

El TTIP y la cultura: algunas notas provisionales

Ángel Badillo

Documento de Trabajo 7/2014 | 4 de agosto de 2014

El TTIP y la cultura: algunas notas provisionales

Ángel Badillo | Investigador principal de Lengua y Cultura, Real Instituto Elcano.

Introducción

Cuando acaba de concluir la sexta ronda de negociación del *Transatlantic Trade and Investment Partnership* (TTIP) entre la UE y EEUU, es un buen momento para recordar que el sector audiovisual no forma parte –al menos por el momento– de los campos en los que se está negociando el acuerdo entre EEUU y la UE. Durante el inicio de las discusiones sobre el mandato que se daría a los negociadores europeos del acuerdo no existía consenso en torno a si la cultura debía estar o no sobre la mesa. Algunos medios de comunicación afirmaron entonces que Alemania y el Reino Unido no querían que ningún tema fuese excluido de la negociación, para evitar que EEUU pudiera tomar la misma postura en ciertos sectores clave (Politi, 2013; Spiegel, 2013).

Tabla 1. Calendario de las negociaciones del TTIP

Fase	Fechas	Lugar
Cumbre UE-EEUU: se crea el grupo de Alto Nivel sobre Empleo y Crecimiento	28/XI/2011	Washington D.C.
Informe final del grupo de Alto Nivel sobre Empleo y Crecimiento: recomendación de un tratado bilateral	11/II/2013	–
Declaración de Barroso, Van Rompuy y Obama: inicio de negociaciones	13/II/2013	Bruselas/Washington DC
La CE aprueba el mandato para el TTIP	12/III/2013	Bruselas
El Consejo Europeo aprueba el inicio de negociaciones	14/VI/2013	–
Primera ronda de negociación	7-12 /VII/2013	Washington DC
Segunda ronda de negociación	11-15/XI/2013	Bruselas
Tercera ronda de negociación	13-21/XII/2013	Washington DC
Cuarta ronda de negociación	10-14/III/2014	Bruselas
Quinta ronda de negociación	19-23/V/2014	Arlington (VA, EEUU)
Sexta ronda de negociación	13-18/VII/2014	Bruselas

Fuente: elaboración propia.

Después de que en marzo de 2013 el comisario europeo de Comercio Karel de Gucht expresara públicamente su postura a favor de que “todas las áreas relevantes” fueran objeto de debate, se produjo un movimiento para que la cultura no quedase incluida dentro de las negociaciones: un manifiesto con el título “La excepción cultural no es negociable”¹ recibió varios miles de adhesiones de

¹ Puede consultarse en <https://www.lapetition.be/en-ligne/The-cultural-exception-is-non-negotiable-12826.html>.

personalidades extraordinariamente relevantes del campo cultural de Europa y del resto del mundo. Tanto la comisaria de Cultura, Andreia Vassiolou, como el Parlamento Europeo –en su pleno del 23 de mayo de 2013– reafirmaron entonces la posición de excluir específicamente al audiovisual de las negociaciones, como remarcó el presidente de la Eurocámara, Martin Schultz, el 13 de junio de 2013: “*The European Parliament is clear that cultural and audiovisual services, including those provided online, should be excluded and this should be clearly stated in the negotiating mandate*” (EU Parliament, 2013). Al límite de la fijación de la agenda, las posturas se enconaron: José Manuel Durão Barroso calificaba de “reaccionarios” a los partidarios de la excepción cultural (Erlanger, 2013); David Cameron fijaba su postura de que “ningún tema quedara fuera del acuerdo” y 14 ministros de Cultura europeos firmaban una carta abierta,² impulsada por la ministra francesa de Cultura Aurélie Filippetti, apoyando la excepción cultural para mantener al audiovisual fuera del TTIP. La firmeza de la posición francesa –que incluso amenazó con vetar el acuerdo– consiguió finalmente mantener a los servicios audiovisuales fuera de las negociaciones tras la reunión de los ministros europeos de Comercio el 14 de junio de 2013.

¿Por qué en los últimos meses se han utilizado en ocasiones indistintamente los términos “cultural” y “audiovisual”? Probablemente en un intento de trasladar la protección al audiovisual en el mandato a otros campos culturales. Sin embargo, el mandato del Consejo Europeo a los negociadores tan sólo excluye al sector audiovisual, al menos hasta donde se ha hecho público. No hay que olvidar que el texto efectivo del mandato de la UE a los negociadores del TTIP no ha sido hasta el momento publicado oficialmente. En la filtración que ha aparecido en Internet se dice expresamente que es el audiovisual el que queda fuera de las negociaciones³ –en concreto en el apartado 21–. Quizá por ello, un reciente documento de la Comisión Europea recuerda que pese a que el audiovisual haya tenido un tratamiento especial en los acuerdos de comercio suscritos por la UE, “*this treatment does not necessarily extend, however, to other sectors that might be considered as relating to culture*” (Comisión Europea, 2014).

Pero, ¿por qué la batalla se concentra en el audiovisual y no en otros campos? Una primera –y evidente– razón tiene que ver con la diferencia del volumen de consumo de televisión abierta, canales de pago, vídeo bajo demanda o cine respecto a otras formas de consumo cultural. Pese a la talla internacional del mercado del libro, por ejemplo, las exportaciones editoriales de EEUU apenas alcanzan los 2.000 millones

² Firmaron la carta los ministros de Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Chipre, Eslovaquia, Eslovenia, España, Francia, Hungría, Italia, Polonia, Portugal y Rumania; el Reino Unido, Dinamarca, los Países Bajos y Suecia expresaron su preocupación porque la posición europea pudiera bloquear las negociaciones. Una copia de la carta puede consultarse en http://www.coalitionsuisse.ch/doss/conv2005/fta/ttip/lettre_signee_2013-05-13.pdf.

³ La versión filtrada del mandato dice literalmente, en el apartado 21: “*Audiovisual services will not be covered by this chapter*”. El documento de mandato a los negociadores –advirtiendo siempre que se trata de la filtración de un supuesto documento oficial– puede consultarse en inglés en <http://www.fes.de/forumpug/inhalt/documents/EU-TTIP-Amended.pdf>. Una primera filtración, en alemán, fue publicada en <http://www.ttip-leak.eu/>.

de dólares –con el Reino Unido, Alemania, Australia, Corea del Sur, Filipinas y Singapur como principales mercados–,⁴ una cifra cercana a sus importaciones. Frente a ello, sólo la industria británica de edición exportó en 2012 por valor de 1.211 millones de libras,⁵ y los datos de Eurostat muestran unas cifras totales de exportación editorial europea en el entorno de los 2.000 millones de euros. Cuando comparamos esas cifras con el audiovisual, comprendemos las dimensiones que tiene la industria cultural de la imagen en movimiento: las exportaciones estadounidenses de audiovisual son casi 20 veces las de su industria editorial; como mostraremos enseguida, las exportaciones mundiales de audiovisual de EEUU producen anualmente un beneficio a su balanza comercial de más de 13.000 millones de dólares. No es por tanto extraño que sea uno de los sectores en los que se centra toda la presión negociadora.

