

FUNDACIÓN PARA LA EDUCACIÓN SUPERIOR Y EL DESARROLLO



Informe Final

**EL SECTOR DE LA TELEVISIÓN EN LA NEGOCIACIÓN DEL
TRATADO DE LIBRE COMERCIO
ENTRE COLOMBIA Y ESTADOS UNIDOS**

FEDESARROLLO

Mauricio Reina

Juan Manuel Díaz

Cristina Gamboa

Arturo Harker

Sandra Zuluaga

Bogotá, 11 de febrero de 2005

TABLA DE CONTENIDO

TABLA DE CONTENIDO.....	i
I. INTRODUCCIÓN	1
II. LA CULTURA EN LOS ACUERDOS COMERCIALES.....	3
II.A. Importancia económica de las industrias culturales.....	3
II.A.1. Industrias culturales: participación en el producto	5
II.A.2. El comercio internacional de bienes culturales.....	6
II.A.3. El comercio internacional de servicios culturales.....	8
II.A.4. Las industrias audiovisuales	14
II.B. Cultura y negociaciones comerciales: antecedentes y aspectos conceptuales ..	17
II.B.1. Acuerdos internacionales	17
II.B.2. Acuerdos comerciales	18
II.C. OMC: tratamiento a la cultura	27
II.C.1. El acuerdo GATT.....	27
II.C.2. El acuerdo GATS	28
II.C.3. El acuerdo TRIPS	30
II.C.4. El acuerdo TRIMS	31
II.D. La cultura en los TLCs impulsados por Estados Unidos	32
II.D.1. Características generales de los TLCs	33
II.D.2. Capítulos de los TLCs que inciden sobre las industrias culturales.....	34
II.D.3. Tratamiento a las industrias culturales en los TLCs.....	39
II.E. Oportunidades y riesgos del comercio para las industrias culturales	46
III. EL SECTOR DE TELEVISIÓN EN LOS ACUERDOS COMERCIALES: INTERESES DE ESTADOS UNIDOS Y POSICIÓN DE SUS CONTRAPARTES.....	49
III.A. La televisión en Estados Unidos.....	50
III.A.1. Bases del desarrollo de la industria de la televisión	51
III.B. Revisión de compromisos de Colombia y Estados Unidos en el GATS en servicios de televisión.....	61
III.B.1. Compromisos de Colombia en el GATS respecto al sector de televisión	61

III.B.2.	Compromisos de Estados Unidos en el GATS respecto al sector de televisión ⁶⁴	
III.C.	Reservas a los compromisos en Servicios e Inversión de Estados Unidos...	67
III.C.1.	Propuesta de reservas de Estados Unidos presentada a los países andinos en televisión	69
III.D.	Reservas a los compromisos en Servicios e Inversión de México	72
III.E.	Reservas a los compromisos en Servicios e Inversión de Chile	75
III.F.	Reservas a los compromisos en Servicios e Inversión de los países centroamericanos	80
III.G.	Reservas a los compromisos en Servicios e Inversión de Australia	88
III.H.	Reflexiones finales sobre el análisis de reservas en Servicios e Inversión...	94
IV.	DIAGNÓSTICO DE LA TELEVISIÓN EN COLOMBIA.....	95
IV.A.	Estructura del sector televisión en Colombia.....	96
IV.A.1.	Estructura del sector antes de la reforma estructural	97
IV.A.2.	Estructura del sector después de la reforma estructural.....	98
IV.A.3.	La reorganización de las instituciones del sector.....	105
IV.B.	Segmentos del servicio de televisión: marco normativo y desempeño	108
IV.B.1.	Televisión abierta.....	112
IV.B.2.	Televisión cerrada.....	147
IV.C.	Retos futuros para la regulación	159
V.	RECOMENDACIONES PARA LA NEGOCIACIÓN	162
V.A.	Desafíos de la televisión en la negociación	164
V.A.1.	Acceso a mercados.....	164
V.A.2.	Comercio transfronterizo de servicios	167
V.A.3.	Inversión	168
V.A.4.	Propiedad intelectual: Derechos de autor y derechos conexos	169
V.A.5.	Contratación pública	173
V.A.6.	Telecomunicaciones.....	173
V.A.7.	Política de competencia	174
V.A.8.	Comercio electrónico	176
V.A.9.	Contratos de agencia comercial	179

V.B. Potenciales reservas o medidas disconformes en Servicios e Inversión en televisión.....	180
V.B.1. Lista de potenciales medidas disconformes	182
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	211

EL SECTOR DE LA TELEVISIÓN EN LA NEGOCIACIÓN DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE COLOMBIA Y ESTADOS UNIDOS

Proyecto de investigación de Fedesarrollo para la Comisión Nacional de Televisión *

Informe Final, febrero de 2005

I. INTRODUCCIÓN

Las industrias culturales han tenido un tratamiento especial en las negociaciones comerciales en las últimas décadas. La revisión de la experiencia internacional muestra que ese tratamiento especial ha adoptado diversas formas, que van desde la invocación de una excepción cultural que excluya todo el sector de la negociación en cuestión, hasta la reserva de medidas específicas que los gobiernos quieran mantener al margen de las obligaciones inherentes a un tratado de libre comercio.

Como se discutirá en este trabajo, la idea de una excepción cultural no parece ser viable ni razonable para la televisión colombiana en el marco de un Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos. Sin embargo, el sector presenta ciertas características particulares que ameritan una negociación prudente que permita explotar sus potenciales y minimizar sus vulnerabilidades. Para ello se requiere de la construcción cuidadosa de una estrategia que aproveche los espacios con que cuenta la televisión en la negociación, en su condición de industria cultural.

Con el presente trabajo, Fedesarrollo pretende aportar elementos de juicio para que la Comisión Nacional de Televisión construya la posición negociadora más conveniente para el futuro del sector. El trabajo está estructurado de la siguiente manera.

* Mauricio Reina, Investigador Asociado de Fedesarrollo, fue el Director de este proyecto. El equipo de trabajo estuvo compuesto además por Juan Manuel Díaz, Cristina Gamboa y Sandra Zuluaga, Investigadores de Fedesarrollo, y Arturo Harker, Asistente de Investigación de la misma institución.

Luego de esta introducción, el Capítulo II expone el marco analítico para evaluar el tratamiento de la televisión en los acuerdos de libre comercio. El Capítulo III analiza las dimensiones del sector de televisión que se han negociado en los acuerdos comerciales de interés para Colombia, con particular énfasis en la posición negociadora de Estados Unidos y en las medidas que reservaron sus contrapartes frente a las obligaciones generales de los acuerdos. El Capítulo IV presenta una descripción de la estructura y el marco regulatorio vigente para el sector de la televisión en Colombia. A la vez, se identifican los segmentos que pueden ser más atractivos para los negociadores estadounidenses. Por último, en el Capítulo V se brindan elementos para contribuir a la definición de una posición negociadora por parte de la Comisión Nacional de Televisión (CNTV) frente al TLC con Estados Unidos. Ese capítulo examina los principales aspectos de los capítulos de un TLC relacionados con la televisión y revisa de forma exhaustiva la normativa vigente del sector de televisión, con el fin de identificar los temas que los funcionarios colombianos deberían tener en cuenta en la estrategia de negociación.

II. LA CULTURA EN LOS ACUERDOS COMERCIALES

El sector de la televisión hace parte de las *industrias culturales*, concepto que suele abarcar además las actividades de cinematografía y video, fonografía, editorial y radiodifusión (UNESCO 2004). Para evaluar el tratamiento que ha recibido la televisión en los acuerdos comerciales conviene identificar los aspectos centrales de las industrias culturales, y analizar como éstos se consideran en tratados internacionales de interés para nuestro país y para el sector de la televisión. Este capítulo tiene como propósito contextualizar la relación entre economía y cultura, en el marco de las negociaciones comerciales internacionales, y proporcionar el marco analítico para evaluar el tratamiento de la televisión en los acuerdos de libre comercio.

El capítulo está organizado de la siguiente manera. La sección II.A presenta algunas estadísticas y conceptos básicos sobre el sector cultural y el comercio internacional de sus bienes y servicios, con especial énfasis sobre los productos audiovisuales. En la sección II.B se plantean algunos antecedentes y se discuten aspectos conceptuales indispensables para abordar el tratamiento de la cultura y del sector de televisión en las negociaciones comerciales. Con base en lo anterior, la sección II.C identifica el universo de negociación que incide de forma directa sobre las industrias culturales en el ámbito de la Organización Mundial del Comercio. La sección II.D profundiza en el tratamiento que se ha dado a las industrias culturales en tratados comerciales suscritos recientemente por Estados Unidos. Por último, la sección II.E aborda la discusión sobre las oportunidades y los riesgos que existen para las industrias culturales en el marco de las negociaciones comerciales.

II.A. Importancia económica de las industrias culturales

Según la UNESCO (2004), las *industrias culturales* comprenden un conjunto determinado de *bienes y servicios*. Los *bienes culturales*, por una parte, son productos de consumo, de carácter informativo o de entretenimiento, que se producen y reproducen mediante procesos industriales y se pueden distribuir a nivel global. Estos incluyen, por ejemplo, aparatos reproductores de audio y televisión, artesanías, discos, elementos

deportivos, libros, películas de cine y videos, productos de multimedia y software, programas audiovisuales y publicaciones periódicas.

Por otra parte, los *servicios culturales* son actividades cuyo objeto es satisfacer necesidades culturales y facilitar las prácticas culturales. Los *servicios culturales* abarcan las siguientes clases de actividades: interpretaciones de obras (como el teatro, los conciertos y los circos), operación de cable y satélite, servicios arquitectónicos y de comunicación, servicios audiovisuales (distribución y producción de películas, programas de radio y televisión, videos caseros), servicios de impresión, servicios de bibliotecas, museos y centros de documentación, y turismo de carácter cultural, entre otros. Cabe señalar que los servicios de publicidad también son considerados como una industria cultural por algunos países, pero su inclusión en esta categoría es objeto de debate.¹

Para análisis con énfasis económico, la UNESCO define que las *industrias culturales* comparten las siguientes características: i) su materia prima es una creación protegida por derechos de autor y fijada sobre un soporte tangible o electrónico; ii) incluyen los bienes y servicios culturales fijados sobre soportes tangibles o electrónicos y producidos, conservados y difundidos en serie, con circulación generalmente masiva; iii) poseen procesos propios de producción, circulación y apropiación social; iv) están articulados a las lógicas de mercado y a la comercialización, o tienen potencial para ello; y v) son lugares de integración y producción de imaginarios sociales, conformación de identidades y promoción de la ciudadanía.² En este contexto, las industrias productoras de *cine, libros, música, prensa, radio, revistas, televisión y video* pueden caracterizarse como *industrias culturales*.

A continuación determinamos la importancia en el producto de las *industrias culturales* y luego desarrollamos la temática y distinción entre el comercio exterior de *bienes* y el correspondiente a *servicios culturales*.

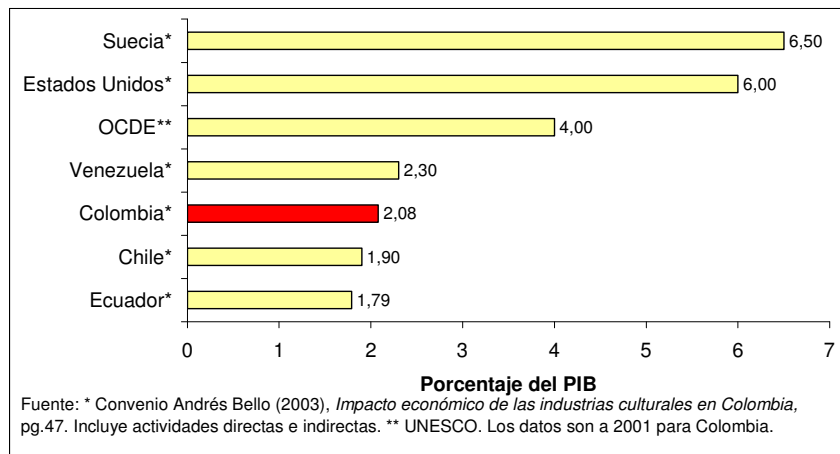
¹ Véase UNESCO (2004).

² Esta definición aparece citada en el trabajo del Convenio Andrés Bello (CAB, 2003), *Impacto económico de las industrias culturales en Colombia*, pg.27.

II.A.1. Industrias culturales: participación en el producto

Los *bienes y servicios culturales* son muy importantes para las economías nacionales, tanto de países desarrollados como de países en desarrollo. El Gráfico II.A-1 muestra que, según un reciente trabajo del Convenio Andrés Bello, el sector cultural representa entre 4% y 6,5% del PIB en los países desarrollados, y entre 1% y 3% en los países en desarrollo. En Estados Unidos el sector representa 6% del PIB, mientras que en Colombia su participación en el producto es de 2,1%.³

Gráfico II.A-1
Aporte del sector cultural al PIB



Infortunadamente no hay trabajos que permitan apreciar la evolución en el tiempo de las *industrias culturales* como porcentaje del PIB, pero puede afirmarse que dicha participación tiende a aumentar en la medida en que avanza el grado de desarrollo de una nación. Como fundamento de lo anterior, cabe recordar que la demanda por servicios con demanda final, como servicios culturales, servicios de educación, servicios de salud y turismo, tiende a ser elástica al ingreso. Por ende, se considera que su importancia

³ Según la definición utilizada en el trabajo del CAB (2003), la estimación del tamaño del sector cultural tiene en cuenta actividades directas e indirectas. En el Gráfico II.A-1 los países de la OCDE incluyen Alemania, Australia, Austria, Bélgica, Canadá, Corea, Dinamarca, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Gran Bretaña, Grecia, Holanda, Islandia, Irlanda, Italia, Japón, Luxemburgo, Noruega, Nueva Zelanda, Portugal, Suecia y Suiza.

económica crece en términos relativos en la medida en que avanza el nivel de desarrollo de un país.

II.A.2. El comercio internacional de bienes culturales

En la literatura especializada existen estadísticas sólidas para el intercambio de *bienes culturales*, pero son prácticamente inexistentes para el comercio de *servicios culturales*. Analizamos este aspecto a continuación con base en esa distinción.

En un estudio para la UNESCO, Ramsdale (2000) muestra que el comercio global de *bienes culturales* se multiplicó por cuatro entre 1980 y 1998.⁴ En ese último año, el intercambio de *bienes culturales* alcanzó un valor de US\$ 380.900 millones, cifra que representó casi 6% del comercio mundial total en dicho año. Este desarrollo ha tenido lugar en un contexto de marcada profundización de los procesos de liberalización comercial en el mundo, resultado de las negociaciones multilaterales y regionales, que han aumentado de forma considerable el acceso a mercados al reducir las barreras arancelarias al comercio de bienes.⁵

El Gráfico II.A-2 muestra que los segmentos de productos para *Música y Juegos y artículos deportivos* crecieron a un ritmo anual promedio de 10% en el período 1980-1998. Los bienes de las subcategorías *Radio y televisión*, y *Libros, publicaciones y literatura* aumentaron 7,6% y 7% anual promedio, respectivamente, mientras que *Artes visuales* y *Cine y fotografía* crecieron a una tasa de 6% anual promedio en el lapso mencionado. Para el total de *bienes culturales* contemplados en el trabajo de Ramsdale (2000), el crecimiento anual promedio de su comercio mundial fue de 8,1% entre 1980 y 1998.

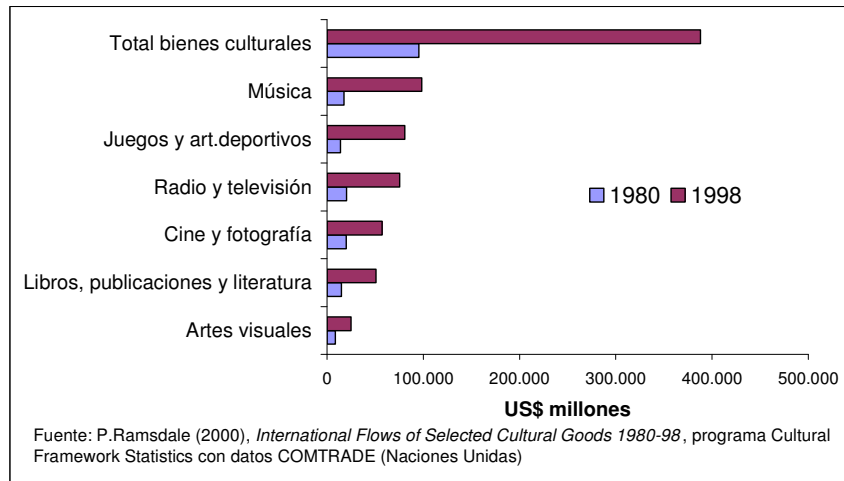
Además de este notable comportamiento del comercio global, Ramsdale (2000) muestra que los países en desarrollo han mostrado las mayores tasas de crecimiento en cuanto a

⁴ Ramsdale, P. (2000). "Study on the International Flows of Cultural Goods", documento para la UNESCO. Este estudio pionero en su género no ha sido objeto de actualización reciente, por lo cual las cifras que se citan en este aparte del trabajo llegan a 1998.

⁵ Para un resumen de estos procesos, véase Hoekman *et al.* (2002), *Development, Trade and the WTO: A Handbook* y Sewadeh, M. (2003), "General Background on Regional Trade Agreements in Latin America".

sus exportaciones de *bienes culturales* desde 1980.⁶ En el caso de México este positivo desempeño se manifestó en un superávit de US\$ 5.000 millones en el comercio de estos bienes en 1998, cifra que destaca como una de las más altas entre un gran número de países en desarrollo y desarrollados analizados en ese estudio.⁷

Gráfico II.A-2
Comercio de bienes culturales: 1980 y 1998



El Gráfico II.A-3 muestra que en el caso de la subcategoría *Radio y televisión*, México se estableció como el principal exportador de esta subcategoría de *bienes culturales* en 1998, pues abarcó 26% del mercado mundial y en términos de valor superó en ese año las ventas de estos productos por parte de países como Japón y China. Cabe anotar que en 1998 el principal destino de las exportaciones de *Radio y televisión* por parte de México fue Estados Unidos, producto de la liberalización comercial asociada con la desgravación arancelaria en el marco del acuerdo de libre comercio vigente entre esos dos países y Canadá desde 1994.

Estados Unidos es el principal consumidor mundial de *bienes culturales*, con importaciones por un valor de US\$ 60.080 millones en 1998 y una balanza comercial deficitaria de US\$ 38.200 millones en igual año. Sus principales compras en el exterior corresponden a publicaciones periódicas, equipos fonográficos, instrumentos musicales,

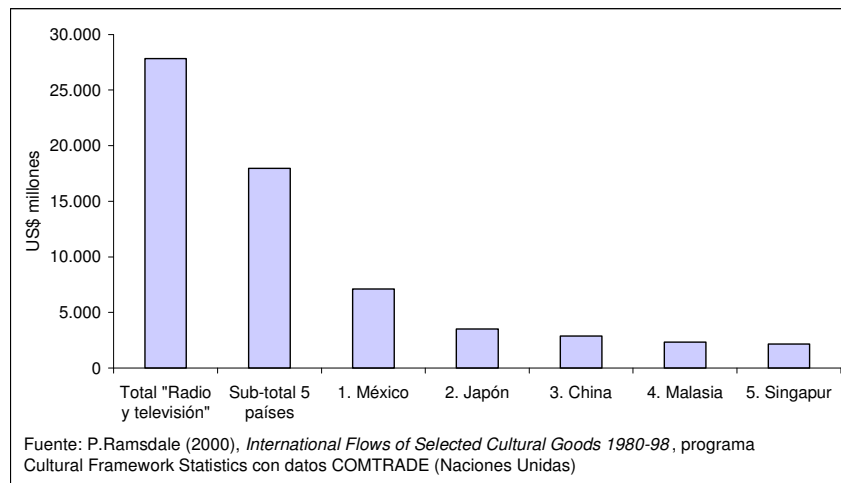
⁶ Ramsdale, *Op. cit.*, sección II, pg.4

⁷ En Ramsdale (2000), desafortunadamente, Colombia no se tiene en cuenta como país individual.

pinturas, esculturas, antigüedades, cámaras y proyectores, receptores de radio y televisión, y juegos y artículos deportivos.⁸

Gráfico II.A-3

Exportaciones de bienes culturales en 1998: subcategoría de *Radio y televisión*



La experiencia positiva de países en desarrollo en la exportación de bienes culturales no ha sido ajena a nuestro país. Producto de la regionalización del mercado de la televisión, las exportaciones de programas de televisión de Colombia pasaron de US\$ 7,5 millones en 1997 a US\$ 28 millones en 2001, lo cual equivale a un crecimiento anual promedio de 29% en esos años.⁹

II.A.3. *El comercio internacional de servicios culturales*

La fuente principal de información sobre comercio de servicios es la balanza de servicios de la Balanza de Pagos, cuyos datos son recopilados por el Fondo Monetario Internacional (FMI).¹⁰ Sin embargo, estos datos no contemplan una categoría específica para los *servicios culturales*, razón por la cual es imposible estimar su magnitud

⁸ Ramsdale, *Op. cit.*, pg.vii.

⁹ CAB, *Op. cit.* pg.148, con base en Media Research (España) para 1997 y encuestas de los autores para 2001.

¹⁰ Véase FMI (2004), *Balance of Payments Statistics*, febrero.

utilizando esta fuente.¹¹ Además, la UNESCO señala que actualmente no hay definiciones comunes ni un sistema único estandarizado que describa los *servicios culturales* que se comercian, lo que constituye una dificultad adicional para definir y estimar este tipo de comercio.¹² De hecho, los estudios que cuantifican el comercio en estos segmentos tienden a utilizar cifras provistas directamente por las empresas del sector, que en la mayoría de los casos no son comparables entre un conjunto diverso de países.¹³ Considerando todo lo anterior, a continuación definimos la forma en que se transan los servicios en el comercio internacional y discutimos las estadísticas disponibles sobre el reciente dinamismo del comercio de servicios y las barreras a su intercambio, cuya remoción es materia de negociación en acuerdos de libre comercio.

