversidad cultural, conflicto y pluralismo". UNESCO y Ediciones Mundi Prensa, Madrid.

UNESCO-UIS (2005). "International Flows of Selected Cultural Goods and Services, 1994-2003". Québec.

ZAPATA, A. (2005). "Cultura, diversidad y conocimientos ante los Tratados de Libre Comercio". Convenio Andrés Bello, Lima.

ANEXO N° 1

MEDIDAS DISCONFORMES VIGENTES
(Tratado de Libre Comercio Perú-Estados Unidos)

Sector	Obligaciones afectadas	Nivel de Gobierno	Medidas	Descripción	Texto de legislación vigente
Servicios de radiodifusión	Trato nacional (artículo 10.3) Presencia local (artículo 11.5)	Central	Ley N° 28278 – Ley de Radio y Televisión, artículo 24.	<p><i>Inversión y Comercio Transfronterizo de Servicios</i></p> <p>Sólo pueden ser titulares de autorizaciones y licencias de servicios de radiodifusión personas naturales de nacionalidad peruana o personas jurídicas constituidas y domiciliadas en el Perú.</p> <p>La participación de extranjeros en personas jurídicas titulares de autorizaciones y licencias no puede exceder del 40% del total de las participaciones o acciones del capital social, debiendo, además, ser titulares o tener participación o acciones en empresas de radiodifusión en sus países de origen.</p> <p>El extranjero, ni directamente ni a través de una empresa unipersonal, puede ser titular de autorización o licencia.</p>	<p>Artículo 24.- Participación extranjera</p> <p>Sólo pueden ser titulares de autorizaciones y licencias personas naturales de nacionalidad peruana o personas jurídicas constituidas y domiciliadas en el Perú.</p> <p>La participación de extranjeros en personas jurídicas titulares de autorizaciones y licencias no puede exceder el cuarenta por ciento (40%) del total de las participaciones o de las acciones del capital social, debiendo, además, ser titulares o tener participación o acciones en empresas de radiodifusión en sus países de origen.</p> <p>El extranjero, ni directamente ni a través de una empresa unipersonal, puede ser titular de autorización o licencia.</p>

(continúa)

MEDIDAS DISCONFORMES VIGENTES
(Tratado de Libre Comercio Perú-Estados Unidos)

(continuación)

Sector	Obligaciones afectadas	Nivel de Gobierno	Medidas	Descripción	Texto de legislación vigente
Servicios Audiovisuales	Trato nacional (artículo 11.2) Requisitos de desempeño (artículo 10.9)	Central	Ley N° 28278 - Ley de Radio y Televisión, Octava Disposición Complementaria y Final.	<i>Inversión</i> Los titulares de los servicios de radiodifusión (señal abierta) deberán establecer una producción nacional mínima del treinta por ciento (30%) de su programación, en el horario comprendido entre las 5:00 y 24:00 horas, en promedio semanal.	Octava.- Producción nacional mínima Los titulares de servicios de radiodifusión deberán establecer una producción nacional mínima del treinta por ciento de su programación, en el horario comprendido entre las 05:00 y 24:00 horas, en promedio semanal.
Servicios de radiodifusión	Trato nacional (artículos 10.3, 11.2) Trato de nación más favorecida (artículos 10.4, 11.3)	Central	DS N° 005-2005-MTC, Reglamento de la Ley de Radio y Televisión, artículo 20.	<i>Inversión</i> Si un extranjero es, directa o indirectamente, accionista, socio o asociado de una persona jurídica no podrá ser titular de autorizaciones para prestar el servicio de radiodifusión dentro de las localidades fronterizas al país de origen de dicho extranjero, salvo En caso de necesidad pública autorizado por el Consejo de Ministros.	Artículo 20.- Participación extranjera en zonas de frontera Las personas jurídicas con participación extranjera no pueden ser titulares de autorizaciones para prestar el servicio de radiodifusión, dentro de las localidades fronterizas al país de origen de sus accionistas, socios o asociados, o de los accionistas, socios o asociados de las personas jurídicas que las conforman, salvo en el caso de necesidad pública autorizado por decreto supremo aprobado por el Consejo de Ministros.

(continúa)

MEDIDAS DISCONFORMES VIGENTES
(Tratado de Libre Comercio Perú-Estados Unidos)

(continuación)