Una breve historia de la cultura en los acuerdos globales de comercio

Ninguno de los acuerdos de libre comercio firmados por la UE con otros países o áreas de comercio incluye la libre circulación de contenidos audiovisuales. La UE mantiene así una posición de máxima protección de la industria audiovisual europea y al tiempo articula el compromiso de la UE en la Promoción y Protección de la Diversidad Cultural, acordada por UNESCO en su Convención de 2005 –la única excepción, hasta el momento, han sido los Protocolos de Cooperación Cultural que se suscribieron como parte de los acuerdos con los países del Cariforum (2008) y Corea del Sur (2011), que han permitido la circulación excepcional de ciertos productos audiovisuales–. El eje de este tratamiento especial es el concepto de “excepción cultural” que emergió en las discusiones de los acuerdos internacionales de comercio de la Ronda Uruguay del GATT (1986-1993) como el modo en el que Francia proponía proteger la industria cultural europea del gigante estadounidense (Regourd, 2004) –a imagen de lo que Canadá hizo con la suya en el acuerdo de libre comercio norteamericano NAFTA/TLC,⁶ la llamada “exención cultural”– por lo que de alguna manera la “excepcionalidad cultural” se convirtió en “un grito de combate frente a la americanización de la cultura” (Prieto de Pedro, 2005, p. 22) y el centro del enfrentamiento entre los “excepcionistas” y los “hiperliberales” (Frau-Meigs, 2002), una batalla de la “excepción cultural frente al pensamiento único” (Collard, 2010).

En todo caso, el concepto de “excepcionalidad cultural” (*l'exception culturelle*) procede de las políticas públicas francesas, primero para definir lo específico de la identidad de Francia en muchos campos políticos y sociales (véase, por ejemplo,

⁴ Véase la nota de prensa de la Association of American Publishers en <http://www.publishers.org/press/111/>. Los datos sobre mercado editorial varían de manera significativa en sus cifras, según se consulten los datos de UNComtrade, los del Departamento de Comercio de EEUU o los de las asociaciones de editores.

⁵ Véase el resumen del mercado británico publicado por la Publishers Association en http://www.publishers.org.uk/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=905&Itemid=.

⁶ Véase el Anexo 2106 del TLC, que deja la excepción cultural sólo para las relaciones entre Canadá y Estados Unidos, excluyendo de ella a México. Canadá ha fijado también cláusulas de exención cultural en sus acuerdos de comercio con Israel, Chile o Costa Rica.

Chafer y Godin, 2010; Regourd, 2004), y enseguida para servir como herramienta de defensa de la política cultural frente a las presiones de las grandes industrias transnacionales de la cultura –incluidas las europeas– durante la Ronda Uruguay del GATT; en palabras de la ministra francesa de Cultura Catherine Trautmann en 1999, “para nosotros... el audiovisual ni está ni estará dentro de los sectores relevantes bajo la jurisdicción de la OMC, porque no hemos hecho ofertas de liberalización. La OMC es una organización de geometría variable: no vincula uniformemente a todos los estados con los mismos compromisos. En el estado actual de cosas, la OMC no puede hacer nada contra nuestras políticas culturales y audiovisuales, porque no puede regular las restricciones al libre intercambio sino es a partir de los compromisos adquiridos por cada país” (Trautmann, 1999).

EEUU había tratado de que se liberalizara el comercio de productos culturales –y particularmente los audiovisuales– desde las primeras negociaciones del *General Agreement on Tariffs and Trade* (GATT) en 1947, como una de las posibles contraprestaciones europeas al *Plan Marshall*, aunque la presión de Francia consiguió entonces excluir al cine del Artículo III del acuerdo. Cuando EEUU pidió en los 60 que la televisión no tuviera ese mismo tratamiento, volvió a encontrarse con la oposición europea: en este caso por no considerar al audiovisual como un producto (puede revisarse el proceso en detalle en Pauwels y Loisen, 2003) sino como un servicio, siguiendo la jurisprudencia Sacchi de la Corte de Justicia de las Comunidades Europeas⁷ (Regourd, 2004). La ronda del GATT celebrada en Punta del Este (Uruguay) concluyó en abril de 1994 abriendo por primera vez la puerta a una negociación multilateral del comercio internacional de los servicios con la creación del *General Agreement on Trade in Services* (GATS). En Europa, el cine, la radio y la televisión disfrutaban de subvenciones públicas, cuotas obligatorias de contenido europeo en las salas o en las emisoras de televisión y radio, créditos blandos y, en general, medidas que para la industria transnacional estadounidense distorsionaban el mercado mundial de la cultura. Mientras EEUU consideraba esas medidas “barreras de entrada” al mercado cultural europeo y junto a Japón proponían que desaparecieran, los países de la Unión habían construido una malla de políticas públicas culturales destinada a proteger a su industria de la competencia transnacional.

La confrontación de ambas posturas ha hecho que “a lo largo de la historia del GATS, los servicios audiovisuales hayan sido probablemente el sector más sensible y complejo para los negociadores” (Messerlin, Siwek, y Cocq, 2004, p. 5). La posición europea basculaba entre la “especificidad” del audiovisual –incluirlo en los acuerdos, pero dotándolo de una normativa especial reconociendo el valor especial de la cultura, la posición defendida en inicio por la Comisión Europea– y la “excepción” –excluir explícitamente al audiovisual del GATS, la posición franco-

⁷ Caso 155/73 de la Corte de Justicia, 30 de abril de 1974. Puede consultarse el texto íntegro en <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:61973CJ0155>

canadiense—. Aquella batalla terminó con el audiovisual formando parte del GATS,⁸ pero mientras EEUU fijó un extenso número de compromisos de apertura de su mercado a sus socios comerciales⁹ (Messerlin *et al.*, 2004, p. 16-17), la UE decidió no asumir ninguno y mantener así la protección sobre su mercado audiovisual —el GATS funciona como un acuerdo “de abajo a arriba”, es decir, que cada país liberaliza el comercio si ha aceptado compromisos sobre cada sector concreto—. ¹⁰