El comercio internacional de servicios, incluyendo los de índole cultural, tiene lugar bajo cuatro modos de prestación, de los cuales dos involucran la movilidad de los factores de producción capital y trabajo. Los términos utilizados para describir la movilidad de estos factores son el Modo 3 de *presencia comercial* y el Modo 4 de *presencia física de personas o movimiento temporal de personas*. Hay otras dos formas de prestar servicios internacionalmente, que se denominan Modo 1 de *comercio transfronterizo* y Modo 2 de *consumo en el extranjero*. Estas categorías están definidas en el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (GATS, por su sigla en inglés) y son el eje central para adquirir compromisos en las negociaciones comerciales internacionales en servicios. A continuación se definen estos cuatro modos de prestación de servicios en el comercio internacional:

¹¹ El FMI registra información para tres grandes renglones de servicios: i) *transporte*; ii) *turismo*; y iii) *otros servicios comerciales* (excluyendo servicios del gobierno). Dentro de esta última categoría se encuentran los siguientes siete subsectores: i) *comunicaciones*; ii) *financieros y seguros* iii) *construcción*; iv) *información y computacionales*; v) *pagos por regalías y licencias*; vi) *personales, culturales y recreacionales*; y vii) *servicios relacionados con las empresas*. Los servicios audiovisuales, de interés para esta investigación, podrían estar contabilizados en la categoría de *comunicaciones*, pero los manuales estadísticos no brindan certeza sobre su inclusión en la misma.

¹² Además surge otro debate que involucra la naturaleza de ciertos productos (como libros y películas) que pueden hacerse disponibles “en línea” y que tienen una copia material (física) equivalente. Aún se discute en la UNESCO si estos deben ser considerados “bienes virtuales” o si se deben manejar como un servicio. Debido a que el comercio internacional trata de manera diferente los bienes y los servicios, la normatividad que rija el comercio electrónico incidirá sobre la preferencia por el comercio físico o virtual de estos bienes y servicios.

¹³ Galperin (1999), *Op. cit.*

- El Modo 1 de *comercio transfronterizo* (CT) tiene lugar cuando el servicio transado cruza una frontera nacional. Por ejemplo, el CT ocurre cuando se da la compra por parte de un consumidor de servicios de un proveedor extranjero sin *presencia comercial* en el país de residencia del consumidor, como señales de televisión por satélite. Bajo esta modalidad el servicio es el que viaja, de forma análoga al comercio de bienes.
- El Modo 2 de *consumo en el extranjero* (CE) ocurre cuando un consumidor se desplaza al país proveedor del servicio para adquirirlo. Los ejemplos más comunes son los consumos en el extranjero relacionados con actividades turísticas, servicios de mantenimiento de barcos y aviones, y servicios de educación y salud.
- El Modo 3 de *presencia comercial* (PC) tiene relación con la inversión extranjera directa (IED), pues se da cuando una empresa de un país ubica una filial en otro país para prestar sus servicios en él. Por ejemplo, muchos países exigen *presencia comercial* a empresas extranjeras para proveer servicios de televisión en su territorio.
- El Modo 4 de *presencia física de personas* (PFP) involucra el desplazamiento temporal de personas de un país a otro para suministrar un servicio. A manera de ejemplo, se pueden mencionar los proveedores independientes de servicios, como directores y actores de cine y televisión, y empleados de firmas multinacionales trasladados temporalmente a otro país.

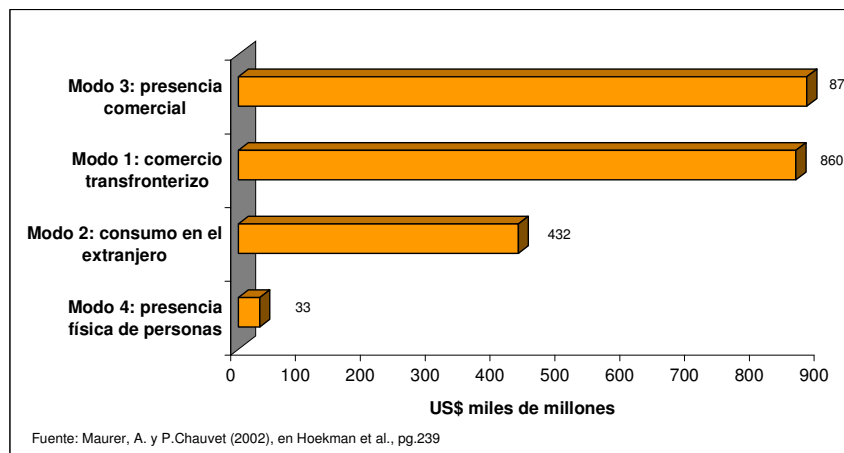
A pesar de esta clara definición de formas de comercio exterior de servicios, existen serias dificultades para analizar su magnitud y evolución. De hecho, se presenta una sistemática subestimación del tamaño del comercio de servicios en las estadísticas disponibles. La balanza de servicios de la cuenta corriente de Balanza de Pagos (BP) del Fondo Monetario Internacional (FMI) es la fuente principal de información y tiene cifras de comercio sobre los modos 1 y 2, pero no contempla el comercio relacionado con los factores *capital* y *trabajo* (modos 3 y 4).¹⁴

¹⁴ Un inconveniente adicional es que no existe una clasificación estándar internacionalmente aceptada para describir sectores de servicios. Existe, sin embargo, un esfuerzo conjunto de entidades multilaterales y otros organismos para avanzar en homologar la recolección básica de datos y su clasificación, de

La omisión de la *presencia comercial* y la *presencia física de personas* en las estadísticas del FMI es significativa por el volumen de comercio que abarcan esos dos modos. Maurer y Chauvet (2002) estiman que el intercambio de servicios bajo las cuatro formas de suministro alcanzó US\$ 2,2 billones en 1998, y encuentran que las cifras de BP no registran cerca de 57% de ese total.¹⁵ El Gráfico II.A-4 muestra que, según ese estudio, el Modo 3 es el más importante en el comercio internacional, y junto con el Modo 1 representan 78,9% del comercio mundial en servicios. Los Modos 2 y 4, por su parte, representan 19,6% y 1,5%, de dicho comercio respectivamente.

Gráfico II.A-4

Flujos de comercio de servicios por modo de suministro en 1998 en el mundo



La subestimación estadística del comercio de servicios está relacionada con las características distintivas de los mismos, pues son intangibles y no almacenables, y su producción y consumo ocurren de forma simultánea. Así, a diferencia de lo que sucede

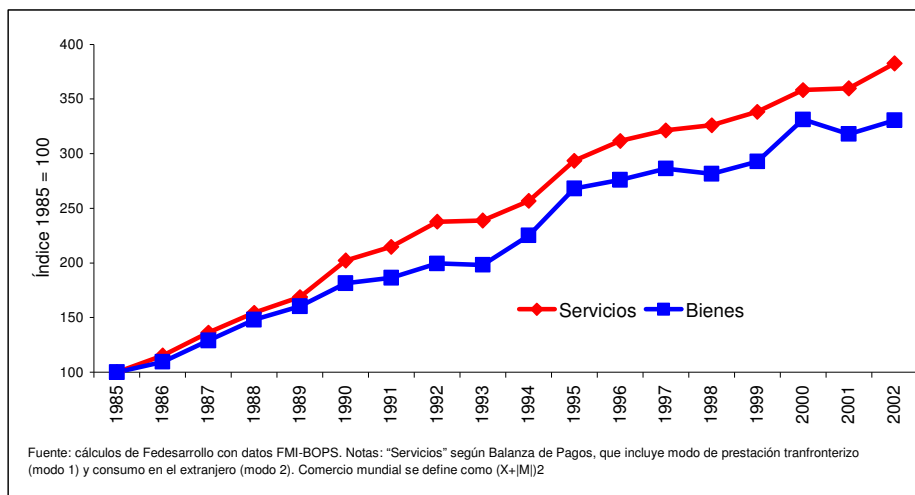
conformidad al manual de Balanza de Pagos del Fondo Monetario Internacional. Véase Organización de Naciones Unidas *et al.* (2002).

¹⁵ Maurer, A. y P.Chauvet (2002), en Hoekman *et al.*, *Op. cit.*, pg.239. Este estudio agregó a las cifras de Balanza de Pagos otras fuentes de información sobre el movimiento temporal de personas, los flujos de inversión extranjera directa (IED) y las transferencias entre filiales de empresas multinacionales (*Foreign Affiliate Transfers, FATS*).

con los bienes, el comercio de servicios no pasa por aduanas nacionales, dificultando su registro y cuantificación.¹⁶

No obstante lo anterior, las cifras disponibles de BP indican que el comercio de servicios bajo los Modos 1 y 2 ha sido el renglón más dinámico del comercio internacional en los últimos tiempos. El Gráfico II.A-5 muestra que, según cifras de Balanza de Pagos que consideran los Modos 1 y 2 de *suministro transfronterizo*, entre 1985 y 2002 este comercio creció a una tasa anual promedio de 7,8%, superior al 7,0% registrado para los bienes en igual lapso. En términos de valor, el comercio mundial de *servicios transfronterizos* (Modos 1 y 2) alcanzó la suma de US\$ 1,6 billones en 2002, que equivale a cerca de 20,4% del comercio mundial de bienes y servicios.

Gráfico II.A-5
Mundo: Comercio en servicios y bienes 1985-2002



Este comportamiento positivo del comercio de servicios obedece, por un lado, al cambio que en años recientes ha experimentado el sector por los avances en tecnologías de la información y las comunicaciones, lo que ha generado novedosas formas de realizar transacciones de servicios de toda índole entre países. Por otro lado, los recientes procesos nacionales de privatización y desregulación estatal también han tenido

¹⁶ De hecho, la mayoría de las estadísticas sobre comercio de servicios proviene de encuestas.

incidencia en este desarrollo, sobre todo en los casos en que han fomentado la competencia y han implicado ganancias en eficiencia en sectores de servicios.¹⁷ Estos elementos, junto con el notable desempeño del intercambio internacional de servicios, explican en cierta medida por qué países como Estados Unidos propenden por su mayor liberalización mediante acuerdos comerciales que logren reducir las barreras a su intercambio.

Sin embargo, la eliminación de *barreras al comercio de servicios* es un proceso complejo, pues éstas no son explícitas como son los aranceles en el caso del comercio de bienes. El comercio de servicios suele restringirse a través de políticas nacionales que limitan la movilidad de los factores capital y trabajo, o que reducen el acceso a mercados a los servicios extranjeros y sus proveedores.¹⁸

El Cuadro II-1 muestra un resumen de ejemplos de estas barreras clasificadas por los cuatro modos de suministro de servicios. Como se ilustra en el mismo, las barreras al comercio de servicios corresponden generalmente a políticas que se encuentran en leyes y regulaciones, tales como la restricción a extranjeros para vender cierto tipo de servicios en el país, la restricción a nacionales para adquirir servicios en el exterior y la limitación a la propiedad extranjera. La eliminación de este tipo de barreras es lo que se busca en los tratados comerciales.

Existen otras clasificaciones sobre barreras al comercio de servicios que son útiles conceptualmente. Hoekman y Braga (1997), por ejemplo, clasifican las barreras al comercio de servicios en cuatro grandes grupos: i) *restricciones cuantitativas*, como cuotas y requisitos de contenido nacional; ii) *instrumentos basados en precios*, como la fijación de tarifas de servicios por el gobierno o controles a los precios; iii) *licencias y estándares*, por lo general otorgadas o determinados por el gobierno; y iv) acceso discriminatorio a redes de distribución de servicios.

¹⁷ Véase Banco Mundial (2002), “Trade in Services: Using Openness to Grow”, capítulo 3.

¹⁸ Stern, R. (2002). “Quantifying Barriers to Trade in Services”, en Hoekman *et al.*, *Op. cit.*, capítulo 26.

Cuadro II-1

Barreras al comercio de servicios según modos de suministro

Modos de suministros de servicios	Barreras al intercambio
Modo 1: <i>comercio transfronterizo</i>	Restricciones a extranjeros para vender cierto tipo de servicios en el país.
Modo 2: <i>consumo en el extranjero</i>	Restricciones a nacionales para adquirir servicios en el exterior.
Modo 3: <i>presencia comercial</i>	Prohibición de establecimiento. Limitación a propiedad extranjera. Restricciones al tipo de entidad jurídica. Trato discriminatorio en decisiones públicas.
Modo 4: <i>movimiento temporal de personas</i>	Visas: procedimientos y costos. Permisos de trabajo: procedimientos y costos. Requisitos de reconocimiento de títulos. Limitación a posibilidades de consultoría de trabajadores independientes.

Fuente: Fedesarrollo y clasificación de formas de intercambio de servicios de la OMC (1991)

En suma, el comercio de servicios ha crecido de forma importante en los últimos años, producto de un acelerado cambio tecnológico y el proceso de privatización y desregulación en muchos segmentos de servicios. Sin embargo, las estadísticas disponibles no permiten cuantificar con precisión la magnitud y el desempeño del *comercio de servicios culturales*.

II.A.4. Las industrias audiovisuales

Galperin (1999) profundiza en las anteriores definiciones para señalar que los **productos audiovisuales** tienen características distintivas, tanto económicas como socio-culturales, frente a otros bienes y servicios culturales.¹⁹ Esas particularidades explican la multiplicidad de regulaciones y acuerdos que rigen las industrias de medios en distintos países, y las sensibilidades socio-políticas de su inclusión en acuerdos de libre comercio.

En primera instancia, las producciones audiovisuales no pueden estandarizarse en su totalidad. Por un lado, cada producto audiovisual es en cierta medida un prototipo que

¹⁹ Galperin, H. (1999). "Cultural Industries in the Age of Free-Trade Agreements", *Canadian Journal of Communication*, vol.24, no.1.

requiere de un gasto importante en investigación y desarrollo. El cine y los programas de televisión resultan de una mezcla de novedad y repetición de géneros establecidos. Sin embargo, la demanda por productos novedosos jalona los costos, por lo cual éstos son muy altos en las primeras copias de productos audiovisuales en comparación con los costos de reproducción. Esta situación implica que la estrategia racional de los productores de audiovisuales con ánimo de lucro es maximizar la audiencia, lo que conlleva la necesidad de ampliar sus mercados a través de la ampliación de sus ventas en el exterior. Por otro lado, los productos audiovisuales tienen algunas características de bienes públicos, pues su consumo no implica el agotamiento del producto en cuestión y la exclusión de consumidores es un proceso complejo. Así, la literatura especializada considera que los bienes audiovisuales requieren de regulación sobre acceso y leyes de protección a los derechos de autor, para asegurar la realización de su valor de intercambio.

En segundo término, las industrias audiovisuales tienen un amplio alcance socio-político, que suscita grandes controversias respecto a su *comercio transfronterizo*. Los productos culturales son centrales en la producción y reproducción de identidades nacionales y la formación de lazos sociales, ya sea a nivel individual, comunitario, regional o nacional. Los medios también son muy importantes en términos políticos, pues son el conducto natural del discurso público en las sociedades modernas. Por lo tanto, las cuestiones de acceso a los medios, la diversidad informativa, la propiedad de los medios y la regulación de los contenidos de los productos culturales terminan por definir el tipo de alcance y repercusión de la esfera pública en una región o nación.

De otro lado, Galperin resalta que las industrias audiovisuales de Estados Unidos generan US\$ 7.000 millones anuales en ventas en el exterior. De hecho, casi la mitad de las principales 10 empresas audiovisuales en el mundo son de capital estadounidense, dos de las cuales lideran el comercio en productos culturales (Cuadro II-2). Cabe anotar que este no es un hecho novedoso ni reciente, pues los estudios de Hollywood conseguían cerca de la mitad de sus ingresos en mercados externos antes de 1947, año en el cual se firmó el acuerdo del GATT.

Cuadro II-2

Principales 10 empresas audiovisuales en el mundo (1996)
Cifras en US\$ millones

Posición	Empresa	Ingresos en 1996, US\$ millones
1	Walt Disney Co. (Estados Unidos)	18.949
2	Time-Warner (Estados Unidos)	17.969
3	Bertlesmann AG (Alemania)	13.700
4	Viacom Inc. (Estados Unidos)	11.688
5	News Corp. (Estados Unidos / Australia)	9.882
6	Havas (Francia)	8.800
7	Sony Entertainment (Japón)	7.696
8	TCl (Estados Unidos)	6.851
9	Polygram NV (Países Bajos)	5.530
10	EMI Group (Gran Bretaña)	5.453

Fuente: Galperin, H. (1999), "Cultural Industries in the Age of Free-Trade Agreements", *Canadian Journal of Communication*, Table 1.

El dominio de Estados Unidos en el comercio audiovisual se debe, entre otros, a los siguientes factores: economías de escala, ventajas en la innovación y un entorno competitivo que favorece la producción orientada a la maximización de la audiencia. Además, Galperin (1999) menciona que los países angloparlantes son los de mayor riqueza y capacidad de consumo en el mundo, lo cual apoya la posición de liderazgo estadounidense en la industria audiovisual. Retomaremos este aspecto con énfasis en televisión en la Sección III.A de este trabajo.

Para avanzar en la discusión del tratamiento que reciben las industrias culturales en las negociaciones comerciales, conviene discutir cómo se negocian las industrias culturales en los acuerdos de libre comercio. Con este propósito, a continuación se explican los antecedentes y los aspectos conceptuales básicos que sirven para delimitar el campo de análisis sobre cultura y negociaciones comerciales.

II.B. Cultura y negociaciones comerciales: antecedentes y aspectos conceptuales

Los tratados internacionales con incidencia en las industrias culturales pueden clasificarse como: i) ***acuerdos internacionales***, directamente relacionados con este sector, y ii) ***acuerdos comerciales***. Estos últimos contemplan obligaciones y disciplinas que gobiernan de forma directa el intercambio de bienes y servicios culturales.

II.B.1. Acuerdos internacionales

A continuación se presentan los tres principales ***acuerdos internacionales*** directamente relacionados con la cultura. En primera instancia, el ***Acuerdo de Florencia*** (1950) es conocido como el primer tratado multilateral sobre ***bienes culturales***. Este acuerdo, promovido por la UNESCO, incorpora el fomento a la importación de material educativo, científico y cultural, libre de aranceles entre los países que lo han ratificado. A través del Protocolo de Nairobi (1976), el Acuerdo de Florencia incluyó el material audiovisual en el ámbito de aplicación del mismo.²⁰

El Acuerdo de Florencia contiene mecanismos de reserva para que las Partes eviten la importación de ***bienes culturales*** que puedan perjudicar el desarrollo de productos culturales nacionales. Al adherir a este acuerdo, Estados Unidos adoptó una reserva para el cine comercial que puede ser aplicada en reciprocidad por cualquier país firmante del acuerdo en sus relaciones comerciales con Estados Unidos.²¹

En segundo término, la ***Convención de Roma*** (1961) provee protección a los intérpretes o ejecutantes, productores de fonogramas y organismos de radiodifusión. Esta convención otorga la posibilidad a los países de establecer regulación doméstica que exceptúe a estos agentes en el caso de a) uso privado, b) uso de pequeños extractos para el reporte de eventos de actualidad, c) grabación temporal por parte de organizaciones de

²⁰ Según la UNESCO, el Acuerdo de Florencia ha sido ratificado por 94 países, dentro de los cuales se destaca que Estados Unidos es Parte del mismo desde 1966, mientras que Colombia no lo ha ratificado.

²¹ Véase el Anexo C1 del Protocolo de Nairobi. Algunos analistas señalan que esta reserva de Estados Unidos es pionera, junto con el GATT de 1947, en cuanto a darle un tratamiento de excepción a algunos bienes culturales.

transmisión mediante sus propios recursos y para su uso propio, y d) para uso con fin exclusivamente educativo o de investigación científica.

Por último, la *Convención de Berna* (1971) que protege las obras literarias y artísticas, es de especial relevancia para las industrias culturales ya que en ella se tratan los derechos de autor que constituyen la base de estas industrias.²² Los derechos de autor establecen las condiciones para la remuneración a la creación cultural y, por ende, constituyen un vínculo central entre las negociaciones comerciales y las industrias culturales. Además de los derechos de autor, esta convención abarca los *derechos morales*, entendidos como el derecho a reclamar la autoría y objetar cualquier acción derogatoria en relación con una obra que sería perjudicial para la reputación del autor.²³

Estas últimas dos convenciones son retomadas por acuerdos de la Organización Mundial del Comercio (OMC), como se menciona más adelante en las secciones II.C.3 y II.C.4.

II.B.2. Acuerdos comerciales

Los *acuerdos comerciales* que se mencionan en este trabajo no han contemplado un grupo de negociación específico en el que se trate el tema de la cultura. En las negociaciones comerciales la cultura es un tema transversal que se ve afectado por lo que se acuerda en diferentes mesas de negociación.²⁴ Como se discutirá en el Capítulo III, las negociaciones comerciales en cuanto al sector de la televisión, como industria cultural, corren igual suerte.

En la medida en que el espectro temático de las negociaciones comerciales se ha ampliado en las últimas dos décadas, el análisis de las industrias culturales en las mismas se ha tornado más complejo. La agenda de los *acuerdos comerciales de nueva generación*, término que se discute más adelante, no se limita a la consecución de reducciones arancelarias para impulsar el comercio de bienes entre las Partes.

²² Colombia es firmante de la Convención de Berna y la Convención de Roma, mientras que Estados Unidos no ha adherido a esta última.

²³ En virtud de los derechos morales, el autor puede i) conservar la obra inédita o divulgarla; ii) reivindicar la paternidad de la obra en cualquier momento; iii) oponerse a toda deformación, mutilación o modificación que atente contra el mérito de la obra o la reputación del autor; iv) modificar la obra, antes o después de su publicación; y v) retirar la obra del mercado, o suspender cualquier forma de utilización aunque ella hubiese sido previamente autorizada.

a) La ampliación temática de las negociaciones comerciales

La cobertura temática de las negociaciones comerciales se ha ampliado de forma considerable en las últimas décadas. El Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio de Bienes (GATT, por su sigla en inglés) nació en 1947 como parte del nuevo orden económico de la posguerra y por muchos años se centró en la negociación de tópicos que afectan el comercio de *bienes*, en particular las barreras arancelarias.²⁵ En 1982, antes de iniciarse la Ronda de Uruguay (1986-1994) en el seno del GATT, Estados Unidos planteó incluir en la agenda multilateral los *servicios* y aspectos de la *inversión* relacionados con el comercio. En la medida en que las propuestas estadounidenses no fueron acogidas en el GATT y sus países miembros se rehusaron a iniciar una nueva ronda de negociaciones multilaterales con este fin, en 1983 Estados Unidos optó por suscribir el primer tratado de libre comercio (TLC) con Israel. Este evento señaló la disposición de Estados Unidos a abandonar la ruta multilateral para buscar una mayor liberalización mediante acuerdos comerciales más ambiciosos llamados de *nueva generación*.