Sector	Obligaciones afectadas	Nivel de Gobierno	Medidas	Descripción	Texto de legislación vigente
Servicios Audiovisuales	Trato nacional (artículo 11.2) Requisitos de desempeño (artículo 10.9)	Central	Ley N° 28131 -Ley del Artista, Intérprete y Ejecutante, artículos 25 y 45.	Esta restricción no es aplicable a las personas jurídicas que cuenten con dos o más autorizaciones vigentes, siempre que se trate de la misma banda de frecuencias. <i>Inversión y Comercio Transfronterizo de Servicios</i> Las empresas de radiodifusión de señal abierta deberán destinar no menos del 10 por ciento de su programación diaria a la difusión del folclore, música nacional y series y programas producidos en Perú relacionados con la historia, literatura, cultura y realidad nacional peruana. Para mayor certeza, ninguna otra obligación del capítulo 11 salvo el artículo 11.2 impide al Perú mantener este requisito.	Esta disposición no es aplicable a las personas jurídicas que cuenten con participación extranjera que cuenten con dos o más autorizaciones vigentes, siempre que se trate de la misma banda de frecuencias. Artículo 25.- En producciones audiovisuales 25.1 Toda producción artística nacional deberá estar conformada como mínimo por un 80% de artistas nacionales. El 20% restante podrá estar integrado por extranjeros no residentes. 25.2 Los artistas nacionales deberán percibir no menos del 60% del total de la planilla de sueldos y salarios de los artistas.

(continúa)

MEDIDAS DISCONFORMES VIGENTES
(Tratado de Libre Comercio Perú-Estados Unidos)

(continuación)

Sector	Obligaciones afectadas	Nivel de Gobierno	Medidas	Descripción	Texto de legislación vigente
					<p>25.3 Los mismos porcentajes establecidos en los párrafos anteriores rigen para el trabajador técnico vinculado a la actividad artística.</p> <p>25.4 Las producciones cinematográficas se rigen por su propia legislación.</p> <p>Artículo 45.- Difusión de programación nacional Las empresas de radiodifusión de señal abierta deberán destinar no menos del 10% de su programación diaria a la difusión del folclore, música nacional y series o programas relacionados con la historia, literatura, cultura o realidad nacional peruana, realizadas con artistas contratados de acuerdo a la presente Ley.</p>

(continúa)

MEDIDAS DISCONFORMES VIGENTES
(Tratado de Libre Comercio Perú-Estados Unidos)

(continuación)

Sector	Obligaciones afectadas	Nivel de Gobierno	Medidas	Descripción	Texto de legislación vigente
<p>Servicios de investigación y desarrollo</p> <p>Servicios de investigación arqueológica</p>	<p>Trato nacional (artículo 11.2)</p>	<p>Central</p>	<p>RS N° 004-2000-ED, Reglamento de Investigaciones Arqueológicas, artículo 30.</p>	<p><i>Comercio Transfronterizo de Servicios</i></p> <p>Los proyectos de investigación arqueológica dirigidos por un arqueólogo extranjero, deberán contar en la codirección o subdirección científica del proyecto, con un arqueólogo con experiencia acreditada de nacionalidad peruana e inscrito en el Registro Nacional de Arqueólogos. El codirector o subdirector participará necesariamente en la ejecución integral del proyecto (trabajos de campo y de gabinete).</p>	<p>Artículo 30°.- Los proyectos de investigación arqueológica dirigidos por un arqueólogo extranjero, deberán contar en la codirección o subdirección científica del proyecto, con un arqueólogo con experiencia acreditada de nacionalidad peruana e inscrito en el Registro Nacional de Arqueólogos. Para este caso particular, el arqueólogo de nacionalidad peruana no podrá compartir funciones con otros proyectos y no podrán participar los miembros de la Dirección General de Patrimonio Arqueológico del Instituto Nacional de Cultura o los supervisores de la misma dependencia. El codirector o subdirector participará necesariamente en la ejecución integral del proyecto (trabajos de campo y gabinete).</p>

ANEXO N° 2
MEDIDAS DISCONFORMES FUTURAS
(Tratado de Libre Comercio Perú-Estados Unidos)

Sector	Obligaciones afectadas	Descripción
Asuntos relacionados con Comunidades Indígenas, Campesinas y Nativas, y Minorías	Trato nacional (artículo 10.3, 11.2) Trato de nación más favorecida (artículo 10.4, 11.3) Presencia local (artículo 11.5) Requisitos de desempeño (artículo 10.9) Altos Ejecutivos y Directorios (artículo 10.10)	Inversión y Comercio Transfronterizo de Servicios Perú se reserva el derecho de adoptar o mantener cualquier medida que otorgue derechos o preferencias a minorías social y económicamente en desventaja y a sus grupos étnicos. Para los propósitos de esta reserva “grupos étnicos” significa comunidades indígenas y nativas; minorías incluye comunidades campesinas.
Industrias Culturales	Trato de nación más favorecida (Art. 10.4, 11.3)	Inversión y Comercio Transfronterizo de servicios Para los efectos de esta entrada, el término “Industrias Culturales” significa: a) Publicación, distribución o venta de libros, revistas, publicaciones periódicas o diarios impresos o electrónicos, pero no incluye la actividad aislada de impresión ni de composición tipográfica de ninguna de las anteriores; b) Producción, distribución, venta o exhibición de grabaciones de películas o vídeo; c) Producción, distribución, venta o exhibición de grabaciones de música en audio o vídeo; d) Producción y presentación de artes escénicas 2. e) Producción y presentación de artes visuales; f) Producción, distribución o venta de música impresa o legible por medio de máquina;