Progresivamente, el concepto de “excepción cultural” fue diluyéndose —de hecho, nunca llegó a articularse jurídicamente— en favor del de “protección de la diversidad cultural” (Bonet, 2004), percibido como menos vinculado a los intereses de Francia (Fabre, 2013). Como consecuencia de ese viraje, en 2005 nace en el seno de UNESCO la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales. El objetivo era el mismo: evitar la mercantilización absoluta del sector cultural, pero “de una excepción cultural defensiva, se pasó a una diversidad cultural constructiva y positiva” (Petit, 2012, p. 216; 2012b, p. 30-34). Al mismo tiempo, estaba cambiando también un importante elemento en el contexto: el interés de muchos países en vías de desarrollo por exportar su producción audiovisual —Brasil en particular (Roy, 2005)—, lo que explica que en 2008 la mitad de los miembros de la OMC tuvieran acuerdos comerciales con EEUU en materia de servicios culturales (Panizzon, Pohl, y Sauvé, 2008, p. 94) y lo que de alguna manera ha hecho que la discusión sobre el comercio internacional de cultura deje de ser exclusivamente un “diálogo de lo tomas o lo dejas” entre la UE y EEUU (Roy, 2005, p. 923).

La negociación del TTIP —o, mejor dicho, que la cultura no forme parte de los asuntos de la agenda negociadora— refuerza la polarización de los dos actores en el comercio cultural. La UE ha promovido, durante estos años, que los países del este de Europa que se incorporaban a la OMC lo hicieran manteniendo excepciones en el campo de la cultura, como un modo de garantizar que ese ámbito no constituiría un obstáculo en caso de una posible adhesión futura a la UE (Roy, 2005); por su lado, EEUU ha conseguido incluir el audiovisual en sus acuerdos bilaterales¹¹ con Centro América y Dominicana (CAFTA-DR), NAFTA (con la excepción canadiense),

⁸ En la lista de servicios de la OMC/WTO, el audiovisual forma parte del grupo 2 “*Communication Services*”, junto a los servicios de correos, postales y de telecomunicaciones. Se consideran parte del audiovisual los “Servicios de producción y distribución de películas cinematográficas y cintas de vídeo”, los “Servicios de proyección de películas cinematográficas”, los “Servicios de radio y televisión”, los “Servicios de transmisión de sonidos e imágenes” y los de “Grabación Sonora”. La clasificación completa en español puede contrastarse en el portal de la OMC/WTO, http://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/mtn_gns_w_120_s.doc.

⁹ El listado de compromisos de EEUU en este campo puede revisarse, permanentemente actualizado, en <http://i-tip.wto.org>.

¹⁰ Hasta 2014 han ofrecido compromisos en materia de servicios audiovisuales en el marco del GATS 34 países: Arabia Saudí, Armenia, Cabo Verde, China, Corea del Sur, El Salvador, EEUU, Gambia, Georgia, Hong Kong (China), la India, Israel, Japón, Jordania, Kenia, Kirguizistán, Lesoto, Malasia, México, Nueva Zelanda, Nicaragua, Omán, Panamá, República Centroafricana, República Dominicana, Rusia, Samoa, Singapur, Tailandia, Taiwán, Tayikistán, Tonga, Vanuatu y Vietnam. El listado actualizado puede revisarse en <http://i-tip.wto.org>.

¹¹ Pueden consultarse en la base de datos de la OMC sobre *Regional Trade Agreements*: <http://i-tip.wto.org>.

Corea del Sur, Australia, Bahréin, Chile, Colombia, Jordania, Marruecos, Omán, Panamá, Perú y Singapur.

Lucha de gigantes: las balanzas culturales UE-EEUU

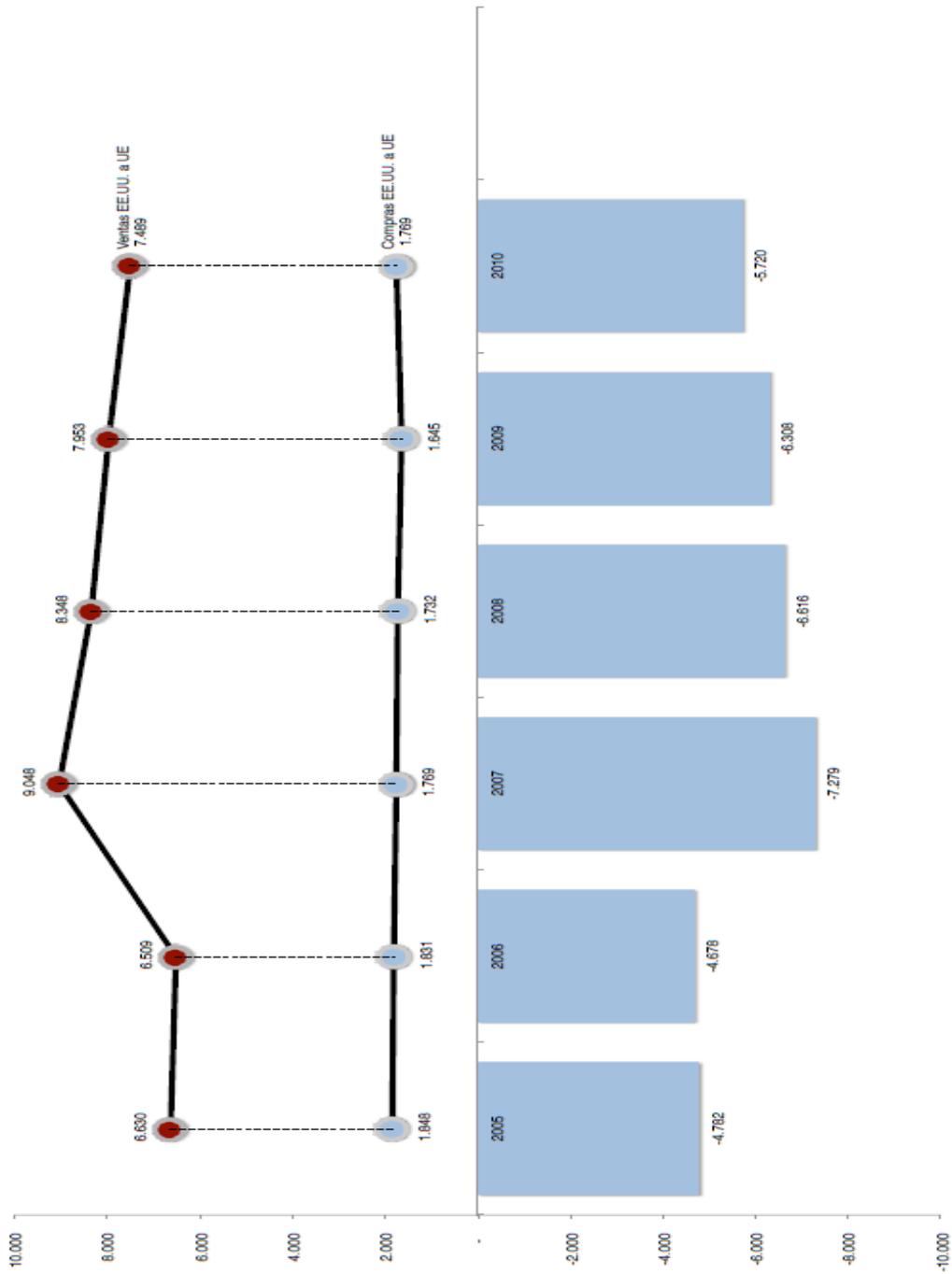
Con la negociación del TTIP, el temor a una descomposición de las políticas culturales europeas –ya orientadas hacia el neoliberalismo desde la Comisión en las últimas dos décadas–, ha hecho resurgir el concepto de la “excepción cultural” (Fabre, 2013), sobre todo –como se comentó más arriba– durante el debate en torno a la fijación de la agenda negociadora del tratado durante la primavera de 2013.