Ese TLC entre Estados Unidos e Israel abrió el camino para las iniciativas estadounidenses de *nueva generación* a nivel bilateral y regional, como el TLC Canadá-Estados Unidos de 1989 y el *North American Free Trade Area* (NAFTA) entre Canadá, Estados Unidos y México de 1993. Ese acuerdo alentó la inclusión de temas novedosos para el ámbito tradicional del GATT, como la *inversión* y el *comercio transfronterizo de servicios*, durante la Ronda de Uruguay. De esta manera, en los últimos años Estados Unidos demostró que si la ruta multilateral no es adecuada para alcanzar una mayor liberalización del comercio en áreas de creciente interés, ese país está dispuesto a favorecer la negociación de acuerdos comerciales de carácter bilateral o regional.²⁶

Precisamente esta es la situación que se presenta en la actualidad, pues las negociaciones multilaterales bajo la denominada Ronda Doha se encuentran paralizadas por el choque

²⁴ Reina, M., C. Gamboa y M.L. Guerra (2004). “La cultura en las negociaciones comerciales”.

²⁵ Entre 1947 y 1994, se realizaron ocho rondas de negociación, de las cuales las primeras siete se concentraron esencialmente en acordar rebajas arancelarias entre los países miembros del GATT y, en general, en temas asociados con el comercio de bienes. Actualmente se encuentra en curso la Ronda Doha, que se inició en 2001.

entre la Unión Europea y Estados Unidos en el tema de los subsidios a la agricultura. Esto explica que Washington esté impulsando con vigor la ruta bilateral para alcanzar una mayor liberalización del comercio.²⁷

Para el objeto de este trabajo, los resultados de la Ronda de Uruguay (RU) son relevantes en varios aspectos, entre los cuales vale la pena destacar la creación de la Organización Mundial del Comercio (OMC). Aparte de incluir el texto original del GATT de 1947, la RU incorporó en la estructura de la OMC una serie de nuevos temas, entre los cuales se encuentran los siguientes tres acuerdos: el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (GATS, por su sigla en inglés), el Acuerdo sobre Aspectos sobre los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (TRIPS, por su sigla en inglés), y el Acuerdo sobre las Medidas en Materia de Inversiones Relacionadas con el Comercio (TRIMS, por su sigla en inglés).²⁸

Como se discutirá más adelante, los acuerdos GATT, GATS, TRIPS y TRIMS son críticos para delimitar el tratamiento a la cultura en la Organización Mundial del Comercio (OMC). Antes de entrar en la discusión de esos acuerdos, conviene abordar la explicación de algunas definiciones conceptuales importantes para el objeto de este trabajo.

b) Aspectos conceptuales de las negociaciones comerciales

Las negociaciones comerciales pueden analizarse a través de tres elementos principales, tanto en acuerdos multilaterales como en los Tratados de Libre Comercio (TLCs) impulsados por Estados Unidos: 1) las obligaciones generales de los acuerdos, 2) la cobertura de los mismos, y 3) sus excepciones.

²⁶ Véase Hilaire, A. y Y. Yang (2003). “The U.S. and the New Regionalism - Bilateralism”. Este trabajo menciona que Estados Unidos también considera una amplia gama de objetivos, aparte de los comerciales, en la negociación de TLCs recientes, tales como intereses de seguridad nacional.

²⁷ Estados Unidos ha suscrito desde 2000 Tratados de Libre Comercio (TLCs) con Jordania, Singapur, Chile, República Dominicana, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Marruecos, Bahrain y Australia. En la actualidad, hay negociaciones anunciadas o en curso con Ecuador, Colombia, Perú, países de la Unión Aduanera de África del Sur y Panamá.

²⁸ Otros dos resultados importantes de la RU son, en primer lugar, la reincorporación formal al sistema multilateral de la agricultura y los textiles y confecciones; en segundo término, la RU obtuvo avances en temas de la agenda tradicional de negociaciones multilaterales, tales como mayor acceso a mercados para bienes industriales, procedimientos para solución de controversias y normativa más clara para aplicación de normas técnicas e instrumentos de defensa comercial (*antidumping*, salvaguardias, etc.).

1. Principios básicos u obligaciones generales

Los acuerdos comerciales se basan en cuatro **principios básicos** de negociación: el **Acceso a mercados**, el trato **Nación Más Favorecida** (NMF), la **Reciprocidad** y el **Trato Nacional** (TN). Esto significa que las partes que suscriben un acuerdo comercial se comprometen a cumplir estos principios, salvo cuando se haga explícito lo contrario en el tratado. Estos principios también se consideran **obligaciones generales** en acuerdos comerciales, puesto que son pilares del sistema multilateral del comercio.

Estos *principios básicos* son de aplicación automática en el caso de los *bienes* en los acuerdos comerciales. En contraste, estos *principios básicos* no son automáticos para las áreas de comercio transfronterizo de servicios y aspectos de la inversión relacionados con el comercio, por lo cual su aplicación entre las Partes de un acuerdo comercial es materia de negociación.²⁹

Con base en OEA *et al.* (2003), a continuación se presentan las definiciones de estos principios.

Acceso a mercados (AM): en los capítulos de *Comercio transfronterizo de servicios* (llamado de forma alternativa sólo *Servicios*) e *Inversión*, se refiere al conjunto de condiciones que permiten a los exportadores, inversionistas o proveedores extranjeros de servicios, acceder el mercado de un país importador que es miembro del acuerdo comercial.

Nación Más Favorecida (NMF): este principio establece que un país no puede dar a ninguno de sus socios comerciales un trato peor que el que le da a aquél que más favorece con su política comercial. Según este principio, los países deben otorgar un trato igualitario a los socios con los que ha suscrito un acuerdo comercial, y cada vez que mejore los beneficios otorgados a alguna Parte, deberá darle el mismo trato a todas las demás partes.

²⁹ Whalley, J. (2003), “Assessing the Benefits for Developing Countries of Liberalization in Services Trade”, pg.20. Ver sección II.A.3 para un resumen de las principales barreras al comercio de servicios bajo los cuatro modos de suministro de los mismos.

El trato de NMF ha sido uno de los principios rectores de los acuerdos alcanzados en el marco de la Organización Mundial del Comercio (OMC), admitiendo algunas excepciones puntuales. Por ejemplo, se permite que los países de una determinada región o grupo firmen acuerdos de libre comercio que no se apliquen a los países que están fuera de dicha región o grupo.³⁰ Adicionalmente, un país puede dejar de aplicar el trato de NMF a otro que no le otorgue reciprocidad en la liberalización del comercio, lo que en el caso de los servicios es común por la existencia de múltiples barreras regulatorias a su libre comercio.

Reciprocidad: en una negociación comercial los gobiernos deben buscar que las concesiones de las partes sean equilibradas. Así, ante el retiro de una concesión de una de las partes, al socio comercial afectado se le permite retirar una concesión equivalente. En la práctica, en el caso de los servicios, un país puede dejar de aplicar el trato de NMF frente a otro que no le otorgue reciprocidad en la liberalización de dicho comercio.

Trato Nacional (TN): una vez el bien o servicio extranjero ha entrado en el mercado local, debe recibir el mismo trato que los bienes o servicios domésticos. Así se garantiza que los bienes o servicios, y los proveedores de bienes o servicios extranjeros (aquellos de otro país miembro del acuerdo comercial), no sean tratados menos favorablemente que los bienes o servicios y proveedores de bienes o servicios locales.

Además de los anteriores cuatro principios, hay otras tres *obligaciones generales* a las que se hace frecuente referencia en las negociaciones comerciales en servicios e inversión con Estados Unidos. Salvo que los acuerdos dispongan lo contrario, las partes involucradas se comprometen al cumplimiento de estas obligaciones: ***Altos ejecutivos y directivos, Presencia local y Requisitos de desempeño.***

Altos ejecutivos y directivos: un acuerdo comercial por lo general contempla que ninguna Parte pueda exigir que una empresa de esa Parte, que sea una inversión cubierta por el acuerdo comercial, designe a individuos de alguna nacionalidad

³⁰ GATT: Artículo XXIV.

particular para ocupar puestos de alta dirección. Sin embargo, en el capítulo de *Inversión* de TLCs impulsados por Estados Unidos se incluye la posibilidad de que una Parte pueda exigir que la mayoría de los miembros de un directorio, o de cualquier comité de tal directorio, de una empresa de esa Parte que sea una inversión cubierta por el TLC, sea de una nacionalidad particular o sea residente en el territorio de la Parte.

Presencia local: esta obligación en el capítulo de *Comercio transfronterizo de servicios* de TLCs impulsados por Estados Unidos se refiere a que ninguna Parte podrá exigir a un proveedor de servicios de la otra Parte que se establezca o mantenga una oficina de representación u otro tipo de empresa. Las partes tampoco podrán exigir que dicho proveedor resida en su territorio como condición para el suministro transfronterizo de un servicio.

Requisitos de desempeño: los capítulos de *Inversión* prohíben la imposición de obligaciones de desempeño sobre los inversionistas extranjeros. Por ejemplo, en el TLC entre Chile y Estados Unidos se prohíbe de forma expresa los siguientes requisitos de desempeño: a) exportar un determinado nivel o porcentaje de mercancías o servicios; b) alcanzar un determinado grado o porcentaje de contenido nacional; c) adquirir, utilizar u otorgar preferencia a mercancías producidas en su territorio, o adquirir mercancías de personas en su territorio; d) relacionar en cualquier forma el volumen o valor de las importaciones con el volumen o valor de las exportaciones, o con el monto de las entradas de divisas asociadas con dicha inversión; e) restringir las ventas en su territorio de las mercancías o servicios que tal inversión produce o presta, relacionando de cualquier manera dichas ventas al volumen o valor de sus exportaciones o a las ganancias que generen en divisas; f) transferir a una persona en su territorio tecnología, un proceso productivo u otro conocimiento de su propiedad; o g) actuar como el proveedor exclusivo desde el territorio de la Parte de las mercancías que produce o servicios que suministre para un mercado regional específico o al mercado mundial.

Los acuerdos sobre *Requisitos de desempeño* también pueden prohibir que se condicione el otorgamiento de ciertas ventajas al cumplimiento de aspectos tales como los siguientes: a) alcanzar un determinado grado o porcentaje de contenido nacional; b) adquirir, utilizar u otorgar preferencia a mercancías producidos en su territorio, o a adquirir mercancías de personas en su territorio; c) relacionar en cualquier forma el volumen o valor de las importaciones con el volumen o valor de las exportaciones, o con el monto de las entradas de divisas asociadas con dicha inversión; o d) restringir las ventas en su territorio de las mercancías o servicios que tal inversión produce o presta, relacionando de cualquier manera dichas ventas al volumen o valor de sus exportaciones o a las ganancias que generen en divisas.³¹

2. La cobertura de los acuerdos

Además de los *principios básicos* expuestos, los acuerdos comerciales se pueden caracterizar según el *enfoque de negociación* utilizado en los temas de servicios e inversión. Estos enfoques o métodos de negociación, así como la definición de los cuatro modos de suministro de servicios que contempla el acuerdo comercial, definen la cobertura de un tratado de libre comercio.³²

Enfoques de negociación

El enfoque o método de negociación de un acuerdo comercial que abarque las áreas de *Servicios y/o Inversión* puede tomar la forma de *listas positivas* o *listas negativas*. El primer método ha sido utilizado en el GATS y en el acuerdo del Mercado Común del Sur (Mercosur). El enfoque de *lista negativa* ha sido empleado en el NAFTA, el acuerdo entre Colombia, México y Venezuela (G-3), la Comunidad Andina (CAN), y otros acuerdos subregionales impulsados por chilenos, estadounidenses y mexicanos.³³

³¹ Texto del TLC entre Chile y Estados Unidos, Capítulo 10, Artículo 10.5.

³² Cabe recordar que en la sección II.A.3 se definieron los cuatro modos de suministro de servicios en el comercio internacional, así como las principales barreras que enfrentan para su intercambio.

³³ Véase Hoekman *et al.* (2002), *Op.cit.*, capítulo 33.

Lista positiva

La **lista positiva** permite que una Parte de un acuerdo comercial defina la lista de sectores a los que se aplican los compromisos del mismo.³⁴ Los sectores incluidos en la *lista positiva* de un acuerdo son afectados por los denominados *compromisos horizontales* establecidos en el mismo. Con este propósito también pueden asumirse *compromisos específicos*, que se aplican solamente a los subsectores explícitamente enunciados.

Lista negativa

El enfoque de **lista negativa** contempla que las Partes de un acuerdo comercial especifiquen los sectores a los que **no** se aplican los compromisos del mismo.³⁵ Si bien este método tiende a promover una amplia y rápida liberalización, tiene una desventaja para los países en desarrollo. En la medida en que todos los sectores que no estén en la lista negativa quedan cubiertos por los compromisos del acuerdo, el universo cubierto por los compromisos aumenta a medida que se crean nuevos tipos de servicios, lo cual constituye una ventaja para las economías más avanzadas e innovadoras.

Reservas

Para distinguir los sectores que no asumen los compromisos del acuerdo comercial bajo este enfoque de negociación se utilizan **lista de reservas**, que se incluyen como un anexo a los capítulos a los que hacen referencia. Estas reservas definen cualquier limitación a los compromisos de los países miembros estipulados en el acuerdo de *Servicios y/o Inversión*. Las reservas son específicas a cada país y, por lo general, se toman respecto a un número limitado de disposiciones.

Las *listas de reservas* pueden tomar tres formas distintas. La primera es la lista de **medidas disconformes**, que es un inventario de las medidas restrictivas aplicadas por alguna de las partes que se consideran incompatibles con las principales disciplinas del capítulo de *Servicios e Inversión*. La inclusión de estas *medidas disconformes* implica que las disposiciones derivadas de leyes, regulaciones y otras normas incorporadas en la lista

³⁴ El enfoque de *lista positiva* se conoce también como *estrategia de abajo hacia arriba*.

³⁵ El método de *lista negativa* también se conoce como *estrategia verticalista*.

mencionada se van a mantener una vez entre en vigor el acuerdo comercial, a pesar de violar los compromisos de la negociación.

La segunda *lista de reservas* contiene las *futuras medidas disconformes*, que se refieren a medidas que la parte en cuestión contempla adoptar en el futuro y que son contrarias a las obligaciones generales del acuerdo. Por último, la lista de excepciones al trato de *Nación Más Favorecida* (NMF) abarca las exigencias de reciprocidad a cambio del trato preferencial.

En el caso de los servicios culturales, el enfoque de *lista negativa* obliga a contar con un inventario detallado de las leyes y regulaciones que se quieren mantener y también de las que se pueden utilizar en el futuro en relación con el desarrollo y estabilidad de este sector.

Los modos de suministro de servicios

Como ya se mencionó en la sección II.A.3, los cuatro modos de suministro son el eje para adquirir compromisos en negociaciones comerciales en cuanto al comercio de servicios. Cabe recordar que estos modos son el Modo 1 de *comercio transfronterizo*, el Modo 2 de *consumo en el extranjero*, el Modo 3 de *presencia comercial* y el Modo 4 de *presencia física de personas* o *movimiento temporal de personas*.

Los acuerdos comerciales suelen contemplar las categorías incluidas en la balanza de servicios de la cuenta corriente de la Balanza de Pagos, es decir el modo 1 y el modo 2, y además la movilidad de los factores de producción capital y trabajo (el modo 3 y el modo 4, respectivamente). De esta manera, el ámbito de aplicación del acuerdo en servicios puede expandirse e incorporar aspectos relacionados con la inversión extranjera directa (IED) y el movimiento temporal de personas.

3. Excepciones en los acuerdos comerciales

Las *excepciones* son el tercer elemento que define el alcance de un acuerdo comercial. Las *excepciones* son distintas a las *listas de reservas*, utilizadas en el enfoque de negociación de *lista negativa*, en tanto excluyen directa y plenamente los sectores exceptuados de los compromisos del acuerdo.

Los acuerdos comerciales suelen incluir un número limitado de *excepciones*, que se aplican a todas las Partes del acuerdo y eximen a dichas Partes de las disposiciones del mismo.

Los acuerdos comerciales suelen incluir un capítulo especial con estas excepciones, que se sitúa hacia el final del texto del Tratado. Estados Unidos suele incluir en el capítulo de *Excepciones* las medidas relacionadas con el medio ambiente y la protección de información relacionada con la seguridad nacional. Igualmente, en el TLC Canadá-EE.UU. y en el NAFTA se incluyó una *Excepción cultural* en el mencionado capítulo, cuyo alcance se explica en la sección II.D.3.

Las anteriores definiciones son fundamentales para analizar el contenido y el alcance de las negociaciones comerciales en el contexto multilateral de la OMC y para analizar los TLCs firmados por Estados Unidos de interés para Colombia. A continuación se discute el tratamiento de la cultura en la Organización Mundial del Comercio.

II.C. OMC: tratamiento a la cultura

Como ya se mencionó, la cultura no cuenta con un grupo de negociación específico en ningún acuerdo comercial, por lo cual el análisis de este tema involucra la evaluación de varios tópicos que la afectan de forma directa o indirecta.

En la Organización Mundial del Comercio (OMC), que promueve la liberalización del comercio en un marco de certeza legal para sus 148 miembros, la cultura se ha tratado principalmente en cuatro acuerdos que ya se mencionaron: el GATT, el GATS, el TRIPS y el TRIMS. En los primeros dos acuerdos existen referencias explícitas sobre aspectos del comercio de bienes y servicios culturales, mientras TRIPS y TRIMS afectan el ámbito cultural por su carácter transversal.

II.C.1. El acuerdo GATT

En el Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT) de 1947 existe un acuerdo tácito, sin *status* legal, de “excepción cultural” que brinda un tratamiento especial a algunos *bienes culturales*. Esta noción de excepción a la cultura en el ámbito multilateral se encuentra en el texto original de ese acuerdo, que autoriza el uso de *cuotas de pantalla*

en cine y, además, provee una *excepción general* para la protección de tesoros nacionales de valor artístico, histórico o arqueológico.³⁶ Este tratamiento particular en el GATT a los segmentos culturales mencionados no es sinónimo de *Excepción*, según la definición presentada en la sección II.B.2.b)3.

Esta “excepción cultural” tácita fue retomada por el GATT de 1994, que incorporó inalterados los aspectos mencionados en el texto de 1947 a la OMC, producto del debate introducido por Francia en cuanto a la necesidad de conservar la diversidad cultural durante el cierre de la Ronda de Uruguay.³⁷

II.C.2. El acuerdo GATS

a) Aspectos generales del GATS

Por su carácter multilateral, el GATS de 1995 es el piso y el denominador común de todos los acuerdos regionales y bilaterales en servicios, incluyendo los servicios culturales. A pesar de constituirse en un hito para los acuerdos en la materia, el GATS desafortunadamente no implicó un mayor nivel de liberalización pues países signatarios no reflejaron en sus compromisos el resultado de las liberalizaciones autónomas de los años ochenta y noventa.³⁸

Los compromisos listados en el GATS bajo el método de *lista positiva* operan como una garantía en la medida en que se consideran *consolidados*, es decir que no se pueden revertir. Así, las condiciones de ingreso y operación allí estipuladas por cada país quedan aseguradas para los servicios extranjeros o proveedores extranjeros de servicios.³⁹ El GATS incorpora *listas nacionales de compromisos*, que contemplan los cuatro modos de suministro de servicios: Modo 1 de *comercio transfronterizo*, Modo 2 de *consumo en el*

³⁶ Artículo IV, parte II y Artículo XX, literal f. Las cuotas de pantalla se refieren a la exigencia de un determinado porcentaje de exhibición de películas de producción nacional.

³⁷ Francia ha argumentado de tiempo atrás que los bienes y servicios culturales son diferentes en la medida en que transmiten o incorporan ideas, valores y modos de vida. Por este motivo, los bienes y servicios culturales no deberían estar en el ámbito de las negociaciones culturales de acuerdo con Francia y otros países a favor de esta tesis.

³⁸ Mattoo, A. (2000). “Developing Countries in the New Round of GATS Negotiations: Towards a Pro-active Role”.

³⁹ En caso de retirar un compromiso de una lista, el país tendría que compensar a los miembros del acuerdo.

extranjero, Modo 3 de *presencia comercial* y Modo 4 de *presencia física de personas* (ver sección II.A.3).

Los compromisos asumidos por los países en el GATS pueden aplicarse a todos los sectores de la *lista nacional* si son de tipo horizontal, o sólo a algunos sectores si son compromisos específicos. Las listas nacionales proveen campos para especificar las limitaciones a las obligaciones generales de *acceso a mercados* y *Trato Nacional*.⁴⁰ Así mismo, el GATS permite adoptar amplias *excepciones* al trato de NMF, que equivalen a exigencias de reciprocidad a cambio del trato preferencial y que deben quedar listadas en un anexo a la lista nacional.

b) Tratamiento a la cultura en GATS

En el marco del nuevo Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (GATS, por su sigla en inglés) de 1995 de la OMC, muy pocos países liberalizaron el intercambio de subcategorías de servicios del ámbito cultural.⁴¹ En efecto, una revisión de las listas nacionales de compromisos de las Partes realizada por la UNESCO (2000) señala que sólo 14 países, de un total de 50 que participaron en las primeras negociaciones en servicios de la OMC, inscribieron compromisos de apertura en *servicios audiovisuales* y *servicios de bibliotecas, archivos y museos*.