(continúa)

MEDIDAS DISCONFORMES FUTURAS
(Tratado de Libre Comercio Perú - Estados Unidos)

Sector	Obligaciones afectadas	Descripción
		<p>g) Diseño, producción, distribución y venta de artesanía; o</p> <p>h) Las radiodifusoras destinadas al público en general, así como todas las actividades relacionadas con la radio, televisión y transmisión por cable, servicios de programación de satélites y redes de transmisión.</p> <p>Perú se reserva el derecho de adoptar o mantener cualquier medida que otorgue trato preferencial a las personas [naturales y jurídicas] de otros países conforme a cualquier tratado internacional bilateral o multilateral existente o futuro entre el Perú y cualquier otro país que contengan compromisos específicos sobre cooperación o co-producción cultural con respecto a las industrias culturales, incluyendo acuerdos de cooperación audiovisual.</p> <p>Para mayor certeza, los Artículos 10.3, 10.4 y el Capítulo 11 no aplican a los programas gubernamentales de apoyo³ para la promoción de actividades culturales.</p> <p>² Artes escénicas significa espectáculos en vivo o presentaciones tales como teatro, danza o música.</p> <p>³ Para los efectos de este anexo, “programas gubernamentales de apoyo” significa incentivos fiscales o contribuciones, donaciones, préstamos provistos por el gobierno, garantías, fideicomisos o seguros, independientemente de si una entidad privada es total o parcialmente responsable de su administración. Sin embargo, una medida no está cubierta por esta entrada en la medida que ésta sea inconsistente con los compromisos establecidos en el Artículo 22.3 (Excepciones Generales).</p>

(continúa)

MEDIDAS DISCONFORMES FUTURAS
(Tratado de Libre Comercio Perú - Estados Unidos)

(continuación)

Sector	Obligaciones afectadas	Descripción
Artesanía	Trato nacional (artículo 11.2) Requisitos de desempeño (artículo 10.9)	<p><i>Inversión y Comercio Transfronterizo de Servicios</i></p> <p>Perú se reserva el derecho de adoptar o mantener cualquier medida con respecto al diseño, distribución, venta al por menor o exhibición de artesanías que sean identificadas como artesanías peruanas.</p> <p>Los requisitos de desempeño deberán ser en todos los casos consistentes con el Acuerdo sobre Medidas en materia de inversión relacionadas con el Comercio (TRIMS) de la OMC.</p>
Industria Audiovisual	Trato nacional (artículo 11.2) Requisitos de desempeño (artículo 10.9)	<p><i>Inversión y Comercio Transfronterizo de Servicios</i></p> <p>Perú se reserva el derecho de adoptar o mantener cualquier medida que establezca un porcentaje específico (hasta el 20 por ciento) del total de las obras cinematográficas exhibidas anualmente en cines o salas de exhibición en Perú para las obras peruanas. Entre los criterios que considerará el Perú para el establecimiento de tal porcentaje se incluyen: la producción cinematográfica nacional, la infraestructura de exhibición existente en el país y la asistencia de público.</p> <p>Para mayor certeza, esta reserva no aplica a publicidad.</p>
Diseño de Joyería Artes Escénicas Artes Visuales Música Industria Editorial	Trato nacional (artículo 11.2) Requisitos de desempeño (artículo 10.9)	<p><i>Inversión y Comercio Transfronterizo de Servicios</i></p> <p>Perú se reserva el derecho de adoptar o mantener cualquier medida condicionando la recepción o continuidad de la recepción de apoyo del gobierno⁴ para el desarrollo y producción de diseño de joyería, artes escénicas, artes visuales, música e industria editorial, al logro de un determinado nivel o porcentaje de contenido creativo doméstico.</p> <p>Para mayor certeza, esta reserva no aplica a publicidad.</p>

(continúa)

MEDIDAS DISCONFORMES FUTURAS
 (Tratado de Libre Comercio Perú - Estados Unidos)

(continuación)

Sector	Obligaciones afectadas	Descripción
Industria Audiovisual Industria Editorial Música	Trato Nacional (artículos 10.3, 11.2) Trato de nación más favorecida (artículos 10.4, 11.3)	<p>⁴ Para los efectos de este anexo, "apoyo del gobierno" significa incentivos fiscales o contribuciones, donaciones, préstamos provistos por el gobierno, garantías, fideicomisos o seguros, independientemente de si una entidad privada es total o parcialmente responsable de su administración. Sin embargo, una medida no está cubierta por esta entrada en la medida que ésta sea inconsistente con los compromisos establecidos en el Artículo 22.3 (Excepciones Generales).</p> <p><i>Inversión y Comercio Transfronterizo de Servicios</i> Perú puede adoptar o mantener cualquier medida que otorgue a una persona natural o jurídica de otra Parte el mismo trato otorgado a una persona natural o jurídica peruana en el sector audiovisual, editorial y música por esa otra Parte.</p>