Hablamos de dos gigantes de la economía de la cultura¹² y del comercio internacional de sus contenidos y servicios. Pero las cifras de la relación mutua aparecen desequilibradas hacia la poderosa industria estadounidense: frente a los 13.800 millones de dólares ingresados por la industria de EEUU, la UE muestra una situación bien diferente: aunque su volumen de exportaciones ronda los 10.000 millones de dólares anuales, la mayor parte son flujos comerciales intracomunitarios (el 58% de la facturación exterior de los países por este concepto durante el período 2006-2010 corresponde a ventas a otros países de la UE). La exportación extracomunitaria es aún una asignatura pendiente de la industria europea. Pero, ¿cómo está la balanza EEUU-UE en este campo? El análisis de los datos es aplastante: en los últimos años, el 60% de las exportaciones audiovisuales de la industria estadounidense tiene como destino la UE, con un valor de más de 7,6 miles de millones de dólares anuales; por el contrario, la UE apenas consigue exportar 1,7 miles de millones de dólares anuales en audiovisual a EEUU.

Tabla 2. Balanza audiovisual EEUU-UE (2006-2011)

		2006	2007	2008	2009	2010	2011	Media	% 06-11
EEUU	Exportaciones totales	10.379	11.078	15.043	13.598	13.809	–	12.906	30
	Exportaciones a UE	6.630	6.509	9.048	8.348	7.953	–	7.663	13
	Exportaciones EEUU>UE (%)	63,9	58,8	60,1	61,4	57,6	–	60	-13
UE	Exportaciones totales	9.223	8.887	9.962	9.894	8.780	12.749	10.100	38
	Exportaciones totales (extra UE)	4.272	3.816	4.063	3.907	3.792	5.161	4.259	21
	Exportaciones a EEUU	1.848	1.831	1.769	1.732	1.645	1.924	1.788	4
	Exportaciones UE>EEUU (%)	43,3	48,0	43,5	44,3	43,4	37	42	-14
EEUU	Importaciones totales	924	3.284	1.440	1.878	1.938	1.765	1.842	80
UE	Importaciones totales	12.675	11.974	13.893	14.694	14.449	13.356	13.619	13
	Importaciones totales (extra UE)	6.120	5.777	6.315	6.516	5.809	5.699	6.011	-5

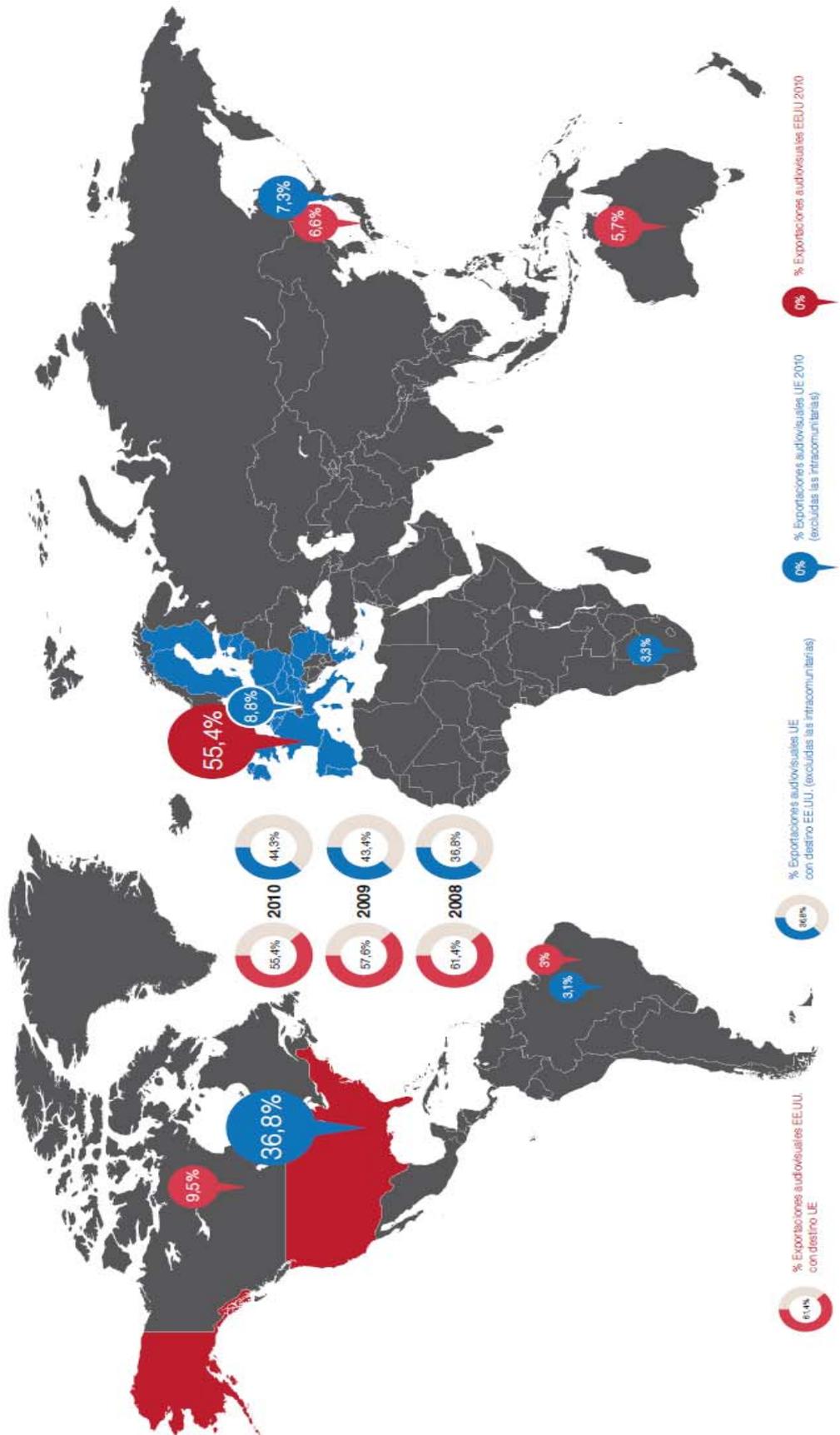
¹² El sector cultural supone un 3,2% del PIB estadounidense –500.000 millones de dólares en 2013, según los datos de BEA– y el 3,3% del PIB de la UE.