Entre los países aperturistas en esas dos categorías se destaca Estados Unidos (véase la sección III.B.2). En contraste, los países de la Unión Europea adoptaron una excepción al trato *Nación Más Favorecida* en esos sectores. A través de esta acción, la U.E. puede apoyar a su sector audiovisual mediante cuotas de pantalla, ayuda financiera para la producción y distribución de programas, y acuerdos regionales de coproducción, sin tener que extender estas preferencias a los otros miembros de la OMC.⁴²

⁴⁰ En cuanto a *acceso a mercados*, se pueden hacer compromisos limitados bajo 6 tipos de limitaciones específicas que deben inscribirse en las listas nacionales: número de proveedores; valor de las transacciones; número total de operaciones; número de personas físicas; restricciones relativas al tipo de entidad jurídica; y limitaciones a la participación de capital extranjero.

⁴¹ Este escaso nivel de compromisos en servicios no es indicio de que exista una “excepción cultural” en el GATS.

⁴² La vigencia de esta excepción es por un plazo de 10 años, por lo cual es probable que en 2005 se discuta su extensión en el Consejo de Servicios de la OMC.

Por su parte, Colombia también optó por no asumir compromisos en los segmentos de servicios culturales. Por ejemplo, el país no hizo extensivos sus compromisos de apertura en comercio de servicios en el GATS a los *servicios de radiodifusión y televisión*, una subcategoría de *servicios audiovisuales* (véase la sección III.B.1).

II.C.3. El acuerdo TRIPS ⁴³

El Acuerdo acerca de los Aspectos sobre los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (TRIPS por su sigla en inglés) dicta reglas comunes para la protección de los derechos de propiedad intelectual en las áreas de derechos de autor y derechos conexos, marcas, indicaciones geográficas, diseños industriales, patentes e información confidencial.⁴⁴ Como se mencionó en la sección II.B.1, la regulación de los derechos de autor y la manera como éstos se negocian en los acuerdos comerciales es un elemento fundamental para el comercio de industrias culturales.

El TRIPS ata los estándares de protección mínima para derechos de propiedad intelectual con el cumplimiento de las convenciones establecidas en la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (WIPO por su sigla en inglés), la Convención de París para la Protección de la Propiedad Industrial, y en la Convención de Berna para la Protección de Obras Literarias y Artísticas (ver sección II.B.1). Todo lo establecido en estas convenciones, con la excepción de lo estipulado en la Convención de Berna en materia de derechos morales, es considerado obligatorio bajo el TRIPS.

En cuanto a este último aspecto, el TRIPS aceptó que la Convención de Berna proveía un estándar básico de protección a los derechos de autor y se confirmó que estos derechos cubrían expresiones, y no ideas, procedimientos, métodos de operación o conceptos matemáticos.⁴⁵ Sin embargo, en materia de derechos morales, es decir el derecho a reclamar la autoría y objetar cualquier acción derogatoria en relación con una obra que sería perjudicial para la reputación del autor, se acordó que los miembros de la OMC no tendrían los derechos ni obligaciones establecidos en la Convención de Berna.

⁴³ Esta sección se basa en Reina *et al.* (2004), *Op. cit.*

⁴⁴ El TRIPS se basa en los principios de *Trato Nacional* y *trato Nación Más Favorecida*.

⁴⁵ Artículo 9.2 del TRIPS.

Adicionalmente, los países en desarrollo pueden, bajo ciertas condiciones, limitar a la contraparte los derechos a traducir obras nacionales y reproducirlas.

Aparte de los principios generales, el TRIPS trata de manera específica algunas industrias culturales, en particular la cinematográfica y la protección de los intérpretes, los productores, y las empresas de transmisión y difusión. A los transmisores y difusores se les otorga el derecho de prohibir la grabación no autorizada, la reproducción de estas grabaciones y la retransmisión al público de sus transmisiones televisivas. El término de protección para intérpretes y productores es de al menos 50 años, y de 20 años para las empresas de transmisión y difusión. Adicionalmente, los países pueden proveer a los intérpretes, productores y transmisores las condiciones, limitaciones, excepciones y reservas permitidas en la Convención de Roma (ver sección II.B.1).

II.C.4. El acuerdo TRIMS⁴⁶

La inversión extranjera, a diferencia de los bienes, servicios y propiedad intelectual, no ha sido tratada de manera exclusiva en un solo acuerdo suscrito en el marco de la OMC. Los asuntos de la inversión relacionados con *bienes* se han tratado en el Acuerdo sobre las Medidas en Materia de Inversiones relacionadas con el Comercio (TRIMS por su sigla en inglés), mientras que los asuntos relacionados con los *servicios* han sido tratados en el GATS a través del modo 3 de *presencia comercial*.

El TRIMS se refiere a las políticas sobre inversión extranjera directa (IED) adoptadas por los países miembros de la OMC y sólo se aplica a las medidas que afectan el comercio de *bienes*. Este acuerdo reconoce que algunas políticas de inversión pueden restringir y distorsionar el comercio. Por lo tanto, el acuerdo estipula que ningún país signatario puede aplicar medidas que vayan en contra del principio de *Trato Nacional* y ratifica la prohibición de restricciones cuantitativas establecida por el GATT.⁴⁷ El propósito central del TRIMS es desincentivar políticas sobre inversión extranjera que establezcan requisitos de contenido local en la producción, impongan límites a las importaciones o exijan niveles determinados de exportación.

⁴⁶ Esta sección se basa en Reina *et al.* (2004), *Op. cit.*

⁴⁷ Estas restricciones cuantitativas se denominan también *requisitos de desempeño*.

En la medida en que el GATS cubre el modo 3 de *presencia comercial*, las disposiciones de este acuerdo multilateral afectan las políticas de inversión extranjera. Esto ocurre si los países asumen compromisos de otorgar *Acceso a mercados* y aplicar *Trato Nacional*.⁴⁸ En esas listas los gobiernos pueden imponer diferentes limitaciones a los proveedores de servicios extranjeros. Estas restricciones pueden ser límites a los montos de la inversión, restricciones a la participación extranjera en una empresa de servicios y limitaciones al tipo de entidad conformada.

II.D. La cultura en los TLCs impulsados por Estados Unidos

Estados Unidos ha suscrito varios acuerdos comerciales que contienen capítulos con disciplinas que afectan el comercio de bienes y servicios de industrias culturales entre las Partes. Esta sección evalúa el contenido y los alcances de los capítulos relevantes para las industrias culturales, en particular los tratados firmados por Estados Unidos (EE.UU.) con Canadá (1989), Canadá y México (NAFTA, 1994) y Chile (2003).⁴⁹ Como ya se mencionó en la sección II.B.2, estos acuerdos no han contemplado un grupo de negociación específico para tratar el tema de la cultura. La cultura es un tema transversal en las negociaciones comerciales, que se ve afectado por lo que se acuerda en las diferentes mesas de negociación.

La metodología escogida para comparar los capítulos relevantes de estos Tratados de Libre Comercio (TLCs) tiene como objetivo extraer conclusiones sobre el grado de flexibilidad de EE.UU. en una negociación de este tipo, y no busca analizar exhaustivamente los textos y los anexos de los mismos. Esta aproximación a los TLCs mencionados es útil para determinar los posibles intereses defensivos y ofensivos de Estados Unidos en la negociación de industrias culturales con Colombia, de tal manera

⁴⁸ Como ya se mencionó en este capítulo, el modo 3 involucra la exigencia de presencia en el territorio nacional a un prestador extranjero de un servicio, la cual se da a través de la inversión de recursos foráneos para su establecimiento.

⁴⁹ Como ya se mencionó en la sección II.B.2.a), Estados Unidos ha negociado un gran número de TLCs desde 2000. En esta sección nos concentramos en los considerados como más representativos e importantes para el caso colombiano.

que sirva de soporte a la evaluación sobre el sector de la televisión, realizada en el Capítulo III de este documento.⁵⁰

El análisis del tratamiento de la cultura en estos TLCs se adelanta mediante dos ejercicios. El primero contempla una enumeración de las principales características de los TLCs mencionados y de sus capítulos más relevantes para el área cultural. El segundo considera las *listas de reservas* o *medidas disconformes* de los capítulos de *Comercio transfronterizo de servicios* y de *Inversión* suscritos por las Partes de los TLCs analizados, las cuales afectan los compromisos de liberalización asumidos en esos capítulos.

II.D.1. Características generales de los TLCs

Utilizando los conceptos básicos sobre negociaciones comerciales expuestos en la sección II.B.2.b), un análisis de los TLCs recientes suscritos por Estados Unidos señala que el enfoque de negociación que predomina en estos acuerdos desde NAFTA ha sido el de *lista negativa*.⁵¹

Estados Unidos redefine los Modos 1 y 2 de suministro de servicios en un sentido más amplio en TLCs recientes, al denominarlos *suministro transfronterizo*. Estos modos están cubiertos en los tratados suscritos por Estados Unidos en el capítulo titulado *Comercio transfronterizo de servicios*, llamado alternativamente *Servicios*. El Modo 3 de *presencia comercial*, entre tanto, es materia del capítulo de *Inversión* en estos acuerdos. El Modo 4 de *movimiento temporal de personas* puede incluirse en la negociación del capítulo de *Servicios* bajo la categoría de *Servicios profesionales*, tal como ocurrió en el acuerdo

⁵⁰ Las disciplinas comúnmente aceptadas en estos TLCs, como Solución de Controversias, Defensa Comercial (*antidumping*, salvaguardias, etc.) y los temas Laboral y Ambiental, no son consideradas en el análisis.

⁵¹ El método de *lista positiva* sólo se utiliza en el TLC entre Canadá y Estados Unidos. Recientemente, la *lista positiva* se ha usado únicamente para los capítulos de *Contratación pública* (o compras del Estado) y *Servicios financieros*. En el capítulo de *Contratación*, la *lista positiva* se utiliza únicamente para las entidades a las cuales aplicará el mismo, y para los *Servicios financieros* la *lista positiva* aplica sólo en el caso de comercio transfronterizo.

CAFTA.⁵² La alternativa consiste en estructurar un capítulo distinto al de Servicios para el Modo 4, como en el TLC entre Chile y Estados Unidos.⁵³

Las *reservas* o *medidas disconformes* en cuanto a las obligaciones derivadas de los capítulos de *Servicios* e *Inversión* son listadas en los TLCs recientes suscritos por Estados Unidos en el llamado “Anexo I”. Las *futuras medidas disconformes* se encuentran en el denominado “Anexo II”. Por último, las *excepciones al trato NMF* pueden hallarse listadas tanto en el Anexo I como en el Anexo II.⁵⁴

II.D.2. Capítulos de los TLCs que inciden sobre las industrias culturales

En esta sección se evalúa qué se negocia en cada uno de los capítulos relevantes para las industrias culturales. Estos capítulos son los siguientes: a) Acceso a mercados (bienes industriales y agrícolas); b) Comercio transfronterizo de servicios; c) Inversión; d) Propiedad intelectual; e) Contratación pública; f) Telecomunicaciones; g) Política de competencia; y h) Comercio electrónico. En algunos tópicos se indica brevemente la trascendencia de las negociaciones comerciales para los mismos.⁵⁵ Como se menciona en el Capítulo III de este trabajo, estos capítulos son igualmente importantes para efectos del ámbito de cobertura de un TLC respecto al sector de la televisión.

a) Acceso a mercados (bienes industriales y agrícolas)

Con base en el principio de *Trato Nacional*, el capítulo sobre *Acceso a mercados* se enfoca en la eliminación de las barreras arancelarias y para-arancelarias al comercio de bienes industriales y agrícolas. Por lo tanto, la mesa de negociación sobre *Acceso a mercados* contempla la eliminación de los aranceles para la circulación de bienes culturales entre las Partes, para lo cual se establece un cronograma de desgravación con varios plazos o *canastas*. Aunque pueden cambiar de un acuerdo a otro, estas *canastas*

⁵² El acuerdo CAFTA se refiere al TLC negociado entre Estados Unidos y Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y República Dominicana.

⁵³ Véase el Capítulo 14 TLC Chile-EE.UU., *Entrada temporal de personas de negocios*.

⁵⁴ El “Anexo III” en TLCs recientes impulsados por EE.UU. corresponde a las reservas en *Servicios financieros*.

⁵⁵ Otras disciplinas comúnmente aceptadas en estos TLCs, como Solución de Controversias, Defensa Comercial (*antidumping*, salvaguardias, etc.) y los temas Laboral y Ambiental, no son consideradas en el análisis a pesar de que pueden tener efectos indirectos sobre las industrias culturales.

por lo general se pactan en los siguientes plazos: A – desgravación inmediata; B – desgravación a 5 años; C – desgravación a 10 años; y D – desgravación a 15 años.

La negociación del capítulo de *Acceso* también incluye la negociación de *normas de origen*, cuyo propósito es evitar que productos que no clasifiquen como nacionales por su contenido sean intercambiados bajo las ventajas otorgadas en el marco del tratado.

b) Comercio transfronterizo de servicios

El capítulo sobre ***Comercio transfronterizo de servicios*** (o ***Servicios***) se concentra en la negociación de la remoción de barreras a su comercio, con excepción del Modo 3 de *presencia comercial* que se trata en el capítulo de *Inversión*. Así, la mesa de negociación sobre *Servicios* contempla la eliminación de las barreras al Modo 1 de *comercio transfronterizo*, al Modo 2 de *consumo en el extranjero* y al Modo 4 de *movimiento temporal de personas*. Ejemplos de las barreras objeto de negociación por los tipos de suministro de servicios se encuentran en el Cuadro II-1 de este documento.

Como ya se mencionó en la sección II.B.2.b), las negociaciones en *Servicios* abarcan el ejercicio de listar como *reservas* aquellos aspectos de las leyes o regulaciones nacionales que son contrarias a las *obligaciones generales* del TLC una vez éste entre en vigor (Anexo I de *medidas disconformes*). Así mismo, la negociación en *Servicios* contempla la elaboración de un Anexo II de *futuras medidas disconformes*, cuyo propósito bajo el enfoque de *lista negativa* es mantener un margen de maniobra para futuras medidas de política respecto al sector de interés.⁵⁶

c) Inversión

La literatura especializada destaca que el establecimiento de normas adecuadas y transparentes que promueven la inversión extranjera directa (IED) ayuda a atraer mayores flujos de capitales foráneos, que contribuyen al crecimiento económico y la reducción de la pobreza. Por lo tanto, el capítulo de ***Inversión*** es fundamental para el país y cualquier

⁵⁶ Véase sección II.B.2.b) de este trabajo.

sector que pretenda expandir con uso de capital el tamaño de su operación en Colombia o en el territorio del socio comercial.⁵⁷

Para las industrias culturales es relevante destacar que la mesa de *Inversión* discute la remoción de barreras al Modo 3 de *presencia comercial*. Este tipo de suministro de servicios se relaciona con una empresa de un país que ubica una filial o subsidiaria en otro país para prestar sus servicios en él. Las barreras más comunes a la inversión extranjera directa (IED) son la prohibición de establecimiento, la limitación a la propiedad extranjera y las limitaciones al tipo de entidad jurídica que debe adoptar la persona o empresa extranjera para prestar sus servicios en el país (véase Cuadro II-1). Los gobiernos pueden considerar de interés mantener este tipo de barreras en algunos sectores relacionados con servicios culturales por diversas razones, como por ejemplo la preservación de la identidad nacional.

Al igual que sucede en el caso de *Servicios*, la mesa de *Inversión* contempla la negociación de las *reservas* que se incluirán en el TLC, las cuales son contrarias a las *obligaciones generales* del TLC una vez éste entre en vigor (Anexo I de *medidas disconformes*), o se considera que a futuro podrían estar en situación de disconformidad con esas obligaciones generales (Anexo II de *futuras medidas disconformes*).

d) Propiedad intelectual

La negociación sobre ***Propiedad intelectual*** comprende dos grandes temas: los derechos de ***propiedad industrial*** y los ***derechos de autor y los derechos conexos***. La ***propiedad industrial*** no tiene una injerencia significativa sobre las industrias culturales, por lo cual no se trata en este trabajo.⁵⁸ En cambio, los ***derechos de autor*** son cruciales para el desarrollo de las industrias culturales, pues protegen las obras artísticas, literarias, cinematográficas, fonográficas, radiales, televisivas y audiovisuales, y estimulan y

⁵⁷ En términos generales, los capítulos de *Inversión* en TLCs suscritos por EE.UU. contienen los siguientes temas que definen su alcance: ámbito de aplicación, cláusulas de admisión, cláusulas de tratamiento, cláusulas sobre transferencias, expropiación, solución de controversias entre las Partes, y solución de controversias entre un Estado y un inversionista. Véase Secretaría de la Comunidad Andina (2003) y (2004) para una comparación analítica del capítulo de *Inversión* del TLC Chile-EE.UU. y el CAFTA.

⁵⁸ El régimen de propiedad industrial rige las creaciones industriales (reglamentadas por patentes), registros de modelos de utilidad, modelos industriales y modelos de dibujos industriales, y variedades vegetales

retribuyen el trabajo de creación y producción. En lo concerniente a las industrias culturales, la mesa de propiedad intelectual se enfoca en concertar definiciones y tratamientos en materia de *derechos de autor* y conocimiento tradicional, y determinar aspectos relacionados con el control y la sanción de la piratería.

Como se menciona más adelante en la sección V.A.4, la tradición jurídica en derechos de autor incide sobre los temas de negociación en cuanto a *derechos de autor* y *derechos conexos*. El derecho de autor es la protección que le otorga el Estado al creador de las obras literarias o artísticas desde el momento de su creación y por un tiempo determinado. Los derechos conexos se refieren a los derechos de los artistas, intérpretes o ejecutantes, productores de fonogramas y organismos de radiodifusión, en relación con sus interpretaciones o ejecuciones, fonogramas y emisiones de radiodifusión, respectivamente.⁵⁹ Según la Dirección Nacional de Derechos de Autor, una obra literaria o artística se entiende protegida por el derecho de autor, independientemente del soporte en que ella esté plasmada, o la forma en que ésta haya sido expresada. En otras palabras, las obras serán protegidas independientemente de si tienen un soporte material o no

e) Contratación pública

La negociación del capítulo de ***Contratación pública*** busca brindar acceso a los proveedores de bienes y servicios extranjeros a los procesos de adquisición de las entidades públicas de las Partes de un TLC. Para tal efecto, la mesa sobre contratación pública elabora una *lista positiva* de entidades (a nivel central de gobierno) a las cuales se aplicarían las obligaciones generales de este capítulo. Además, se negocia una *lista negativa* de bienes y servicios o reservas al capítulo de contratación pública, los cuales no asumirían los compromisos contemplados en el mismo. Adicionalmente, esa mesa de negociación determina unos *umbrales*, o valores mínimos, para determinar cuáles compras o licitaciones podrían estar al alcance de la otra Parte en un TLC.

entre otros. También abarca marcas, nombres comerciales, denominaciones de origen y anuncios o avisos comerciales.

⁵⁹ Fuente: Dirección Nacional de Derechos de Autor, www.derautor.gov.co

f) Telecomunicaciones

Como se menciona de forma explícita en los tratados, el capítulo de **Telecomunicaciones** no cubre medidas relativas a la radiodifusión o distribución por cable de programación de radio o televisión en los acuerdos impulsados por Estados Unidos. Sin embargo, los operadores de televisión por cable quedarían cubiertos por este capítulo en la medida en que dichas empresas involucren dentro de sus servicios la prestación, por ejemplo, del servicio de internet.

De hecho, la distinción entre transmisión de datos y teledifusión es cada vez más difícil debido al proceso de convergencia tecnológica que se viene presentando en el sector de telecomunicaciones. Por lo tanto, se considera que la negociación sobre el acceso y uso de las redes y de los servicios públicos de telecomunicaciones entre las Partes del TLC incidirá en el futuro de industrias culturales como la radiodifusión y la televisión.

g) Política de competencia

Este capítulo abarca una serie de disciplinas para contrarrestar prácticas anti-competitivas que afecten el comercio de bienes y servicios entre las Partes. El objetivo del capítulo es promover la eficiencia económica y el bienestar de los consumidores, con énfasis en cláusulas de cooperación entre las respectivas autoridades y un compromiso de transparencia en las políticas de competencia gubernamentales. Entre todos los TLCs recientes impulsados por Estados Unidos, sólo se ha incluido un texto sobre este tema en tres acuerdos: Australia (2004), Chile (2003) y Singapur (2003).

h) Comercio electrónico

El capítulo sobre **Comercio electrónico**, incluido en todos los TLCs recientes suscritos por Estados Unidos, busca eliminar la imposición de aranceles, tarifas u otras cargas al flujo de comercio electrónico. El capítulo señala que los **contenidos** electrónicos se deben regir por los capítulos correspondientes, según el caso: *Servicios*, *Inversión*, *Servicios financieros* o *Propiedad intelectual*. Por lo tanto, la discusión en la mesa de negociación sobre este tema es de carácter eminentemente aduanero.

Lo que termine acordándose en la mesa sobre *Comercio electrónico* es de gran relevancia para las industrias culturales, puesto que los desarrollos tecnológicos en cuanto a mayor ancho de banda y velocidad de acceso a internet, por ejemplo, podrían cambiar la plataforma de transmisión en cuanto al comercio de industrias como el cine y la televisión. En este sentido, este capítulo tiene relación con el debate sobre la naturaleza de ciertos productos (como libros y películas) que pueden hacerse disponibles “en línea” y que tienen una copia material (física) equivalente. De hecho, aún se discute en la UNESCO si estos deben ser considerados “bienes virtuales” o si se deben abordar como un servicio. Debido a que el comercio internacional trata de manera diferente los bienes y los servicios, la normatividad que rija el comercio electrónico incidirá sobre la preferencia por el comercio físico o virtual de estos bienes y servicios. Retomamos este tema en mayor detalle en la sección V.A.8.

A continuación analizamos el tratamiento que han recibido las industrias culturales en acuerdos de libre comercio suscritos por Estados Unidos en años recientes, para lo cual utilizamos el anterior el marco analítico y conceptual. Por su importancia para efectos de este estudio, se enfatizan los resultados en servicios, inversión y propiedad intelectual. En la sección V.A retomamos la totalidad de capítulos de negociación anteriormente relacionados, para el caso específico de la televisión.

II.D.3. Tratamiento a las industrias culturales en los TLCs

En contraste con el tratamiento de la cultura en el ámbito multilateral, los TLCs impulsados por Estados Unidos contemplan una *Excepción cultural* explícita en el acuerdo bilateral Canadá-EE.UU. de 1989, que se mantiene entre estos dos países con importantes modificaciones en el NAFTA. Este tipo de excepción no se encuentra en ningún acuerdo comercial negociado posteriormente por los estadounidenses. Desde mediados de los años noventa Estados Unidos ha preferido negociar *Reservas* cuando sus contrapartes buscan algún tratamiento especial para las industrias culturales en el marco del acuerdo de libre comercio.⁶⁰ No sobra destacar que la posición de negociación de

⁶⁰ Como ya se mencionó en la sección II.C, en el marco de la Organización Mundial del Comercio hay un acuerdo tácito de “excepción cultural” en el acuerdo del GATT, que se aplica a un conjunto limitado de

Estados Unidos se inclina a la liberalización total del comercio de los bienes y servicios culturales.⁶¹

A continuación nos concentramos en los principales resultados para las industrias culturales en las esferas de servicios e inversión en tratados firmados por Estados Unidos (EE.UU.) con Canadá (1989), Canadá y México (NAFTA, 1994) y Chile (2003). Por su importancia, en el caso de NAFTA y el TLC Chile-EE.UU. mencionamos brevemente los resultados de la negociación en propiedad intelectual de interés para este estudio.

a) TLC Canadá-Estados Unidos

En el marco de este acuerdo bilateral de comercio vigente a partir de 1989, Canadá obtuvo de Estados Unidos una *Excepción cultural* para las industrias relacionadas con la cultura.⁶² Como se mencionó en la sección II.B.2.b), una excepción de este estilo exime a las industrias culturales de todas las obligaciones de liberalización del Tratado. Los *bienes y servicios* exceptuados mediante esta *Excepción cultural* en el TLC entre Canadá y Estados Unidos fueron los siguientes:

- Libros, revistas, publicaciones periódicas o diarios impresos o legibles por medio de máquina (publicación, distribución o venta).
- Grabaciones de películas o video; Grabaciones de música en audio o video (producción, distribución, venta o exhibición).
- Música impresa o legible por medio de máquina (publicación, distribución o venta).
- La comunicación por radio en la cual las transmisiones tengan el objeto de ser recibidas por el público en general.
- Todas las actividades relacionadas con la radio, televisión y transmisión por cable y los servicios de programación de satélites y redes de transmisión.

bienes culturales, y una exclusión voluntaria de compromisos de liberalización en *servicios culturales* por parte de la mayoría de países que pactaron el GATS.

⁶¹ Véase M. Robert (2000), "Culture: Preserving the Status Quo", en *Negotiating NAFTA: Explaining the Outcome in Culture, Textiles, Autos and Pharmaceuticals*, University of Toronto Press.

⁶² TLC Canadá-Estados Unidos: Artículo 20.05 y Artículo 20.12.

En cuanto a las disposiciones sobre inversión, se acordó que si Canadá llegara a solicitar el retiro de capital estadounidense de una empresa que hubiera sido adquirida indirectamente, las autoridades canadienses debían garantizar que esa empresa se compraría a un precio justo de mercado.⁶³

Los anteriores resultados de la negociación comercial entre Canadá y Estados Unidos son el producto de una posición canadiense de protección a su cultura, pues como se mencionó EE.UU. favorece una amplia liberalización del comercio. Como es conocido, Canadá comparte una amplia frontera geográfica con Estados Unidos en cuyas cercanías habita el 80% de su población, la cual no enfrenta barreras de idioma para consumir productos estadounidenses (excepto Québec).⁶⁴ En este contexto, el gobierno canadiense aplica una activa política cultural que busca apoyar a sus industrias. No obstante lo anterior, los productos audiovisuales canadienses cuentan con una participación baja en el mercado local. El Cuadro II-3 muestra que en todos los segmentos culturales el porcentaje de productos importados por Canadá es superior a 80% del total consumido, con dos excepciones: i) la televisión, que es regulada por cuotas de pantalla; y ii) la localidad de Québec, lugar en el cual el lenguaje, las barreras culturales y las políticas locales impiden el ingreso de importaciones de este sector.⁶⁵

Cuadro II-3
Mercados culturales: porcentaje de contenido importado (1996)

Industria	Estados Unidos	México	Canadá	Québec, Canadá
Cadenas de TV	2%	30%	50%*	27%*
Cine	1%	80%*	95%	95%
Libros (<i>bestsellers</i>)	14%	n.d.	80%	60%
Discos	n.d.	n.d.	89%	75%
Videos	n.d.	80%	95%	n.d.

Fuente: Galperin, H. (1999), "Cultural Industries in the Age of Free-Trade Agreements", *Canadian Journal of Communication*, Table 3.

Notas: n.d. dato no disponible. * El contenido en estos mercados es regulado por cuotas de pantalla.

⁶³ TLC Canadá-Estados Unidos, Artículo 16.07.

⁶⁴ *Ibid.*

⁶⁵ Galperin, H. (1999), *Op. cit.*

Como se verá más adelante, la iniciativa canadiense de buscar exceptuar la cultura de las negociaciones comerciales se extendió al NAFTA y de alguna manera sigue vigente. El Gobierno de Canadá ha promovido activamente la adopción de una *Excepción cultural* en el marco de las negociaciones de un Acuerdo de Libre Comercio de las Américas (ALCA), igual a la que incluyó en el TLC Canadá-Chile que entró en vigor en 1997.⁶⁶ Adicionalmente, Canadá es promotor de la adopción de un tratado internacional sobre diversidad cultural sobre el cual trabaja la UNESCO, iniciativa que se discute en la sección II.E.

En suma, la *Excepción cultural* del TLC entre Canadá y Estados Unidos tiene el mayor alcance posible de una medida de este estilo, pues sustrae de las obligaciones generales del acuerdo a los bienes y servicios culturales, según la definición mencionada.

b) NAFTA

En el Tratado de Libre Comercio entre Canadá, Estados Unidos y México de 1994 (NAFTA, por su sigla en inglés), Estados Unidos accedió a mantener la *Excepción cultural* frente a Canadá con tres importantes salvedades.⁶⁷ En primer lugar, esta excepción no se extendería a México. En segundo término, los *bienes culturales* no estarían cubiertos por la *Excepción cultural* en el NAFTA. En tercera instancia, la excepción en cuestión no consideraría como sector cultural la labor de impresión y tipografía. La definición de industrias culturales en NAFTA abarca “a toda persona que lleve a cabo cualquiera de las siguientes actividades”, con lo cual se refiere a los siguientes *servicios*:⁶⁸

1. La publicación, distribución o venta de libros, revistas, publicaciones periódicas o diarios impresos o legibles por medio de máquina, pero no incluye la actividad de impresión ni de composición tipográfica.
2. La producción, distribución, venta o exhibición de grabaciones de película o video.
3. La producción, distribución, venta o exhibición de grabaciones de música en audio o video.

⁶⁶ Gobierno de Canadá (2003), “Documento sobre diversidad cultural en las negociaciones del ALCA”.

⁶⁷ M. Robert (2000), *Op.cit.*

⁶⁸ NAFTA: Artículo 21.07.

4. La publicación, distribución o venta de música impresa o legible por medio de máquina.
5. Las radiocomunicaciones en las cuales las transmisiones tengan el objeto de ser recibidas directamente por el público en general, así como todas las actividades relacionadas con la radio, la televisión y transmisión por cable y los servicios de programación de satélites y redes de transmisión.

Sin embargo, como lo señala Galperin (1999), en la práctica Canadá tiende a no abusar de esta *Excepción cultural*. En NAFTA, al igual que en el TLC Canadá-EE.UU., existe la posibilidad de retaliación por parte de Estados Unidos en el caso en que las medidas canadienses al amparo de la excepción tengan efectos comerciales.⁶⁹ De esta manera, el uso de esta alternativa para proteger a industrias culturales canadienses ha sido en la práctica marginal.

En contraste con el proteccionismo cultural canadiense, los asuntos de las industrias culturales no generaron temor en México durante la negociación del NAFTA. Según el jefe del equipo negociador mexicano, Herminio Blanco, “el tema tiene poca relevancia y no es motivo de preocupación considerando nuestra herencia cultural”.⁷⁰ Existen por lo menos dos factores que ayudan a dilucidar la anterior afirmación de Blanco. En primera instancia, el Cuadro II-3 muestra que las importaciones de industrias culturales tienen una menor penetración en México en comparación con Canadá. En el sector de la televisión esta situación se presenta por una incompatibilidad entre los contenidos estadounidenses, y la demanda (o preferencia) mexicana por telenovelas y otras producciones nacionales. Por ende, factores de diferencia cultural limitan el atractivo de productos estadounidenses para los mexicanos en algunos sectores relacionados con la cultura.

En segundo término, el NAFTA era visto por los mexicanos como un paso adicional natural en el proceso de liberalización de las industrias mexicanas de telecomunicaciones y medios, que se había iniciado años antes en el marco de la liberalización general de la economía mexicana. Para ese momento, unos pocos conglomerados audiovisuales mexicanos controlaban una gran porción del mercado audiovisual doméstico. Un ejemplo

⁶⁹ NAFTA: Artículo 21.06 y Anexo 21.06.

⁷⁰ H.Galperin (1999), *Op.cit.*

es Televisa, que además para entonces ya estaba muy bien posicionada como exportadora de contenido al mercado latino en Estados Unidos. Una mayor liberalización con Canadá y Estados Unidos, por lo tanto, era vista por el sector privado mexicano como una gran oportunidad para continuar ampliando sus negocios en mercados internacionales.

No hay que soslayar los logros de Estados Unidos en NAFTA, en particular con respecto a la limitación de la *Excepción cultural* con Canadá. Además, Estados Unidos logró en NAFTA prohibir la importación de obras no autorizadas, lo que implica que los autores y sus sucesores tienen el derecho de autorizar o prohibir la importación de copias no autorizadas. Sin embargo, Estados Unidos no logró que México prohibiera la importación paralela.⁷¹ Además, en NAFTA los derechos morales de los autores quedaron excluidos tal como están tratados en la Convención de Berna. Así, los derechos de autor en este acuerdo cubren la transferencia por contrato de los derechos económicos sobre una obra y se admite que el que recibe los derechos pueda obtener remuneración económica de su explotación.⁷²

En cuanto al tema de servicios e inversión, se acordaron dos grandes reservas en los sectores de publicaciones, y de transmisión y difusión. Por un lado, Estados Unidos se reservó el derecho de establecer condiciones para la propiedad en la industria de publicación de periódicos, así como en la industria de cable y radiocomunicaciones. Por su parte, México se reservó el derecho a tomar cualquier medida en cuanto a la inversión en transmisión, distribución multipunto y servicios de televisión de alta definición.⁷³

c) TLC Chile-Estados Unidos

El Tratado de Libre Comercio entre Chile y Estados Unidos (2003) no incluye una *Excepción cultural* como la discutida en líneas anteriores. En cambio, este TLC utiliza *reservas* o *medidas disconformes* para renglones de las industrias culturales.

⁷¹ Este concepto se refiere a la importación de obras protegidas, cuya distribución y venta no está autorizada por el tenedor de los derechos.

⁷² M.Robert (2000), *Op.cit.*

⁷³ El Cuadro III-10 y el Cuadro III-12 del Capítulo III contienen el detalle de estas reservas, que serán retomadas para analizar el sector de la televisión en los TLCs impulsados por Estados Unidos.

Chile establece una *Reserva* de alcance limitado a la obligación de trato *Nación Más Favorecida* de los capítulos de *Servicios e Inversión* para las industrias culturales. En esa reserva se definen las industrias culturales en igual sentido que en el TLC entre Canadá y Estados Unidos y en NAFTA, es decir que abarca “a toda persona que lleve a cabo cualquiera de las siguientes actividades”:

1. La publicación, distribución o venta de libros o revistas, publicaciones periódicas o diarios impresos o electrónicos (pero no incluye la actividad aislada de impresión o composición tipográfica de ninguna de las anteriores).
2. La producción, distribución, venta o exhibición de grabaciones de películas o video.
3. La producción, distribución, venta o exhibición de grabaciones de música en audio o video.
4. La producción, distribución o venta de música impresa o legible por medio de máquina.
5. Las radiocomunicaciones en las cuales las transmisiones tengan objeto de ser recibidas directamente por el público en general, así como todas las actividades relacionadas con la radio, televisión y transmisión por cable y los servicios de programación de satélites y redes de transmisión.

Aunque esta reserva se ha denominado en algunos círculos como “reserva cultural”, su alcance es limitado pues sólo otorga a Chile flexibilidad para celebrar cualquier tipo de acuerdo internacional de cooperación en servicios culturales, sin que exista la obligación de extender esos beneficios a Estados Unidos. Como esta reserva se refiere exclusivamente al trato NMF, los estadounidenses pueden acceder a fondos chilenos, como Fondart y el Fondo del Libro, puesto que la misma no se extiende a la obligación de otorgar *Trato Nacional*.

Existen otras reservas adoptadas por parte de Chile en las industrias culturales, entre las cuales se destacan las siguientes políticas nacionales que ese país podrá mantener en el contexto de un TLC con Estados Unidos: i) la imposición de cuotas de pantalla en televisión, de 40% de contenido nacional en la programación de TV abierta; ii) límites a las concesiones para radioemisoras cuando el capital extranjero excede el 10% del capital; iii) exigencia de nacionalidad chilena para el personal superior y representantes

legales de comunicación social; y iv) la protección de derechos otorgados a poblaciones autóctonas.⁷⁴

En cuanto a derechos de autor, Chile tendrá que ajustar su legislación al TRIPS y adoptar medidas que garanticen una protección más estricta que la del acuerdo multilateral. Por ejemplo, el TLC exige una protección de vida más 70 años para derechos de autor y conexos, mientras que la misma en TRIPS es de vida más 50 años.

Como se muestra en el Capítulo III de este trabajo, países como Costa Rica y Australia han incluido una *Reserva cultural* idéntica a la chilena, por lo cual presenta el mismo tipo de limitaciones mencionadas. Sin embargo, como se comentará más adelante, Australia logró negociar una reserva adicional que logra un mayor aislamiento de algunas industrias culturales de los compromisos de liberalización comercial asociados con estos acuerdos.

En suma, el alcance de la *Excepción cultural* negociada por Canadá con Estados Unidos en 1989 se redujo sustancialmente con el NAFTA. A partir de ese último TLC, Estados Unidos ha aceptado negociar *Reservas* cuando sus contrapartes buscan algún tratamiento especial para las industrias culturales en el marco de un acuerdo de libre comercio con ese país.

II.E. Oportunidades y riesgos del comercio para las industrias culturales

Como ya se expuso, en los últimos años se ha dado una marcada profundización de los procesos de liberalización comercial en el mundo, resultado de las negociaciones multilaterales y regionales. Esos procesos han implicado mayor intercambio de bienes y servicios culturales, lo que ha generado preocupación por los efectos de la integración económica sobre la cultura.

Como se mencionó en la subsección II.A.2, el comercio de *bienes culturales* no sólo beneficia a los países más desarrollados. Los ejemplos citados sobre Colombia y México ofrecen alguna evidencia en el sentido que, en el campo de los bienes culturales, el comercio internacional brinda oportunidades para su expansión. Sin embargo, la

⁷⁴ Estas reservas se encuentran relacionadas en el Cuadro III-13 del Capítulo III.

capacidad de los países en desarrollo para aprovechar estas oportunidades es asimétrica por lo menos por tres motivos.

En primera instancia, mientras algunos países han consolidado sus industrias culturales, en otros éstas se están debilitando. Como consecuencia, los flujos comerciales de bienes culturales son sesgados y tienden a estar muy concentrados en pocos países.⁷⁵ En algunas industrias culturales, como los servicios de televisión, las economías de escala juegan un papel central, lo que da ventaja a los países desarrollados sobre los menos desarrollados. En segundo término, en cuanto al intercambio de servicios culturales, los compromisos de liberalización no han favorecido al modo 4 de *movimiento temporal de personas*, que se considera como fuente de ventaja comparativa de los países en desarrollo. Esta desigualdad en las negociaciones radica en que tiende a establecerse una correspondencia errónea entre este tópico y el tema migratorio, por lo cual las negociaciones comerciales se han enfocado en la práctica en la apertura de los otros tres modos de suministro. Por último, las industrias culturales muestran grandes disparidades en sus estructuras, tanto entre los diferentes bloques comerciales regionales, como dentro de cada uno de estos bloques.⁷⁶

En este contexto, el libre comercio también presenta amenazas para las culturas de los países en desarrollo. La cultura y los productos culturales son elementos esenciales de la construcción de la identidad, a través de los cuales se manifiesta la diversidad de las ideas, modos de vida, valores y conocimientos tradicionales de diferentes pueblos, y contribuyen a la cohesión social. Las expresiones artísticas, como la culinaria, la literatura y la música, son manifestaciones de la cultura propia de un país y de sus diferentes razas.

El comercio internacional transforma los modos tradicionales de la producción y la diseminación de la cultura, por lo cual el libre comercio tiende a inducir la homogeneización de las prácticas de consumo y de las formas de producción de bienes y

⁷⁵ Ramsdale, *Op. cit.*

⁷⁶ *Ibid*, pg.v.

servicios culturales.⁷⁷ Esta circunstancia es vista como una amenaza para la diversidad cultural, lo cual ha motivado la creación de *Coaliciones para la Diversidad Cultural* en Argentina, Australia, Canadá, Colombia, Corea del Sur, Chile, España, México, Nueva Zelanda y tres países africanos.⁷⁸ Con base en la *Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural* de la UNESCO (2001) y el apoyo de este tipo de coaliciones, la UNESCO busca materializar un Tratado Internacional sobre Diversidad Cultural, cuya discusión se inició en septiembre de 2004. El objetivo de este acuerdo sería excluir a la cultura de las negociaciones comerciales, si bien no aplicaría a acuerdos comerciales previos.

Además, la tendencia a la globalización acompañada del fortalecimiento de organismos multilaterales de orden supranacional, que cada vez ejercen mayor presión sobre la regulación de cada país, ha llevado a que muchos gobiernos perciban una pérdida gradual de su capacidad de orientar la producción y distribución de los bienes y servicios culturales. Sin embargo, como ya se mencionó, la integración económica también ofrece oportunidades de crecimiento para las industrias culturales.

Teniendo en cuenta las amenazas y oportunidades que ofrece la integración regional para la cultura, la mejor salida no parece ser oponerse a dicho proceso. Por una parte, la consolidación de los acuerdos comerciales regionales obedece a dinámicas que trascienden la esfera de los actores públicos y privados del campo cultural. Por otra parte, oponerse al proceso de integración no garantiza la protección de las culturas tradicionales ni de las industrias culturales. El desafío consiste en maximizar los beneficios y minimizar los costos de la integración para la cultura de cada país.

En el siguiente capítulo analizamos las dimensiones del sector de televisión que se han negociado en los acuerdos comerciales de interés para Colombia, con particular interés en la posición negociadora de Estados Unidos y las medidas que reservaron sus contrapartes de las obligaciones generales de los acuerdos de libre comercio.

⁷⁷ UNESCO (2000), “Meeting of Experts Committee on the Strengthening of UNESCO’s Role in Promoting Cultural Diversity in the Context of Globalization”.

⁷⁸ Véase la página en internet www.cdc-ccd.org

III. EL SECTOR DE TELEVISIÓN EN LOS ACUERDOS COMERCIALES: INTERESES DE ESTADOS UNIDOS Y POSICIÓN DE SUS CONTRAPARTES

El Capítulo II de este documento evaluó el tratamiento otorgado a la cultura en las negociaciones comerciales y expuso cómo se acuerdan las disciplinas que gobiernan a las industrias culturales en el marco de un acuerdo comercial, tanto a nivel multilateral como bilateral o regional. De es análisis se concluye que la cultura se encuentra en el ámbito de negociación de los acuerdos comerciales, pues no hay un instrumento jurídico internacional que permita mantener políticas culturales a nivel nacional en el contexto de esos procesos de integración.

En este contexto, existen dos opciones para el sector de la televisión en una negociación con Estados Unidos: i) negociar una *Excepción cultural*, como la que tienen Canadá y Estados Unidos en NAFTA; o ii) negociar *reservas* o *medidas disconformes* para el sector, con el fin de guardar un margen para adoptar políticas respecto al mismo por su carácter cultural. Con base en el análisis realizado en el Capítulo II, es improbable que Estados Unidos acceda a la primera opción, razón por la cual este capítulo hace énfasis en la segunda ruta posible.

El método de evaluación escogido para analizar qué ha negociado Estados Unidos respecto al sector de la televisión en TLCs recientes tiene como objetivo extraer conclusiones sobre el grado de flexibilidad de EE.UU. en una negociación de este tipo, y no busca analizar exhaustivamente los textos y los anexos de los mismos. Esta aproximación a los acuerdos comerciales es útil para determinar los posibles *intereses defensivos* y *ofensivos* de Estados Unidos en la negociación del sector de televisión con Colombia, y plantear algunos lineamientos de negociación para el mismo.

A continuación se realiza un breve análisis de las características del sector de la televisión en Estados Unidos, para brindarle contexto a la evaluación de las reservas que ese país ha listado en TLCs recientes, a los planteamientos de negociación y a las recomendaciones que se presentan en este documento. El resto del capítulo está organizado de la siguiente

manera. La sección III.B analiza los compromisos de Estados Unidos y Colombia en el marco del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (GATS), que es el piso y último denominador común en cuanto a sus compromisos de liberalización en servicios. En la sección III.C se evalúan las reservas a los compromisos derivados de los capítulos de *Servicios e Inversión* de Estados Unidos, un ejercicio que muestra los intereses recurrentes de ese país en diversas áreas de negociación. Esa sección utiliza las definiciones y el marco conceptual detallado en el Capítulo II, así como en las secciones III.D, III.E, III.F y III.G, que estudian las reservas consignadas por México, Chile, los países centroamericanos y Australia, respectivamente, como contrapartes de Estados Unidos en acuerdos de libre comercio. Por último, la sección III.H presenta unas reflexiones finales sobre el ejercicio de revisión de reservas.