En el gráfico superior, importaciones y exportaciones audiovisuales EEUU-UE, en millones de dólares.

Fuente: OMC/WTO. A partir de 2010, un cambio en el modo en el que BEA estima las exportaciones audiovisuales estadounidenses hace que ya no aparezcan en la categoría correspondiente en la estadística publicada por la OMC.

Gráfico 1. Exportaciones audiovisuales de la UE y EEUU (2010)

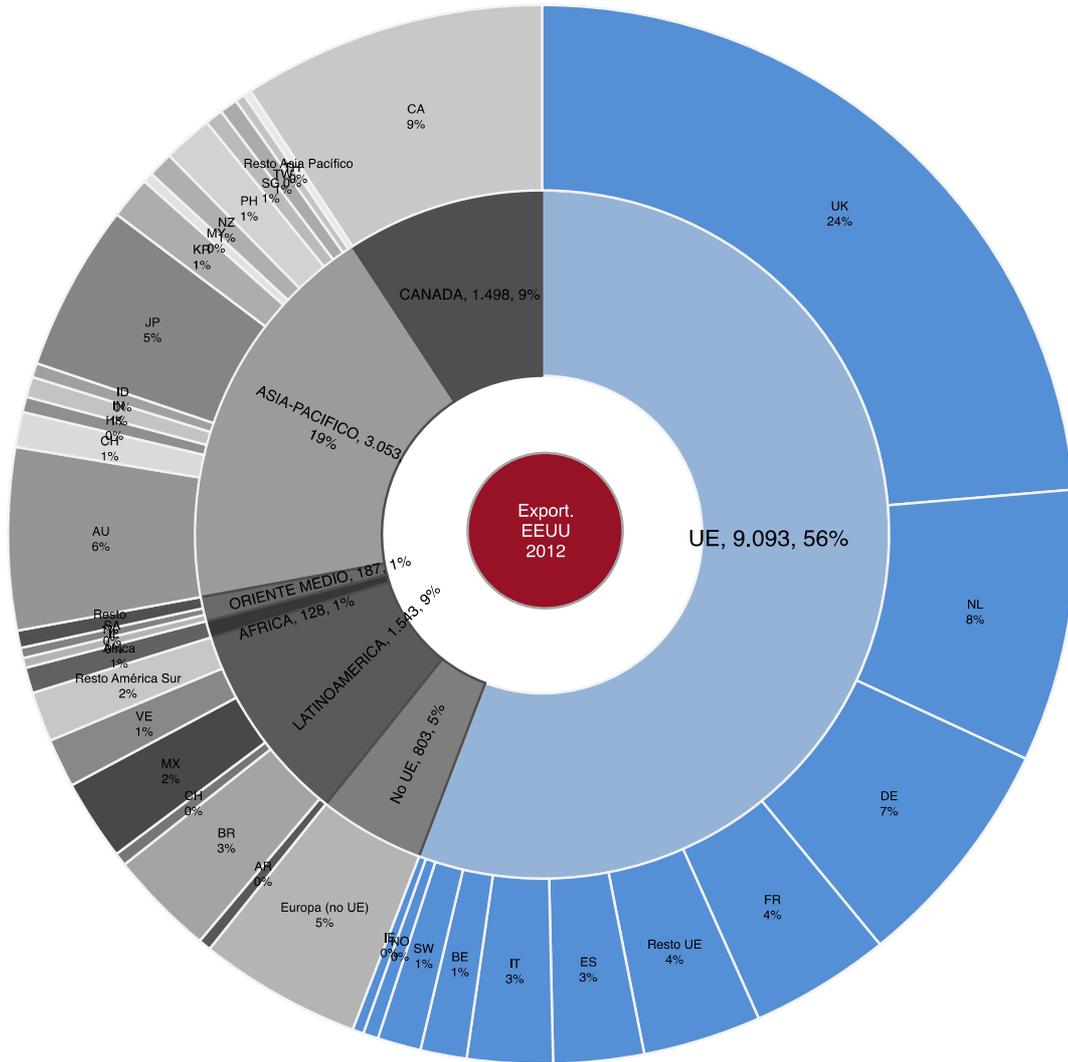


Fuente: elaboración propia sobre datos de OMC (2012).