III.A. La televisión en Estados Unidos

En esta sección se presenta una breve caracterización del sector de la televisión en Estados Unidos. Es importante aclarar que esta caracterización no pretende hacer una descripción detallada de todos los aspectos normativos del sector, sino sólo presentar los principales rasgos del mismo relevantes para dimensionar lo que significa la negociación de la televisión en un TLC entre Estados Unidos y Colombia.

Estados Unidos es reconocido como uno de los países más importantes en el negocio mundial de los medios de comunicación. El dinamismo que ha mostrado el sector estadounidense del entretenimiento refleja la percepción de la cultura como una actividad rentable y competitiva, aunque no por eso exenta de una estricta regulación.⁷⁹ De hecho, la legislación estadounidense sobre inversión extranjera para este sector es considerada como proteccionista por analistas del sector. El incremento de la inversión extranjera que se dio a mediados de los ochenta en toda la industria del entretenimiento llevó a una discusión en el Congreso que terminó con la introducción en 1991 de un techo de 50% a la propiedad extranjera en las industrias culturales estadounidenses. No obstante, para el caso específico de las compañías de televisión abierta, la Ley de Comunicaciones de 1934 posteriormente modificada por la Ley de Telecomunicaciones de 1996 estableció en

⁷⁹ *The Economist* (1997), "A World View: Culture is Local", noviembre.

la sección 310 (b) un límite a la propiedad extranjera de 20% en el caso de propiedad directa de compañías con licencia de transmisión y de 25% en el caso de conglomerados que poseen licencias. La mencionada ley le da la facultad a la *Federal Communications Commission* (FCC), el ente regulador del sector, para decidir al respecto en interés público.

La importancia económica del sector cultural en Estados Unidos es mayor que el de otros sectores con mayor tradición productiva. De acuerdo con el *U.S. Census Bureau*, la industria de la información en Estados Unidos --definida como la producción y distribución de información y productos culturales, así como el procesamiento de datos-- tuvo ventas en 2002 por US\$ 904.000 millones. Esta cifra es muy superior a las ventas de la industria de alimentos, que ascendieron a US\$ 457.000 millones y a las de la industria automotriz que alcanzaron un nivel de US\$ 620.000 millones. Del total de las ventas del sector de información, 55% correspondió al sector de televisión, radio y telecomunicaciones. Igualmente, las cifras de la balanza de pagos de servicios recopiladas por *el Bureau of Economic Analysis* dan cuenta de ingresos por concepto de arrendamiento de películas de cine y televisión en 2002 de US\$ 9.800 millones.

La magnitud del negocio estadounidense del entretenimiento se ha reflejado en la posición negociadora que el gobierno ha tenido en los distintos acuerdos comerciales suscritos con países del hemisferio desde comienzos de los noventa. En el sector de la televisión se ha buscado consolidar la apertura del mercado a la televisión por cable y satelital bajo condiciones claras de acceso y respetando la normatividad sobre propiedad intelectual.

III.A.1. Bases del desarrollo de la industria de la televisión

Históricamente Estados Unidos se ha caracterizado por dedicar un bajo porcentaje de recursos al fomento de los medios de comunicación. En este contexto, la ausencia de subsidios a la infraestructura de transmisión de televisión, sumada al gran tamaño del territorio, se tradujeron en una televisión abierta de inferior calidad a la de otros países desarrollados y sentaron las bases para el crecimiento de la tecnología del cable y, posteriormente, de la televisión satelital.

Para la década de los ochenta la televisión por cable se había convertido en una de las principales fuentes de programación para el público estadounidense. Así, la mayoría de los hogares en Estados Unidos han tenido desde hace mucho tiempo la opción de tener televisión por cable, tecnología que permite transportar más canales que la televisión abierta. Así mismo, los estadounidenses también han tenido en términos relativos una oferta de canales más amplia que otros países. Para 1999 casi 70% de los hogares de Estados Unidos tenían cable y el consumidor promedio recibía 57 canales de su proveedor de cable (Nielsen Media Research, 1999). En este contexto se fue desarrollando un mercado de un tamaño interesante tanto para los productores como para los distribuidores de programas de televisión, con lo cual simultáneamente se crearon las condiciones para la expansión internacional del negocio. La escala del mercado estadounidense permite que los productores cubran sus costos fijos domésticamente y exporten los programas a precios muy competitivos.

Además de la plataforma que ofrecía el mercado doméstico, durante los años ochenta la televisión multicanal se empezó a extender internacionalmente como resultado principalmente de la caída en el costo de lanzar satélites de comunicaciones. La tecnología del cable aprovechó muy bien esta coyuntura y después lo hizo en pleno la televisión satelital con el desarrollo de los receptores de satélite personales. El resultado fue un gran incremento en la capacidad instalada de los sistemas de transmisión de televisión, la cual debía ser llenada con programación.

El grado desarrollo de la industria del cine y la televisión de Estados Unidos le permitió convertirse rápidamente en el proveedor de esa programación, no sólo porque contaba con canales de televisión cerrada competitivos sino con una industria del cine exitosa y un enorme acervo de dibujos animados, novelas y películas clásicas. El surgimiento de la tecnología digital durante los noventa incrementó aún más la capacidad de transmisión por efecto de la compresión de canales.

En suma, el tamaño del mercado doméstico, el desarrollo de tecnologías que incrementaron la capacidad de transmisión de señales de televisión y la considerable oferta de programación se cuentan entre los factores claves detrás del crecimiento doméstico de la televisión estadounidense y de su expansión internacional.

a) La televisión abierta

A comienzos de los años noventa la *Federal Communications Commission (FCC)* --ente regulador de radio, televisión, cable y satélite en Estados Unidos-- señaló que la caída de largo plazo que registraba la televisión abierta hasta ese momento en cuanto a audiencia y porcentaje de utilidades se mantendría con mayor intensidad a lo largo de la década pasada. Sin embargo, la situación fue un tanto diferente pues, por una parte, la caída en los ingresos por publicidad en la televisión abierta como porcentaje del total de ingresos por publicidad a través de video fue mucha más pequeña que la caída en el porcentaje de audiencia de este tipo de televisión. Por otra parte, el nivel absoluto de los ingresos derivados de la publicidad por cadenas y estaciones se incrementó, incluso en términos reales (Cuadro III-1).

Adicionalmente, el número de estaciones de televisión abierta es actualmente más grande que lo que era a comienzos de los noventa y ninguna de las estaciones grandes ha cerrado. Aunque el margen de rentabilidad del negocio sigue siendo pequeño, esta ha sido tradicionalmente una característica propia del negocio. De hecho, como muestran Levy *et. al.* (2002), la rentabilidad de las estaciones de televisión se mantuvo casi constante en los años noventa. En buena medida los ingresos por publicidad de la televisión abierta se han mantenido relativamente estables en la última década porque las audiencias de las cadenas y estaciones siguen siendo más grandes que la de cualquier cadena de cable (Cuadro III-2).

Cuadro III-1

Gastos del usuario final en medios visuales, millones de dólares

	1990	1995	2000	Var.% 90-95	Var.% 95-00
Televisión abierta	26.716	32.720	44.802	22,5	36,9
Ingresos por publicidad de cadenas	9.963	11.600	15.888	16,4	37,0
Ingresos por publicidad sindicada	1.109	2.016	3.108	81,8	54,2
Ingresos por publicidad de las estaciones (<i>local + national spot</i>)	15.644	19.104	25.806	22,1	35,1
Operadores de cable	16.604	22.898	34.352	37,9	50,0
Suscripciones	16.128	21.823	31.922	35,3	46,3
Ingresos por publicidad	476	1.075	2.430	125,8	126,0
Ingresos por publicidad cadena básica de cable	1.797	3.972	10.456	121,0	163,2
Total ingresos por video en cable	18.401	26.870	44.808	46,0	66,8
Ingresos sistemas de satélite	0	663	8.467		1177,1
Suscripciones	0	663	8.440		1173,0
Ingresos por publicidad	0	0	27		
Total ingresos por suscripciones en video	18.401	27.533	53.248	49,6	93,4
Entretenimiento filmado	16.129	21.023	29.906	30,3	42,3
Oficinas postales	5.022	5.494	7.453	9,4	35,7
Video en casa	11.107	15.529	22.453	39,8	44,6

Fuente: Levy *et. al.* (2002), Table 2.

La televisión abierta en Estados Unidos actualmente se compone de 13 cadenas y aproximadamente 1.726 estaciones de televisión. De las estaciones de televisión poco más del 75% son de carácter comercial y el resto educativas. Las cuatro cadenas más grandes habían sido tradicionalmente ABC, CBS, Fox y NBC. En 1995 surgieron UPN y WB y en 1997 PAXTV. Cabe destacar que la ley de televisión pública estadounidense de 1967 creó la corporación para la televisión pública (CPB) con carácter público y privado y maneja el apoyo financiero a la televisión pública, el cual proviene principalmente de fondos no federales. La mencionada ley creó el *Public Broadcasting Service* (PBS).

Las estaciones de televisión comercial pueden ser afiliadas a las grandes cadenas comerciales o pueden ser independientes. En 1990, 35% de las estaciones de televisión

comercial eran independientes, pero con la entrada de nuevas cadenas al mercado la proporción de estaciones independientes ha tendido a disminuir.

Cuadro III-2

Composición porcentual estimada del uso de los hogares estadounidenses de televisión por fuente de programa

	50s	60s	70s	80s	90s	2000
ABC/CBS/NBC	60,0%	58,0%	55,0%	49,0%	31,0%	21,0%
DuMont	4,0%					
Fox/WB/UPN/PAX					2,0%	8,0%
Afiliados a cadenas	30,0%	29,0%	24,9%	23,0%	18,0%	10,0%
Estaciones independientes	6,0%	11,0%	15,9%	20,0%	16,0%	11,0%
Estaciones PBS		2,0%	4,0%	3,0%	3,0%	3,0%
Cable				4,0%	4,0%	6,0%
Cable básico			1,0%	3,0%	20,0%	35,0%
VCR					5,0%	5,0%
Juegos de video				1,0%	1,0%	1,0%
Pay Per View (PPV)						0,7%

Fuente: Media Dynamics, TV Dimensions 2001 Report (2001)

Otro aspecto que destacó la FCC en su análisis del sector a comienzos de los noventa fue el papel que jugaría la compresión en video digital para hacer más competitivos los medios cerrados frente a la televisión abierta, en la medida en que se incrementaría la capacidad de transmisión de los primeros. Sin embargo, como se mencionó, el número total de estaciones de televisión abierta continuó creciendo durante la década pasada así como las cadenas comerciales.

La razón para que no decayera el negocio de la televisión abierta parece estar en buena medida en el cambio estructural que ha experimentado el negocio de las cadenas de televisión en Estados Unidos en los últimos diez años y en las decisiones corporativas de los grandes estudios de cine. Este cambio estructural obedeció fundamentalmente a modificaciones de tipo regulatorio.⁸⁰

A comienzos de los años 1940 el gobierno estadounidense estableció las primeras restricciones normativas a la propiedad simultánea de licencias de transmisión de televisión y otros tipos de compañías en los medios. No obstante, la dinámica del

⁸⁰ Véase *The Economist* (2003), "Broadcasting regulation, Media madness", septiembre.

crecimiento de la televisión por cable, la satelital y el internet llevó al Congreso en 1996 a solicitar a la FCC la revisión de la normatividad para adecuarla a un contexto de mayor competencia. La legislación se relajó aunque de una manera modesta. Por ejemplo, las cuatro cadenas de televisión más grandes fueron autorizadas para tener estaciones con un cubrimiento de población del 45%, límite que previamente era de 35%. Dentro de ciertos mercados locales, algunas firmas podrían tener una estación de televisión y un periódico. Se eliminó la regla de sindicación e interés financiero, la cual prohibía a las cadenas de televisión ser dueñas de su programación de entretenimiento de *prime time*. También se relajó la regla de cadena dual, la cual prohibía a cualquier compañía ser dueña de más de una cadena de televisión. La versión actual de la regla sólo prohíbe a las cuatro cadenas comerciales más grandes fusionarse entre ellas. No obstante, el enfoque general sigue siendo conservador, pues la regla sobre propiedad nacional continuó siendo restrictiva en la medida en que el cubrimiento permitido a las cadenas de televisión sólo se elevó a 45%.

En cuanto a los estudios de cine, simultáneamente con el cambio regulatorio se dio un cambio de su visión frente al negocio de distribución de sus películas. Como las cadenas aumentaron su producción propia, los estudios de cine que producían la mayoría de la programación del *prime time* empezaron a temer que se les dificultara encontrar quién sacara su programación al aire. Este hecho parece haber sido definitivo para motivar a estudios como Viacom y Warner Brothers a lanzar las cadenas UPN y WB, respectivamente. Igualmente, también parece haber sido la motivación para que Disney comprara ABC y Viacom comprara CBS. La flexibilización de la regla de la cadena dual antes mencionada permitió a Viacom comprar UPN y CBS, y a NBC adquirir Telemundo.

b) La televisión cerrada

Las dos principales alternativas que existen en Estados Unidos para la distribución multicanal de video son la televisión por cable y la televisión por satélite. No obstante, en los últimos años han surgido otras tecnologías alternativas de distribución de video como el MMDS (*Multichannel Multipoint Distributor System* o sistema de cable inalámbrico),

y los LEC (*Local Exchange Carriers Systems*) que son compañías telefónicas que ofrecen el servicio de televisión por cable.

El propósito de la FCC desde mediados de los años noventa ha sido promover la competencia en el mercado del cable a través de la entrada de nuevos proveedores de televisión, para atacar la tendencia al monopolio que se ha presentado en el sector desde su inicio en varias regiones. Sin embargo, como se verá más adelante este objetivo no ha podido cumplirse pues la penetración de otras tecnologías y proveedores todavía es relativamente baja (Cuadro III-3).

Cuadro III-3
Tecnologías disponibles para televisión

	Dic-93	Jun-98	Jun-01	Jun-02	Jun-03
Hogares con TV	94,200,000	98,000,000	102,184,110	105,444,330	106,641,910
Hogares con distribuidor de programación de video multicanal (MVPD)	(1) 60,283,000	76,634,200	87,830,074	89,890,641	94,150,000
% de los hogares con TV	63.99	78.20	85.95	85.25	88.29
TECNOLOGIAS					
Suscriptores de cable	57,200,000	65,400,000	68,500,000	68,800,000	70,490,000
% de los hogares con MVPD	94.89	85.34	77.99	76.54	74.87
Suscriptores de servicio de distribución multicanal multipunto (MMDS)	a) 397,000	1,000,000	700,000	490,000	200,000
% de los hogares con MVPD	0.66	1.30	0.80	0.55	0.21
Suscriptores de antena de televisión satelital (SMATV)	1,004,000	940,000	1,500,000	1,600,000	1,200,000
% de los hogares con MVPD	1.67	1.23	1.71	1.78	1.27
Suscriptores de antenas parabólicas (HSD)	1,612,000	2,028,200	1,000,074	700,641	502,191
% de los hogares con MVPD	2.67	2.65	1.14	0.78	0.53
Suscriptores de televisión directa por satélite (DBS)	70,000	7,200,000	16,070,000	18,240,000	20,360,000
% de los hogares con MVPD	0.12	9.40	18.30	20.29	21.63
Sistema de video abierto (OVS)	(2) 0	66,000	60,000	60,000	60,000
% de los hogares con MVPD	0.00	0.09	0.07	0.07	0.06
Suscriptores de proveedores de banda ancha (BSP) b)					1,400,000
% de los hogares con MVPD	0.00	0.00	0.00	0.00	1.49

(1) El número de hogares puede ser menor en la medida en que hay hogares que pueden estar suscritos a varios sistemas

(2) La caída en los suscriptores de este sistema a partir de 1998 refleja la conversión de algunos de estos operadores en franquicias de sistemas de cable.

Fuente: FCC, Tenth Annual Report, enero de 2004. Appendix B, Table B-1.

a) MMDS a menudo se denomina "wireless cable", transmite programación de video y otros servicios a los suscriptores a través de frecuencias de microondas 2GHz, usando "Multipoint Distribution Service" y arrendando acceso a la capacidad de canales sobre canales ITFS (Instructional Television Fixed Service).

b) BSP (Broadband Service Providers) es lo mismo que LEC (Local Exchange Carriers) o que overbuilders, son compañías de teléfono o de gas que operan como segundo operador de cable en una zona donde sólo había un operador de cable con el monopolio. El término LEC se usa exclusivamente para compañías de teléfono.

c) OVS (Open video system) es una opción de provisión de servicios de programación de video para los LEC.

d) SMATV (Satellite Master Antenna Television) es lo mismo que operadores de cable privados, usan algo de la misma tecnología de los sistemas de cable, pero no usan public right-of-way, y se concentran principalmente en servir suscriptores de unidades de vivienda multifamiliares.

Los operadores de cable siguen siendo los principales compradores de programación nacional de video. El Índice de Herfindhal para el mercado de adquisición de programación es 1031, lo cual significa que el sector es moderadamente concentrado en cuanto a la compra de programación.⁸¹

La integración vertical, es decir la participación de distribuidores de video en la propiedad de un oferente de programación o viceversa, ha venido disminuyendo en los últimos años en la medida en que ha aumentado el número de cadenas de cable. No obstante, la estrategia de integración vertical (producción y distribución) parece estar funcionando para los grandes estudios de cine que incursionaron en el negocio de distribución. Por esta vía se puede repartir el costo de la programación de televisión a través de la audiencia tanto como sea posible, a través de los canales propios y de otras cadenas de cable.

La televisión por cable

La televisión por cable se desarrolló en Estados Unidos como una alternativa para llegar al mercado rural, con lo cual para los años ochenta se había convertido en una de las principales fuentes de programación. Los datos más recientes de la FCC muestran que 88% de los hogares con televisión tienen acceso a un sistema de televisión cerrada, y de los hogares con sistema de televisión cerrada 75% son suscriptores de cable. Entre tanto, 22% de los hogares con sistema de televisión cerrada son suscriptores de televisión directa por satélite (Cuadro III-3).

La televisión por cable ha sufrido desde los años 1970 varios cambios regulatorios. La naturaleza de sus altos costos fijos llevó a los reguladores a tratarla como un monopolio natural en cada mercado local. Así, los proveedores de cable debían pujar para ser el monopolio proveedor en un área y pagar una franquicia generalmente equivalente a un porcentaje de su utilidad bruta. Los precios del servicio estuvieron regulados hasta 1984 y esa regulación se empezó a desmontar paulatinamente hasta comienzos de los noventa. Sin embargo, el aumento sostenido de las tarifas indujo una nueva regulación de precios

⁸¹ Para el mercado de Estados Unidos índices de Herfindhal por encima de 1800 indican sectores altamente concentrados e índices por debajo de 1000 sectores no concentrados.

en 1992. Finalmente, la Ley de Comunicaciones de 1996 cambió la orientación de la política estableciendo una nueva desregulación de los precios del cable, compensada con la introducción de nuevos competidores en ese mercado para inducir una caída en precios del servicio. El objetivo de la mencionada Ley fue estimular a las compañías telefónicas locales y a nuevas compañías de cable a entrar al mercado. Este esfuerzo falló según la FCC porque no ha habido muchas entradas al mercado y los precios del servicio han subido por encima de la inflación.

Sistema de satélite

A finales de los años 1970 los sistemas de satélite también se convirtieron en una opción disponible para las áreas rurales por la disminución de costos que experimentó esta tecnología. No obstante, a mediados de los 1980 muchos de los canales de televisión fueron codificados y los satélites no pudieron acceder a programación gratuita. Casi una década después se dio una conjunción favorable de factores que sentaron las bases para una nueva generación de sistemas de televisión por satélite. Entre estos factores se cuentan la creciente oferta de programación, las mejoras logradas en la recepción de satélites y la tecnología de compresión digital.

Con todo, la existencia en Estados Unidos de una regulación específica para cada sistema de transmisión afectó las condiciones de competencia de la televisión satelital. En efecto, la restricción que prohibía a los sistemas de satélite transmitir contenido de las cadenas locales a cualquiera que pudiera sintonizar esos canales con una antena regular de televisión, puso en desventaja a esta tecnología frente al cable. En respuesta a esa situación la Ley de Comunicaciones de 1999 permitió que se transmitieran estos canales locales con un pago adicional. Adicionalmente, el sistema enfrenta problemas de recepción de la señal propios de esta tecnología que se han constituido en una barrera a su crecimiento.

Internet

Aunque en la actualidad no se considera un sistema de televisión cerrada, el internet ofrece una alternativa para acceder a contenidos de video. En la medida en que la

tecnología permita la masificación de este servicio, la red global podrá convertirse en un sustituto directo de la televisión, motivo por el cual merece especial atención.

Desde comienzos de los noventa las sociedades y los acuerdos de mercadeo entre sitios Web y compañías de entretenimiento han tenido una gran dinámica. Este dinamismo culminó a mediados de 2001 con el anuncio de los estudios más grandes - MGM, Paramount, Sony Pictures, Universal y Warner Bros- de un *joint venture* denominado *Movielink* para distribuir películas por demanda a través de internet.

Movielink tiene una inversión en partes iguales de estos cinco estudios y su objetivo no sólo es promover la distribución de vídeo por demanda por internet, pues la empresa cree que en el futuro esta puede ser una vía para que los consumidores también vean material grabado de acuerdo con su conveniencia. El interrogante por ahora es si la demanda por el servicio resulta rentable, pues internet puede estar en capacidad de sustentar y distribuir bastante programación de vídeo tradicional y *Pay Per View* pero se necesita un crecimiento importante del mercado (Cuadro III-4).

Cuadro III-4
Estadísticas del uso de video en internet en Estados Unidos

	2000	2001
Acceso a internet en el hogar (% de la población estadounidense)	56,0%	58,0%
Usuarios de la red que han accedido video (millones)	35	41
Usuarios de <i>Microsoft Windows Media Player</i> (millones)	9,4	24,7
Usuarios de <i>Real Player</i> (millones)	25,3	24,4

Fuente: Levy *et. al.* (2002), Table 26

No obstante, la FCC considera que a pesar del creciente interés en el uso del internet para distribuir video, este medio todavía no es un competidor directo de los servicios tradicionales de distribución. Por ahora la FCC está estudiando las implicaciones que tendría la amenaza de que el acceso del suscriptor a contenido o a servicios de internet pueda ser bloqueado sobre este negocio. El análisis de la FCC busca determinar si esta amenaza es suficiente para justificar alguna forma de intervención regulatoria.