Pese a todos los mecanismos de protección de su industria cultural con que se ha dotado la Unión, la balanza audiovisual europea con EEUU sigue siendo fuertemente deficitaria: por cada dólar que la UE exporta a EEUU en contenido audiovisual, la industria estadounidense le vende cuatro. Las grandes industrias culturales norteamericanas han creado filiales europeas y han extendido su presencia desde el cine al audiovisual de pago, incluso con las barreras impuestas para proteger al sector audiovisual europeo. Y hay aún una importante parte de mercado que interesa a la industria estadounidense: los 5.000 millones de dólares anuales que la industria europea intercambia en el mercado interno, fundamentalmente para cumplir con la obligación de cuota de pantalla en los cines y en la emisión de televisión. En el caso de que esas medidas desaparecieran como cesión en un acuerdo de comercio con EEUU, una parte de ese mercado de circulación interna entre los países podría acabar en el sector exportador norteamericano, seguramente con el beneplácito de las empresas exhibidoras y televisivas. Por su lado, no parece que Europa haya sabido abrirse paso en el duro mercado del audiovisual estadounidense, ni en el cine ni en la televisión. De hecho, el liderazgo en la compra de contenidos audiovisuales por empresas de EEUU es hoy de América Latina –véase el

Gráfico 3–, cuyas mayores corporaciones (*Globo* de Brasil, *Televisa* y *Azteca* de México, *Telefé* y *Clarín* de Argentina y *Venevisión* de Venezuela) consiguen las tres cuartas partes de las importaciones totales del contenidos audiovisuales estadounidenses, sobre todo gracias a las telenovelas destinadas a las redes de televisión hispanas generalistas y de cable (NexTV Latam, 2014; Piñón, 2014; USITC, 2014).

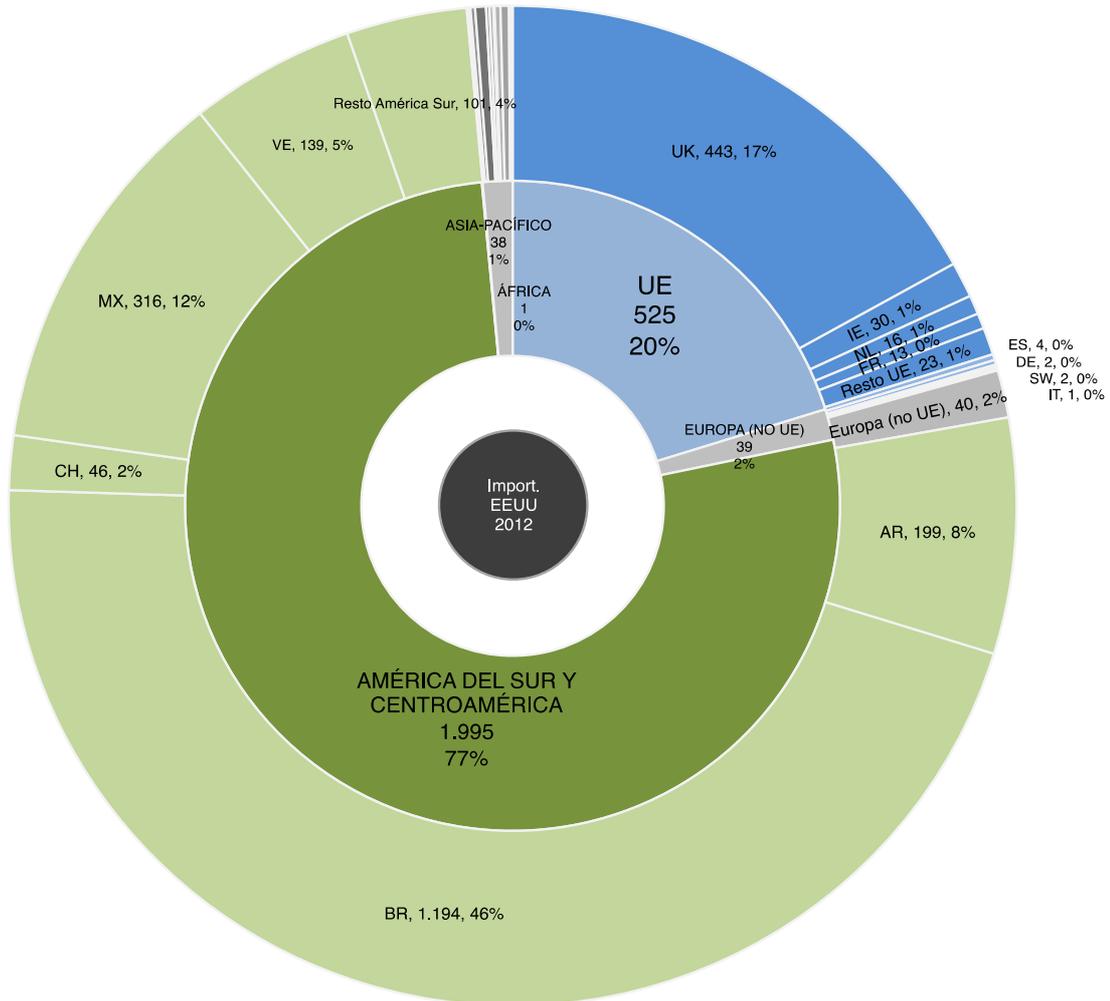
Gráfico 2. Exportaciones audiovisuales de EEUU en 2012, por áreas y países de destino



Destino de las exportaciones audiovisuales de EEUU en millones de dólares y porcentaje para el año 2012.

Fuente: elaboración propia sobre datos de BEA (2014).

Gráfico 3. Importaciones audiovisuales de EEUU en 2012, por áreas y países de origen