En suma, la magnitud y evolución del negocio estadounidense del entretenimiento, en particular de la televisión, implica que la posición negociadora estadounidense busca consolidar la apertura del mercado a la televisión por cable y satelital bajo condiciones claras de acceso y respetando la normatividad sobre propiedad intelectual.

Con esta información a modo de contexto, en la siguiente sección se analizan los compromisos de apertura de Colombia y Estados Unidos en GATS en cuanto a servicios de telecomunicaciones.

III.B. Revisión de compromisos de Colombia y Estados Unidos en el GATS en servicios de televisión

En esta sección se revisa el estado de los compromisos adquiridos por Colombia y Estados Unidos en servicios relacionados con la televisión y los conexos a esta actividad ante la Organización Mundial del Comercio (OMC). Este ejercicio sirve de contexto para la revisión de Tratados de Libre Comercio (TLCs) suscritos por Estados Unidos de interés para Colombia en cuanto a esta actividad.

Este ejercicio tiene dos partes. En la primera se analizan los compromisos de Colombia en el GATS respecto al sector de televisión. La segunda sección examina el mismo tema para el caso de Estados Unidos.

III.B.1. Compromisos de Colombia en el GATS respecto al sector de televisión

De la revisión de los compromisos consolidados por Colombia en el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (GATS, por su sigla en inglés) se destaca, en primer lugar, que los mismos no se hacen extensivos a los servicios de radiodifusión y televisión. El Cuadro III-5 resume este hecho, que está en la sección de compromisos horizontales al cubrir toda la lista del sector de telecomunicaciones.

En segunda instancia, la licencia o concesión para la provisión de servicios de telecomunicaciones sólo se otorga a empresas legalmente constituidas en Colombia. De hecho, el país define que las telecomunicaciones son un servicio público que el Estado prestará directamente o a través de concesiones que podrá otorgar en forma exclusiva, a

personas naturales o jurídicas colombianas, reservándose, en todo caso, la facultad de control y vigilancia.

Cuadro III-5

Compromisos horizontales y excepciones al trato NMF de Colombia en el GATS (enfoque de *lista positiva*), Sector: Servicios de telecomunicaciones

Compromiso o excepción	Descripción
Compromiso horizontal	Los compromisos de la lista del sector de servicios de telecomunicaciones no se hacen extensivos a los servicios de radiodifusión y televisión.
Compromiso horizontal	Para el establecimiento y explotación de servicios de telecomunicaciones, el estado colombiano atiende normas y recomendaciones proferidas por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) y sus organismos reguladores CCITT y CCIR. En consecuencia, ante la eventual disparidad de principios entre los anteriores y los contenidos en los acuerdos provenientes del GATS para el sector de telecomunicaciones, se aplicarán los acuerdos internacionales suscritos por Colombia en el marco de la UIT, los cuales servirán además como norma de interpretación en los conflictos que pueden presentarse entre las partes, en desarrollo de la negociaciones sobre servicios de telecomunicaciones del GATS.
Compromiso horizontal específico al Trato Nacional	La licencia o concesión para la provisión de servicios de telecomunicaciones sólo se otorga a empresas legalmente constituidas en Colombia.
Excepción al trato NMF	Aplicación del TN para efectos de presencia comercial únicamente a prestadores de servicios del Mercado Común Andino de Servicios de Telecomunicaciones con valor agregado.

Fuente: OMC (2003). "Oferta de Colombia", documento TN/S/O/COL, septiembre.

Notas: TN: Trato Nacional; NMF: trato Nación Más Favorecida

En tercer término, Colombia incluye como excepción al trato *Nación Más Favorecida* (NMF) la aplicación del *Trato Nacional* para efectos de *presencia comercial* únicamente a prestadores de servicios del Mercado Común Andino de Servicios de Telecomunicaciones con valor agregado.

Por último, el Cuadro III-5 muestra que Colombia incluye en su lista nacional consignada en el GATS que el establecimiento y explotación de servicios de telecomunicaciones en el país se rige por normas y recomendaciones proferidas por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) y sus organismos reguladores CCITT y CCIR.⁸² En

⁸² La lista de Colombia afirma que, ante una eventual disparidad de principios entre los anteriores y los contenidos en los acuerdos provenientes del GATS para el sector de telecomunicaciones, se aplicarán los acuerdos internacionales suscritos por Colombia en el marco de la UIT. Además, el país sostiene que estos últimos servirán como norma de interpretación en los conflictos que pueden presentarse entre las partes en el contexto de las negociaciones sobre servicios de telecomunicaciones del GATS.

consecuencia, para efectos de compromisos internacionales en cuanto al sector de telecomunicaciones colombiano parecen ser más relevantes los derivados de la UIT que aquellos del GATS.

Si bien los servicios de televisión colombiano no está cobijado por el GATS, tanto en materias de difusión como de producción, hay segmentos de los servicios audiovisuales que podrían tener relación indirecta con la televisión, por lo cual con evaluados a continuación.

El Cuadro III-6 señala que para el sector de *servicios de telecomunicaciones con valor agregado* Colombia no asume compromisos respecto al Modo 1 de *comercio transfronterizo* y limita el Modo 3 de *presencia comercial* según los parámetros que se señalaron en los compromisos horizontales.⁸³ Estos servicios abarcan por ejemplo el correo electrónico, que tiene relación con la estructura del negocio de algunos proveedores de televisión por cable en Colombia.

Cabe señalar que el país no limita el consumo de estos servicios bajo el Modo 2 de consumo en el extranjero. En cuanto al Modo 4 de *presencia física de personas*, Colombia asume compromisos únicamente para la entrada y permanencia temporal de administradores, representantes legales y especialistas del sector de servicios de telecomunicaciones con valor agregado.

⁸³ Colombia define los servicios de valor agregado como aquellos que utilizan como soporte servicios básicos, telemáticos, de difusión o cualquier combinación de estos y con ellos proporcionan la capacidad completa para el envío o el intercambio de información, agregando otras facilidades al servicio soporte o satisfaciendo nuevas necesidades específicas de telecomunicaciones. Por lo tanto, son parte de estos servicios el correo electrónico, el correo de voz, extracción de información en línea y de base de datos, intercambio electrónico de datos, almacenamiento y retransmisión de servicios de fax, conversión de códigos y/o protocolos, procesamiento de datos e información en línea. De hecho, sólo se consideran servicios de valor agregado aquellos que se puedan diferenciar de los servicios básicos.

Los servicios básicos comprenden los servicios portadores y los teleservicios. Servicios portadores son aquellos que proporcionan la capacidad necesaria para la transmisión de señales entre dos o más puntos definidos de la red de telecomunicaciones. Éstos comprenden los servicios que se hacen a través de redes conmutadas de circuitos de paquetes y los que se hacen a través de redes no conmutadas. Forman parte de éstos los servicios de arrendamiento de pares aislados y de circuitos dedicados, entre otros. Los teleservicios son aquellos que proporcionan en sí mismos la capacidad completa para la comunicación entre usuarios, incluidas las funciones del equipo terminal. Forman parte de éstos los servicios de telefonía, tanto fija como móvil, y móvil-celular, la telegrafía y el telex, entre otros.

Cuadro III-6

Compromisos de Colombia en el GATS (enfoque *lista positiva*)

Sector: Servicios de telecomunicaciones

Subsector: Servicio de telecomunicaciones con valor agregado

Modo de sumin.	Limitaciones al acceso a mercados	Limitaciones al TN
Modo 1	No consolidado	No consolidado
Modo 2	Ninguna	No consolidado
Modo 3	Las telecomunicaciones son un servicio público que el Estado prestará directamente o a través de concesiones que podrá otorgar en forma exclusiva, a personas naturales o jurídicas colombianas, reservándose, en todo caso, la facultad de control y vigilancia.	No consolidado
Modo 4	No consolidado, excepto 1/.	

Fuente: OMC (2003). "Oferta de Colombia", documento TN/S/O/COL, septiembre. Notas: TN: trato nacional; NMF: trato Nación Más Favorecida. 1/ Acceso a mercados y TN aplica a la entrada y permanencia temporal de administradores, representantes legales y especialistas. Todo patrono que tenga a su servicio más de 10 trabajadores debe ocupar colombianos en proporción no inferior al 90% del personal de trabajadores ordinarios y no menos del 80% del personal calificado o de especialistas o de dirección o confianza.

III.B.2. Compromisos de Estados Unidos en el GATS respecto al sector de televisión

Estados Unidos asume en el GATS compromisos respecto al sector de televisión tanto en el ámbito de la difusión como en la producción. Los sectores listados por Estados Unidos son los siguientes: i) *servicios con valor agregado*; ii) *otros servicios de telecomunicaciones*; y iii) *servicios audiovisuales*.

El Cuadro III-7 muestra los compromisos asumidos por Estados Unidos para *servicios de información con valor agregado*. Este sector se define como aquel con capacidad para generar, adquirir, almacenar, transformar, procesar, recuperar o hacer disponible información a través de las telecomunicaciones, según lo definido en el Código de Estados Unidos 47, párrafo 153 20).

Los servicios incluyen los siguientes: correo electrónico; correo de voz; recuperación de información en línea y de bases de datos; intercambio electrónico de datos; servicios de fax mejorados o de valor agregado; conversión de códigos y protocolos; procesamiento de datos y/o información en línea; y servicios de información con conmutación de

paquetes, entre otros. En sector EE.UU. no asume ninguna limitación para el acceso a su mercado y la aplicación del *Trato Nacional* (TN) de proveedores extranjeros de los mismos.

Cuadro III-7

Compromisos de Estados Unidos en el GATS (enfoque *lista positiva*)
Sector: Serv. de telecomunicaciones, Subsector: Serv. de información (Serv. con valor agregado)*

Modo de sumin.	Limitaciones al acceso a mercados	Limitaciones al TN
Modo 1	Ninguna	
Modo 2	Ninguna	
Modo 3	Ninguna	
Modo 4	No consolidado, excepto 1/.	

Fuente: OMC (2003). "Oferta de Estados Unidos", documento TN/S/O/USA, abril.

Notas: TN: Trato Nacional; NMF: trato Nación Más Favorecida. 1/ El acceso a mercados y TN aplica a la entrada y permanencia temporal de vendedores de servicios, traslados intra-empresariales (gerentes, ejecutivos y especialistas), y modelos y profesiones especializadas.

El Cuadro III-8 resume los compromisos de Estados Unidos en el sector de *otros servicios de telecomunicaciones*, que incluye las siguientes tres actividades: i) servicios de cable suministrados a través de sistemas de cable, según lo definido en el Código de Estados Unidos 47, párrafos 522 6) y 522 7); ii) transmisiones unidireccionales por satélite de servicios de televisión directamente a los hogares y de difusión directa y de servicios audio digitales; y iii) servicios de transmisión de programas de radio y de televisión.

El cuadro muestra que Estados Unidos no limita el acceso a mercados y el TN para los Modos 1 y 2 de suministro transfronterizo. Para el Modo 3 de *presencia comercial*, sin embargo, ese país expresa que no permite que una sola sociedad o empresa posea una combinación de periódicos y estaciones de radio y/o televisión que cubran el mismo mercado local. Además, la lista de EE.UU. en el GATS expresa que no pueden tener licencias de difusión de radio y televisión los siguientes agentes: i) un gobierno extranjero, ii) una sociedad constituida con arreglo a la legislación de un país extranjero o cuyas acciones pertenezcan o den derecho de voto en más del 20% a personas que no sean nacionales de Estados Unidos; y iii) una sociedad constituida con arreglo a la legislación de Estados Unidos que esté directa o indirectamente controlada por otra sociedad cuyo capital sea propiedad en más del 25% de personas que no sean nacionales

de Estados Unidos o de un gobierno extranjero o de una sociedad cuyos funcionarios o más del 25% de los directores no sean nacionales de Estados Unidos.

Cuadro III-8

Compromisos de Estados Unidos en el GATS (enfoque de *lista positiva*)
Sector: Servicios de telecomunicaciones, Subsector: Otros servicios de telecomunicaciones*

Modo de sumin.	Limitaciones al acceso a mercados	Limitaciones al TN
Modo 1	Ninguna	
Modo 2	Ninguna	
Modo 3	Ninguna, excepto que no se permite que una sola sociedad o empresa posea una combinación de periódico y estaciones de radio y/o televisión que cubran el mismo mercado local. No pueden tener licencias de difusión de radio y televisión: un gobierno extranjero; una sociedad constituida con arreglo a la legislación de un país extranjero o cuyas acciones pertenezcan o den derecho de voto en más del 20% a personas que no sean nacionales de Estados Unidos; una sociedad constituida con arreglo a la legislación de Estados Unidos que esté directa o indirectamente controlada por otra sociedad cuyo capital sea propiedad en más del 25% de personas que no sean nacionales de Estados Unidos o de un gobierno extranjero o de una sociedad cuyos funcionarios o más del 25% de los directores no sean nacionales de EE.UU.	Ninguna
Modo 4	No consolidado, excepto 1/. Además, para obtener licencias de radio y televisión se exige la nacionalidad estadounidense.	No consolidado, excepto 1/.

Fuente: OMC (2003). "Oferta de Estados Unidos", documento TN/S/O/USA, abril.

Notas: TN: Trato Nacional; NMF: trato Nación Más Favorecida.

* Este sector incluye tres actividades: tres actividades: i) servicios de cable suministrados a través de sistemas de cable, según lo definido en el Código de los Estados Unidos 47, párrafos 522 6) y 522 7); ii) transmisiones unidireccionales por satélite de servicios de televisión directamente a los hogares y de difusión directa y de servicios audio digitales; y iii) servicios de transmisión de programas de radio y de televisión.

1/ El acceso a mercados y TN aplica a la entrada y permanencia temporal de vendedores de servicios, traslados intra-empresariales (gerentes, ejecutivos y especialistas), y modelos y profesiones especializadas.

El Cuadro III-9 muestra los compromisos que EE.UU. asume en el GATS para el *sector audiovisual* que tiene relación con la producción de televisión. Se destaca que ese país no asume limitaciones a sus compromisos para los primeros tres modos de suministro. Para el Modo 4 incluye la limitación, contenida en la lista horizontal, que el acceso a mercados y TN se aplica a la entrada y permanencia temporal de vendedores de servicios y traslados intra-empresariales (gerentes, ejecutivos y especialistas) del subsector.

Por último, cabe recordar que estos compromisos listados en GATS pueden diferir de la regulación o prácticas actuales, tanto en Colombia como Estados Unidos. De hecho, los

compromisos consolidados en la OMC respecto a la televisión y sus industrias conexas constituyen el *status quo* de 1995, por lo cual representan apenas un piso y último común denominador de todos los acuerdos de libre comercio que estos países hayan firmado luego de dicha fecha.

Cuadro III-9

Compromisos de Estados Unidos en el GATS (enfoque de *lista positiva*)

Sector: Servicios audiovisuales, Subsectores: Servicios de producción de radio y televisión; y otros servicios en relación con los servicios de producción de películas cinematográficas, cintas de vídeo para uso doméstico con fines de esparcimiento y radio y televisión, tales como el montaje y doblaje de películas y la sobreimpresión de títulos en las películas

Modo de suministro	Limitaciones al acceso a mercados	Limitaciones al TN
Modo 1	Ninguna	
Modo 2	Ninguna	
Modo 3	Ninguna	
Modo 4	No consolidado, excepto 1/.	

Fuente: OMC (2003). "Oferta de Estados Unidos", documento TN/S/O/USA, abril.

Notas: TN: Trato Nacional; NMF: trato Nación Más Favorecida. 1/ El acceso a mercados y TN aplica a la entrada y permanencia temporal de vendedores de servicios, traslados intra-empresariales (gerentes, ejecutivos y especialistas), y modelos y profesiones especializadas.

En la siguiente sección se analizan las reservas a los compromisos en servicios e inversión por parte de Estados Unidos en TLCs recientes y de relevancia para el caso colombiano. Esta evaluación sustenta el análisis de la subsección III.C.1 sobre la propuesta de reservas en estas áreas que presentó Estados Unidos a los países andinos el mes de julio de 2004 en el desarrollo de las negociaciones del TLC.

III.C. Reservas a los compromisos en Servicios e Inversión de Estados Unidos

El análisis de las reservas a los compromisos derivados de los capítulos de *Servicios e Inversión* de Estados Unidos muestra los intereses recurrentes de ese país en diversas áreas de negociación. Con este propósito, el Cuadro III-10 y el Cuadro III-11 resumen la lista de *reservas o medidas disconformes* que Estados Unidos ha negociado en NAFTA y otros TLCs recientes, respectivamente, en lo relacionado con el sector de televisión.

Estos cuadros, al igual que los correspondientes a las secciones que analizan las reservas de México, Chile, los países centroamericanos y Australia, muestran una síntesis del texto

de la medida disconforme (o reserva), extractada de los textos de los Anexos de los TLCs, y el tipo de obligación afectada por la misma (marcada con una “X” en los mismos): *Trato Nacional* (TN), *trato Nación Más Favorecida* (NMF), *Acceso a mercados*, *Requisitos de desempeño*, *Altos ejecutivos y directivos* y *Presencia Local*.⁸⁴ Igualmente, los cuadros especifican el capítulo del TLC al que se refiere la medida disconforme, utilizando la abreviación “I” para el capítulo de *Inversión* y “CTS” para el de *Comercio Transfronterizo de Servicios*.⁸⁵

El Cuadro III-10 y el Cuadro III-11 muestran que Estados Unidos ha incluido una lista casi idéntica de *medidas disconformes* para el sector de televisión en el NAFTA, los TLCs con Singapur, Chile, Australia y el acuerdo CAFTA. Las similitudes son evidentes en los acuerdos comerciales suscritos desde 2000, como se muestra en el Cuadro III-11. A continuación se destacan tres de las reservas más importantes.

En primera instancia, Estados Unidos no asume compromisos para las medidas existentes a nivel estatal que sean disconformes con los compromisos de liberalización en servicios e inversión en el TLC, incluyendo los servicios audiovisuales como la televisión,. Esta reserva afecta las siguientes seis obligaciones del acuerdo comercial: *Trato Nacional*, *trato Nación Más Favorecida*, *Acceso a mercados*, *Presencia Local*, *Requisitos de Desempeño*, *Altos ejecutivos y directivos*. Esta medida disconforme refleja que en todos los acuerdos comerciales analizados, EE.UU. sólo negocia la remoción de barreras a los servicios y la inversión presentes a nivel federal.⁸⁶

En segundo término, EE.UU. se reserva el derecho de adoptar o mantener cualquier medida que otorgue trato diferente a personas de otros países debido a la aplicación de medidas de reciprocidad, o a través de acuerdos internacionales que impliquen la administración del espectro de radio, el acceso al mercado o el trato nacional con respecto a los servicios de telecomunicaciones digitales de transmisiones satelitales unidireccionales, sean de televisión abierta al hogar (DTH), de radiodifusión directa

⁸⁴ Véase la sección II.B.2.b) para las definiciones de estos principios básicos de negociación.

⁸⁵ El capítulo de *Comercio transfronterizo de servicios* se abrevia en ocasiones como el capítulo de *Servicios*.

(DBS) de servicios de televisión y servicios digitales de audio. Esta reserva futura afecta la obligación de trato *Nación Más Favorecida*.

Por último, EE.UU. se reserva el derecho de adoptar o mantener cualquier medida que otorgue un trato equivalente a personas de cualquier país que limite la propiedad a personas estadounidenses de empresas dedicadas a la operación de televisión por cable en ese país. Esta reserva futura afecta las obligaciones de *Trato Nacional*, trato *Nación Más Favorecida* y *Altos ejecutivos y directivos*.⁸⁷

Esta evaluación permite constatar que Estados Unidos presenta una lista casi idéntica de reservas en cuanto al sector de la televisión en todas las negociaciones comerciales que ha conducido desde 2000.

III.C.1. Propuesta de reservas de Estados Unidos presentada a los países andinos en televisión

En el desarrollo de las negociaciones comerciales entre Colombia y Estados Unidos, las partes intercambiaron *reservas* o *medidas disconformes*, presentes y futuras, para considerar su inclusión en los anexos establecidos para tal efecto en los acuerdos comerciales (bajo el método de *lista negativa*). Una revisión de la propuesta de Estados Unidos de julio de 2004 muestra que todas las reservas planteadas a Colombia coinciden con las listadas en el Cuadro III-11. Esto significa que EE.UU. mantuvo inalterados sus intereses defensivos de negociación en cuanto al sector de televisión en el marco de las discusiones con nuestro país.

En la siguiente sección se analiza las reservas listadas por México en NAFTA que mantienen relación con el sector de televisión.

⁸⁶ La excepción a este tratamiento se dio en NAFTA, pues en ese acuerdo Estados Unidos listó reservas específicas respecto a normativa vigente a nivel estatal que era contraria a las obligaciones generales de ese TLC. Ver Cuadro III-10.

⁸⁷ Esta es la única reserva que no aparece listada en el TLC con Chile.