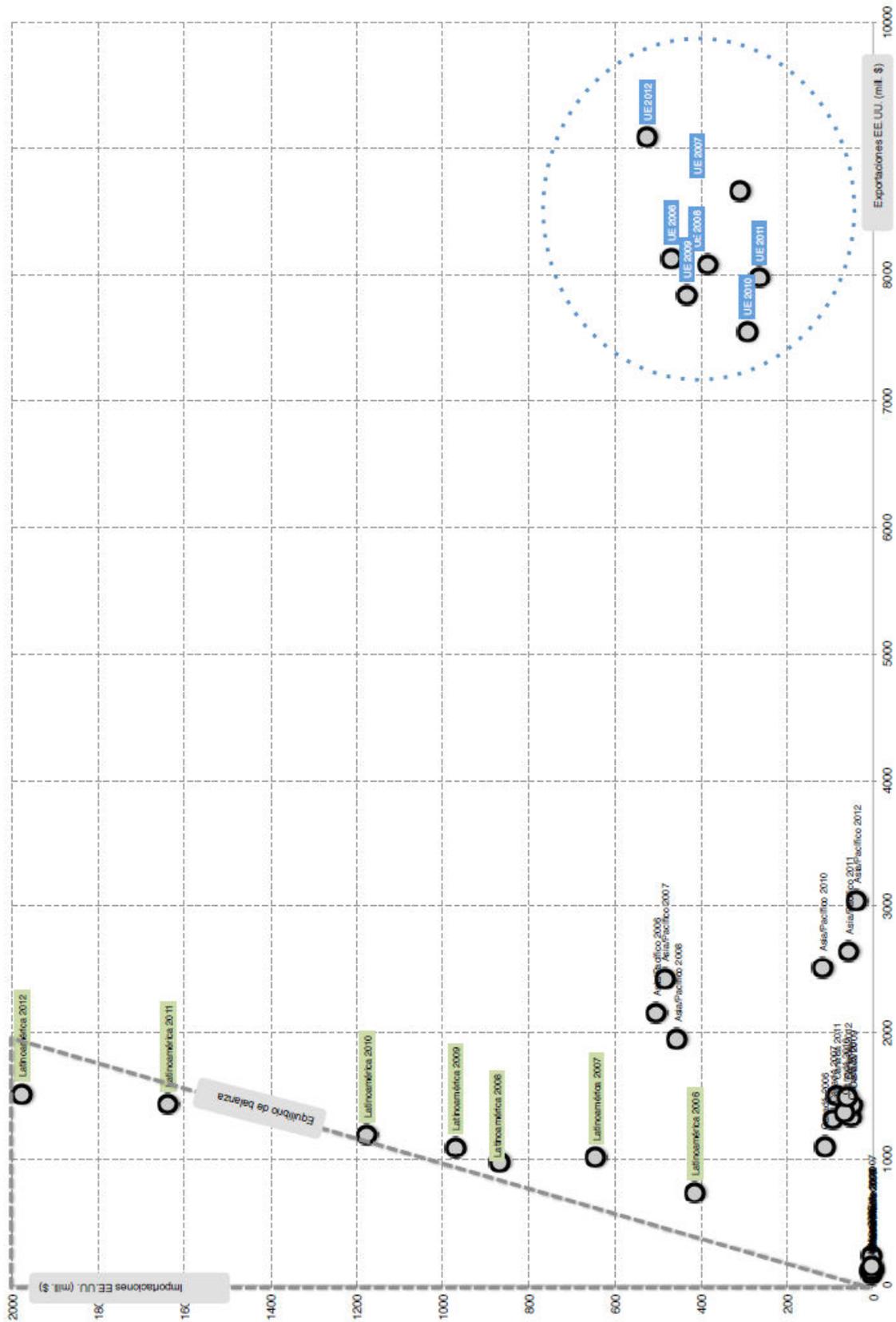


Origen de las importaciones audiovisuales de los EEUU en millones de dólares y porcentaje para el año 2012. En verde, el área latinoamericana.

Fuente: elaboración propia sobre datos de BEA (2014).

Para mostrar de un modo más claro la situación de la balanza audiovisual EEUU-UE, hemos tomado los datos oficiales sobre importaciones y exportaciones audiovisuales del *Bureau of Economic Analysis* de EEUU –cuyas cifras no coinciden exactamente con las publicadas por la OMC–. El **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.** muestra una zona –punteada en gris– para los países o áreas cuyas exportaciones audiovisuales a EEUU superan a las importaciones –la zona en la que ha conseguido ubicarse América Latina–, y muestra claramente el formidable desequilibrio que existe entre las importaciones y las exportaciones audiovisuales de la UE hacia el mercado estadounidense (los casos del *cluster* europeo se han marcado en color azul).

Gráfico 4. Balanza audiovisual de EEUU con varias regiones del mundo (2006-2012)



El eje horizontal de la dispersión muestra las exportaciones de EEUU en millones de dólares; el vertical muestra las importaciones; el rectángulo refleja la situación de balanza positiva del país respecto a EEUU.

Fuente: elaboración propia sobre datos del Bureau of Economic Analysis (USITC, 2014 y anteriores).

Los mercados culturales en el TTIP: les jeux sont faits?

En el caso de que los servicios audiovisuales llegaran a la mesa del TTIP, ¿sería esta una oportunidad para que la industria europea consiguiera explotar mejor el mercado cultural estadounidense? No parece sencillo. De hecho, el *Centre National de la Cinématographie* francés apuntaba hace unos meses un extenso listado de razones por las que el audiovisual europeo no termina de conseguir mercado en EEUU: el sistema de clasificación por edades, los problemas de distribución de contenidos doblados, la escasez de salas especializadas en cine no comercial o la fuerte capacidad inversora de las cadenas de televisión estadounidenses frente a las europeas (CNC, 2013). ¿Y para la entrada de más audiovisual estadounidense en el mercado europeo? ¿Podría la inclusión del audiovisual –en el caso hipotético de una revisión del mandato negociador– en el TTIP empeorar la situación? Indudablemente. En particular si se pusieran en peligro las cuotas de exhibición cinematográfica o de emisión televisiva de contenidos europeos –lo que desencadenaría una verdadera batalla en la opinión pública europea, a la luz de los acontecimientos del último año–. Esta es la principal preocupación del sector audiovisual europeo: que la inclusión de la cultura en el TTIP pueda hacer peligrar el sistema de políticas culturales que viene garantizando la existencia de una industria cultural europea, diversa y (aceptablemente) autónoma de las presiones de las transnacionales de la cultura. Pero que el audiovisual termine en la mesa del TTIP no parece, a día de hoy, previsible. Pese a ello, es sabido que *Google*, *Apple*, *Amazon* y *Netflix* presionan para que los servicios audiovisuales *online* tengan un trato arancelario distinto del de los servicios *offline* –lo que de hecho contradiría la posición tradicional de la UE en política cultural, donde se regula el servicio sin tener en cuenta la tecnología que se utilice para prestarlo, la llamada “neutralidad tecnológica”–.

¿Y qué ocurre con otros mercados culturales? A la luz del texto del mandato, nada está excluido. De hecho, la publicación del documento *TTIP and Culture* por parte de la Comisión –y, en concreto, por la oficina del comisario de Comercio– podría interpretarse como un cierto aviso, destinado a recordar que el compromiso de los negociadores es sólo con el audiovisual, y con ningún otro ámbito más, de todos los que de manera difusa pudieran considerarse como culturales: “*as a matter of fact, as far as trade is concerned, there is no commonly agreed definition of what counts as ‘culture’*” (Comisión Europea, 2014). ¿Podría entonces afectar el TTIP a las ayudas con las que los países miembros protegen a sus industrias culturales? Para la Comisión no, siempre que sean sistemas de ayudas –fiscales, préstamos, subvenciones– que cumplan los principios de las ayudas estatales en la UE: “*Since subsidies to culture are systematically excluded from trade agreements, nation al authorities remain free to discriminate between domestic and foreign organisations when giving financial support to cultural activities*” (Comisión Europea, 2014).

La falta de transparencia en la negociación del acuerdo –que puede comprenderse como necesaria en esta fase, o como un modo de evitar la discusión pública de los asuntos sobre la mesa– no permite saber si la publicación del documento de la Comisión responde o no a la inminente aparición de industrias culturales como parte de los compromisos del TTIP. La UE viene, desde hace años, apoyándose en las industrias culturales y creativas como estrategia para estimular el crecimiento económico y del empleo.¹³ Mientras la UE trata de salir de la crisis económica más grave en décadas, la promesa de crecimiento y empleo en el sector cultural a cambio de las concesiones en materia de desregulación en el sector parece una tentación demasiado atractiva para quienes consideran que el proteccionismo ha producido una industria débil e incapaz de competir en los mercados internacionales. Sin embargo, el conjunto de políticas culturales desarrolladas tanto por la UE como por cada uno de sus Estados miembros han garantizado hasta hoy –con sus debilidades y fortalezas– una producción cultural distintiva, diversa y defensora de principios y valores que hacen de Europa un actor inconfundible en el escenario de la cultura mundial. Los desafíos del futuro inmediato pasan por articular la mejor adaptación de las nuevas políticas culturales europeas a las redes telemáticas –la Directiva de Servicios Audiovisuales (2010), el Libro Verde “Prepararse para la convergencia plena del mundo audiovisual: crecimiento, creación y valores” (2013), el programa “Europa Creativa 2014-2020” y la nueva estrategia europea “El cine europeo en la era digital”– en las que la aplicación de los modelos tradicionales de regulación resulta un desafío. Si el TTIP es una oportunidad geopolítica para el crecimiento de la UE en un contexto de reconfiguración de las áreas económicas mundiales –como se ha insistido ya en documentos anteriores del Real Instituto Elcano (Steinberg, 2013)–, debemos cuestionar si debería serlo a cambio de conceder un territorio, el de la cultura y las políticas culturales, en el que se asienta buena parte de aquello que todavía distingue lo europeo de la creciente homogeneización del entretenimiento en el mercado mundial de la cultura.

¹³ Véase, por ejemplo, la Comunicación de la Comisión al Parlamento “Promover los sectores de la cultura y la creación para el crecimiento y el empleo en la UE” (COM/2012/0537).

Referencias

- Bonet, L. (2004), "La excepción cultural", ARI nº 94/2004, Real Instituto Elcano, Madrid.
- Chafer, T., y E. Godin (2010), *The end of the French exception?: decline and revival of the 'French model'*, Palgrave Macmillan, Nueva York.
- CNC (2013), *Why Audiovisual Services Must Be Excluded from the Scope of the EU-US Free Trade Agreement. Prepared by Centre National du Cinema, CNC, Paris 18.3.2013*, Centre National de la Cinématographie, París.
- Collard, S. (2010), "The French Exception: Rise and Fall of a Saint-Simonian Discourse", en T. Chafer y E. Godin (eds.), *The end of the French exception?: decline and revival of the 'French model'*, Palgrave Macmillan, Nueva York, pp. 17-36.
- Comisión Europea (2014), *TTIP and Culture*, Comisión Europea, Bruselas.
- Erlanger, S. (2013), "As woes accumulate, Paris blames Brussels; criticism by Barroso prompts furious reaction on the left and the right", *International New York Times*.
- EU Parliament (2013), *European Parliament President Martin Schulz - Schulz on negotiating mandate on Transatlantic Trade and Investment Partnership*, consultado 15/VI/2014, http://www.europarl.europa.eu/former_ep_presidents/president-schulz/en/press/press_release_speeches/press_release/2013/2013-june/html/schulz-on-negotiating-mandate-on-transatlantic-trade-and-investment-partnership.
- Fabre, C. (2013), "Histoire d'une exception", *Le Monde*, 27/VI/2013.
- Frau-Meigs, D. (2002), "'Excepción cultural', políticas nacionales y mundialización: factores de democratización y de promoción de lo contemporáneo", *Quaderns del CAC*, nº 14, pp. 3-18.
- Messerlin, P.A., S.E. Siwek y E. Cocq (2004), *The audiovisual services sector in the GATS negotiations*, AEI Press, Washington DC.
- Nextv Latam (2014), *Globo apuesta a las coproducciones para crecer a nivel internacional*, Dataxis, consultado 15/VI/2014, <http://nextvlatam.com/globobets-on-co-productions-to-grow-internationally/?lang=es>.
- Panizzon, M., N. Pohl y P. Sauvé (2008), *GATS and the regulation of international trade in services: World Trade Forum*, Cambridge University Press, Cambridge y Nueva York.
- Pauwels, C., y J. Loisen (2003), "The WTO and the Audiovisual Sector: Economic Free Trade vs Cultural Horse Trading?", *European Journal of Communication*, vol. 18, nº 3, pp. 291-313.
- Petit, M. (2012a), "Génesis y evolución de los conceptos 'cultura' y 'diversidad' desde los acuerdos de la OMC (1994) hasta la Convención de la UNESCO sobre diversidad cultural (2005)", *Revista de Estudios Políticos*, nº 156, abril-junio, pp. 209-239.
- Petit, M. (2012b), *Por un mercado inteligente diversidad cultural, mercado y regulación*, Erasmus, Vilafranca del Penedés (Barcelona).

- Piñón, J. (2014), *The new face of Latin American television flows*, Flow Flowtv.org, consultado 15/VI/2014, <http://flowtv.org/2013/10/new-face-of-latin-american-television/>.
- Politi, J. (2013), "Key US Republican hits out at French trade concession", *Financial Times*, 18/VI/2013.
- Prieto de Pedro, J. (2005), *Excepción y diversidad cultural*, Fundación Alternativas, Madrid.
- Regourd, S. (2004). *L'Exception culturelle*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Roy, M. (2005), "Audiovisual services in the Doha Round: Dialogue de sourds, the sequel", *Journal of World Investment and Trade*, vol. 6, nº 6, pp. 923–952.
- Spiegel, P. (2013), "US fears trade talk backlash over French films", *Financial Times*, 12/VI/2013.
- Steinberg, F. (2013). *Negociaciones comerciales entre la UE y EEUU: ¿qué hay en juego?*, Real Instituto Elcano, Madrid.
- Trautmann, C. (1999), *Diversité culturelle et exception culturelle*, Dossier bimensuel, nº 56,10/XI/1999, Ministère de la Culture et de la Communication, París.
- USITC (2014), *Recent Trends in US Services Trade 2014 Annual Report*, United States International Trade Commission, Washington.