Cuadro III-10

Medidas disconformes* y restricciones cuantitativas de Estados Unidos en NAFTA relacionadas con el sector de televisión en inversión y comercio transfronterizo de servicios (enfoque de *lista negativa*)

Medidas disconformes*: sector al que aplica y descripción la misma	Cap. **	TN	Trato NMF	Altos ejecutivos y directivos	Presencia Local
<i>Limitaciones a las obligaciones del TLC capítulos de Inversión y Comercio Transfronterizo de Servicios</i>					
Comunicaciones (Telecomunicaciones-Servicios mejorados o de valor agregado-servicios de transmisión de datos y mensajes): Si un proveedor extranjero de servicios mejorados localizado en EU obtiene un certificado como Agencia reconocida de Operación privada por el Departamento de Estado debe enviar copias de los acuerdos de operación celebrados con gobiernos extranjeros. Se considera propiedad extranjera cuando el 20% o más de su capital es de personas que no son ciudadanos estadounidenses.	I	X			
Comunicaciones (Televisión por cable): Sujeto al art 2106 (industrias culturales), Estados Unidos se reserva el derecho de adoptar o mantener cualquier medida que otorgue trato equivalente a las personas de cualquier país que limite la participación de personas de Estados Unidos en empresas que operen sistemas de televisión por cable en ese país.	I	X	X		
Comunicaciones (Redes y servicios de telecomunicaciones y radiocomunicaciones): EU se reserva el derecho de adoptar o mantener cualquier medida respecto a la inversión en, o la prestación de, redes de telecomunicaciones, servicios de telecomunicaciones o radiocomunicaciones. Estas medidas podrán aplicarse a cuestiones tales como entrada al mercado, administración del espectro, tarifas, acuerdos entre los portadores, términos y condiciones del servicio e interconexión entre redes y servicios. Por lo general..... Esta reserva no se aplica a las medidas sobre servicios mejorados o de valor agregado o a la producción, venta o derechos de programación de radio o televisión.	I, CTS	X	X	X	X
Comunicaciones (servicios de televisión por cable): Restricción cuantitativa Anexo V. A un sistema de TV por cable no le está permitido portar señal alguna de TV radiodifundida, si el sistema posee, opera, controla o tiene algún interés en una estación radiodifusora de TV, cuya huella B se superponga al área de servicio de tal sistema de cable. Un sistema de TV por cable puede detentar, directa o indirectamente, la propiedad, operación, control o interés en una cadena nacional de televisión, como ABC, CBS o NBC, sólo si tal sistema no pasa por más del: a) 10% de las casas...; b) 50% de las casas...Una sociedad de TV por cable no podrá arrendar el exceso de tiempo de transmisión o de capacidad a partir de una licencia para una Estación de Servicio Fijo de TV Instructiva ITFS (servicios diseñados para ser utilizados en instituciones educativas), si la estación ITFS se localiza...					

Fuente: Fedesarrollo con base en los anexos a los capítulos de Inversión y Comercio Transfronterizo del NAFTA. Notas: la "X" destaca el tipo de obligación afectada por la reserva o *medida disconforme* listada en los Anexos de los capítulos señalados. Anexo I: medidas disconformes existentes. Anexo II: medidas disconformes existentes o futuras. * *Medida disconforme*: leyes, regulaciones u otras medidas en virtud de las cuales no aplica alguna o varias de las obligaciones generales señaladas y acordadas en el capítulo señalado (inversión, comercio transfronterizo) del acuerdo comercial. ** Capítulo del TLC al que se refiere la *medida disconforme*, I: Inversión, CTS: Comercio Transfronterizo de Servicios.

Cuadro III-11

Medidas disconformes* de Estados Unidos relacionadas con el sector de televisión en inversión y comercio transfronterizo de servicios en los Anexos I y II de los TLC con Chile, Singapur, Centroamérica y Australia (enfoque de *lista negativa*)

Medidas disconformes*: sector al que aplica y descripción la misma	Cap. **	TN	Trato NMF	Acceso a mercados	Req.de desempeño	Altos ejecutivos y directivos	Presencia Local
Todos los sectores: todas las medidas disconformes de todos los Estados de EU, el Distrito de Columbia y Puerto Rico en inversión y comercio transfronterizo de servicios.	I, CTS	X	X	X	X	X	X
Comunicaciones: EU se reserva el derecho de adoptar o mantener cualquier medida que otorgue trato diferente a personas de otros países debido a la aplicación de medidas de reciprocidad o, a través de acuerdos internacionales que impliquen la administración del espectro de radio, el acceso al mercado, o el trato nacional con respecto a los servicios de telecomunicaciones digitales de transmisiones satelitales unidireccionales, sean de televisión abierta al hogar (DTH), de radiodifusión directa por satélite (DBS) de servicios de televisión y servicios digitales de audio.	I, CTS		X				
Todos los sectores: EE.UU. se reserva el derecho de adoptar o mantener cualquier medida que otorgue tratos diferentes a países de conformidad con cualquier acuerdo internacional, bilateral o multilateral, en vigor o que se suscriba con anterioridad a la fecha de entrada en vigor de este Tratado.	I, CTS		X				
Todos los sectores: EE.UU. se reserva el derecho de mantener cualquier medida que no sea incompatible con el Artículo XVI (acceso a mercados) del GATS.	I, CTS			X			
Comunicaciones: TV por cable. EE.UU. se reserva el derecho de adoptar o mantener cualquier medida que otorgue un trato equivalente a personas de cualquier país que limite la propiedad a personas estadounidenses de empresas dedicadas a la operación de TV por cable (cablevisión en el texto CAFTA) en ese país. /1	I, CTS	X	X			X	X

Fuente: Fedesarrollo con base en los anexos a los capítulos de Inversión y Comercio Transfronterizo del TLC entre Chile y EU, y Singapur y EU y CAFTA. Notas: la "X" destaca el tipo de obligación afectada por la reserva o *medida disconforme* listada en los Anexos de los capítulos señalados. Anexo I: medidas disconformes existentes. Anexo II: medidas disconformes existentes o futuras. * *Medida disconforme*: leyes, regulaciones u otras medidas en virtud de las cuales no aplica alguna o varias de las obligaciones generales señaladas y acordadas en el capítulo señalado (inversión, comercio transfronterizo) del acuerdo comercial. ** Capítulo del TLC al que se refiere la *medida disconforme*, I: Inversión, CTS: Comercio Transfronterizo de Servicios. /1: Esta medida no está en el TLC Chile-EU. Aparece en el TLC EU-Singapur y CAFTA.

III.D. Reservas a los compromisos en Servicios e Inversión de México

El Cuadro III-12 resume las reservas listadas por México en los anexos a los capítulos de *Inversión y Comercio transfronterizo de servicios* de NAFTA respecto al sector de televisión. De las reservas presentadas en ese cuadro, se destacan cinco aspectos.

En primer lugar, México no establece una reserva de tipo general para las denominadas *industrias culturales*. En segundo término, como reserva horizontal que afecta a todos los sectores, sólo 10% de los miembros que integren una sociedad cooperativa de producción mexicana podrán ser extranjeros y, además, los extranjeros no podrán ocupar puestos de dirección en tales empresas. En tercera instancia, México hace algunas exigencias en cuanto a la utilización del idioma español, o de sistemas de subtítulos en algunos casos, en la publicidad retransmitida en su territorio y la transmisión, distribución por cable o por sistemas de distribución multipunto de programas de radio y televisión. En cuarto término, México impuso un límite a la inversión extranjera directa (IED) de 49% en el subsector de televisión por cable, que estaría sujeto a revisión al cumplirse 5 años de vigencia del NAFTA.

Por último, México listó una reserva muy amplia que le permite adoptar o mantener cualquier medida respecto a la inversión en servicios de radiodifusión, sistemas de distribución multipunto, música continua y TV de alta definición, así como a la prestación de esos servicios. Si bien esta reserva afecta las obligaciones de *Trato Nacional*, *trato NMF*, *Altos directivos y ejecutivos* y *Presencia local*, no se aplica a la producción, venta o autorización de derechos de programas de radio o televisión.

Cuadro III-12

Medidas disconformes* y restricciones cuantitativas de México en NAFTA relacionadas con el sector de televisión en inversión y comercio transfronterizo de servicios (enfoque de *lista negativa*)

Medidas disconformes*: sector al que aplica y descripción la misma	Cap. **	TN	Trato NMF	Acceso a mercados	Req. desempeño	Altos ejecutivos y directivos	Presencia local
<i>Limitaciones a las obligaciones del TLC capítulos de Inversión y Comercio Transfronterizo de Servicios</i>							
Todos los sectores: La Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras para determinar la conveniencia de autorizar las solicitudes prestadas (sic) a su consideración (adquisición o establecimiento de inversiones en las actividades restringidas señaladas en esta Lista (por ejemplo: petróleo, petroquímica básica, electricidad, energía nuclear, comunicaciones vía satélite) deberá tomar en cuenta los siguientes criterios: a) efectos sobre empleo y capacitación; b) aporte tecnológico; c) incremento en productividad y competitividades México.	I	X					
Todos los sectores: La Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras únicamente revisará la adquisición, directa o indirecta, realizada por un inversionista de otra Parte de más de 49%.....	I	X					
Todos los sectores: No más del 10% de los miembros que integren una sociedad cooperativa de producción mexicana podrán ser extranjeros. Los extranjeros no podrán ocupar puestos de dirección en tales empresas.	I	X				X	
Comunicaciones (Servicios de esparcimiento-radiodifusión, sistemas de distribución multipunto MDS y TV por cable): Para proteger los derechos de autor, el concesionario de una estación comercial de radiodifusión, o de un sistema de TV por cable, requiere previa autorización de la Secretaría de Gobernación para importar de cualquier forma programas de radio o televisión con el fin de retransmitirlos o distribuirlos en el territorio de México. La autorización será concedida siempre que la solicitud lleve adjunta la documentación comprobatoria de él o los derechos de autor para la retransmisión de o distribución de tales programas.	I, CTS	X			X		
Comunicaciones (Servicios de esparcimiento-radiodifusión, sistemas de distribución multipunto MDS y TV por cable): Se requiere el uso del idioma español para la transmisión, distribución por cable o por sistemas de distribución multipunto de programas de radio y televisión, excepto cuando la Secretaría de Gobernación autorice el uso de otro idioma. La mayor parte del tiempo la programación diaria	I, CTS	X			X		

		TN	Trato NMF	Acceso a mercados	Req. desempeño	Altos ejecutivos y directivos	Presencia local
radiodifundida que utilice actuación personal deberá ser cubierta por nacionales mexicanos. En México los locutores de radio y TV que no sean nacionales mexicanos deberán obtener autorización de la Secretaría de Gobernación.							
Comunicaciones (Servicios de esparcimiento-transmisión y sistemas de distribución multipunto MDS y TV por cable): Se requiere el uso del idioma español o subtítulos en español en los anuncios radiodifundidos o de otro modo distribuidos en el territorio de México. La publicidad incluida en los programas transmitidos directamente desde fuera del territorio de México no puede ser distribuida cuando los programas son retransmitidos en el territorio de México.	I, CTS	X			X		
Comunicaciones (Servicios de esparcimiento- TV por cable): Los inversionistas de otra Parte o sus inversiones sólo podrán adquirir, directa o indirectamente, hasta un 49% de la participación en empresas establecidas o por establecerse en el territorio de México que posean o exploten sistemas de TV por cable o que suministren servicios de TV por cable. (Sujeto a discusión después de cinco años).	I	X					
Comunicaciones (Servicios de esparcimiento- TV por cable): Se requiere una concesión otorgada por la Secretaría de Comunicaciones para construir y operar, o sólo operar, un sistema de TV por cable. Tal concesión podrá ser otorgada a nacionales mexicanos o empresas mexicanas.	CTS	X					X
Comunicaciones (Servicios de esparcimiento-radiodifusión y sistemas de distribución multipunto MDS): México se reserva el derecho de adoptar o mantener cualquier medida respecto a la inversión en servicios de radiodifusión, sistemas de distribución multipunto, música continua y televisión de alta definición y a la prestación de esos servicios. Esta reserva no aplica a la producción, venta o autorización de derechos de programas de radio o televisión.	I, CTS	X	X			X	X
Comunicaciones-Telecomunicaciones (Restricción cuantitativa): El arrendamiento o subarrendamiento de la capacidad de infraestructura es permitido hasta por un 30% de la capacidad instalada por cada enlace de red privada.							

Fuente: Fedesarrollo con base en los anexos a los capítulos de Inversión y Comercio Transfronterizo de Servicios del NAFTA. Notas: la "X" destaca el tipo de obligación afectada por la reserva o *medida disconforme* listada en los Anexos de los capítulos señalados. Anexo I: medidas disconformes existentes. Anexo II: medidas disconformes existentes o futuras. * *Medida disconforme*: leyes, regulaciones u otras medidas en virtud de las cuales no aplica alguna o varias de las obligaciones generales señaladas y acordadas en el capítulo señalado (inversión, comercio transfronterizo) del acuerdo comercial. ** Capítulo del TLC al que se refiere la *medida disconforme*, I: Inversión, CTS: Comercio Transfronterizo de Servicios.

III.E. Reservas a los compromisos en Servicios e Inversión de Chile

De forma análoga al caso mexicano anteriormente expuesto, en esta sección se discuten las principales reservas que negoció Chile con Estados Unidos en el marco del acuerdo de libre comercio que estableció con ese país.

El Cuadro III-13 resume las reservas o medidas disconformes que Chile listó en cuanto a las obligaciones derivadas de los capítulos de *Servicios* e *Inversión*. Como ya se mencionó en la sección II.D.3.c), Chile estableció una *Reserva cultural* al trato *Nación Más Favorecida* (NMF) que lo exime de otorgarle a Estados Unidos los beneficios de acuerdos bilaterales de cooperación en servicios culturales que tenga con terceros países. Las industrias culturales en esta reserva comprenden las siguientes actividades, entre las cuales se incluyen los servicios de televisión:

1. La publicación, distribución o venta de libros o revistas, publicaciones periódicas o diarios impresos o electrónicos (pero no incluye la actividad aislada de impresión o composición tipográfica de ninguna de las anteriores).
2. La producción, distribución, venta o exhibición de grabaciones de películas o video.
3. La producción, distribución, venta o exhibición de grabaciones de música en audio o video.
4. La producción, distribución o venta de música impresa o legible por medio de máquina.

Las radiocomunicaciones en las cuales las transmisiones tengan objeto de ser recibidas directamente por el público en general, así como todas las actividades relacionadas con la radio, televisión y transmisión por cable y los servicios de programación de satélites y redes de transmisión.

Sin embargo, los estadounidenses pueden acceder a fondos chilenos de promoción de estos servicios, incluyendo los de televisión, puesto que la reserva sólo se refiere al trato NMF. Para que los estadounidenses no tuvieran la oportunidad de solicitar estos fondos, la reserva debería incluir como obligación afectada al *Trato Nacional*. Por ende, y como ya se mencionó, el alcance de esta *Reserva cultural* chilena se considera como reducido para efectos de darle un tratamiento especial a estas industrias.

El Cuadro III-13 contiene otra serie de reservas de Chile sobre los servicios de comunicaciones relacionados con los servicios de televisión, entre las cuales sobresalen cinco. En primera instancia, Chile lista como reserva la aplicación de cuotas de pantalla de 40% de producción chilena en servicios televisivos de libre recepción, por lo cual la cuota no aplicaría a la televisión por cable. En segundo lugar, Chile impone un límite de 10% a la IED, sujeto a reciprocidad, en concesiones de radiodifusión de libre recepción. En tercer término, Chile exige presencia comercial a los propietarios de los medios de comunicación y agencias nacionales de noticias. Además, en la misma reserva establece que sólo los chilenos pueden ser presidentes, gerentes, administradores o representantes de la persona jurídica de un medio de comunicación social. En cuarta instancia, Chile reservó una medida según la cual se requiere una concesión otorgada por decreto para instalar, operar y explotar servicios públicos de telecomunicaciones en su territorio. Además, ese país exige que estas personas o empresas se encuentren constituidas conforme a la legislación chilena para ser elegibles para dicha concesión y que soliciten permiso para llevar a cabo servicios complementarios de telecomunicaciones mediante la conexión a equipos de las redes públicas.

Por último, Chile lista una reserva mediante la cual podrá adoptar o mantener en el futuro medidas en comercio transfronterizo e inversión en servicios de telecomunicaciones digitales de transmisiones satelitales unidireccionales, sean de televisión abierta al hogar, de radiodifusión directa de servicios de televisión y servicios digitales de audio, y servicios complementarios de telecomunicación. Con esta reserva, Chile guarda un espacio para expedir normas en cuanto a la introducción de servicios de televisión digital en su territorio.

A continuación evaluamos las reservas listadas por los países centroamericanos relacionadas con servicios de televisión, que son contrarias a disposiciones de los capítulos de *Inversión y Comercio transfronterizo de servicios* del acuerdo CAFTA.

Cuadro III-13

Medidas disconformes* de Chile relacionadas con el sector de televisión en inversión y comercio transfronterizo de servicios en los Anexos I y II del TLC con Estados Unidos (enfoque de *lista negativa*)

Medidas disconformes*: sector al que aplica y descripción la misma	Cap. **	TN	Trato NMF	Acceso a mercados	Req. desemp eño	Altos ejecutivos y directivos	Presencia local
	Limitaciones a las obligaciones del TLC capítulos de Inversión y Comercio Transfronterizo de Servicios						
<p>Todos los sectores: como mínimo el 85% de los trabajadores de un mismo empleador deben ser personas naturales chilenas. Esta regla se aplica a empleadores con más de 25 trabajadores con contrato de trabajo. El personal técnico experto, que no pueda ser reemplazado por personal nacional, no estará sujeto a esta disposición, según lo determine la Dirección del Trabajo.</p>	CTS	X					X
<p>Comunicaciones: El dueño de un medio de comunicación social, tales como las transmisiones de imagen y sonido o una agencia nacional de noticias, en el caso de una persona natural, debe tener un domicilio debidamente establecido en Chile, y, en el caso de una persona jurídica debe estar constituida con domicilio en Chile o tener una agencia autorizada para operar dentro del territorio nacional. Sólo los chilenos pueden ser presidentes, gerentes, administradores o representantes de la persona jurídica. En el caso de los servicios de radiodifusión sonora de libre recepción, la mayoría de los miembros del directorio deben ser chilenos. El director legalmente responsable y la persona que lo reemplace debe ser chileno con domicilio y residencia en Chile.</p> <p>Las solicitudes para obtener una concesión de radiodifusión sonora de libre recepción, presentadas por una persona jurídica en la cual más del 10% de su capital social está en manos de extranjeros, serán otorgadas sólo si previamente se acredita que a los nacionales de Chile se les otorgan similares derechos y obligaciones en el país de origen del solicitante que los que gozará el solicitante en Chile.</p> <p>El Consejo Nacional de Televisión podrá fijar un requisito general de hasta un 40% de producción chilena en los programas que transmitan los canales de servicios de transmisión televisiva de libre recepción (<i>ver Carta de Entendimiento sobre TV</i>).</p> <p>Sólo pueden ser titulares de permisos de servicios limitados de telecomunicaciones de radiodifusión sonora, o hacer uso de ellos, a cualquier título, personas jurídicas de derecho público o privado, constituidas en Chile y con domicilio en el país.</p>	I, CTS	X	X		X	X	X

		TN	Trato NMF	Acceso a mercados	Req. desempeño	Altos ejecutivos y directivos	Presencia local
Los presidentes gerentes o representantes legales deben ser chilenos. Sólo pueden ser titulares de permisos de servicios limitados de televisión por cable o por microondas, o hacer uso de ellos, a cualquier título, personas jurídicas de derecho público o privado, constituidas en Chile y con domicilio en el país. Los presidentes, directores, gerentes, administradores y representantes legales de la persona jurídica serán chilenos.							
Todos los sectores: Chile se reserva el derecho de adoptar o mantener cualquier medida que otorgue tratos diferentes a países de conformidad con cualquier acuerdo internacional, bilateral o multilateral, en vigor o que se suscriba con anterioridad a la fecha de entrada en vigor de este Tratado.	I, CTS		X				
Comunicaciones: Chile se reserva el derecho de adoptar o mantener cualquier medida relativa al comercio transfronterizo de servicios de telecomunicaciones digitales de transmisiones satelitales unidireccionales, sean de televisión abierta al hogar, de radiodifusión directa de servicios de televisión y servicios digitales de audio, y servicios complementarios de telecomunicación.	CTS	X	X				X
Comunicaciones: Chile se reserva el derecho de adoptar o mantener cualquier medida relativa a los inversionistas o la inversión de servicios de telecomunicaciones digitales de transmisiones satelitales unidireccionales, sean de televisión abierta al hogar, de radiodifusión directa de servicios de televisión y servicios digitales de audio, y servicios complementarios de telecomunicación.	I	X	X		X	X	
Industrias culturales: Chile se reserva el derecho de adoptar o mantener cualquier medida que otorgue trato diferente a países conforme a cualquier tratado internacional bilateral o multilateral existente o futuro con respeto a las industrias culturales, tales como acuerdos de cooperación visual. Para mayor certeza, los programas gubernamentales de apoyo, a través de subsidios, para la promoción de actividades culturales no están sujetas las limitaciones u obligaciones de este Tratado. Industrias culturales significa toda persona que lleve a cabo cualquiera de las siguientes actividades: 1) La publicación, distribución o venta de libros o revistas, publicaciones periódicas o diarios impresos o electrónicos (pero no incluye la actividad aislada de impresión o composición tipográfica de ninguna de las anteriores); 2) La producción, distribución, venta o exhibición de grabaciones de películas o video; 3) La producción, distribución, venta o exhibición de grabaciones de música en audio o video;	I, CTS		X				

		TN	Trato NMF	Acceso a mercados	Req. desempeño	Altos ejecutivos y directivos	Presencia local
4) La producción, distribución o venta de música impresa o legible por medio de máquina; 5) Las radiocomunicaciones en las cuales las transmisiones tengan objeto de ser recibidas directamente por el público en general, así como todas las actividades relacionadas con la radio, televisión y transmisión por cable y los servicios de programación de satélites y redes de transmisión.							
<p>Todos los sectores: Chile se reserva el derecho de mantener o adoptar cualquier medida disconforme relativa a acceso a mercados (Artículo 11.4 del TLC), excepto para los sectores y subsectores sujetos a las limitaciones que se listan a continuación (se resumen los relevantes a TV e industrias conexas): ...</p> <p>Servicios y redes de telecomunicaciones básicas locales, servicios intermedios de telecomunicaciones, servicios limitados de telecomunicaciones: limitaciones para las medidas i, ii y iii de acceso a mercados: se requiere una concesión otorgada por Decreto Supremo expedido por el Ministerio Transportes y Telecomunicaciones para instalar, operar y explotar servicios públicos e intermedios de telecomunicaciones en el territorio de Chile.</p> <p>Sólo las personas constituidas conforme a la legislación chilena serán elegibles para dicha concesión.</p> <p>Se requiere un pronunciamiento oficial expedido por la Subsecretaría de Telecomunicaciones para llevar a cabo servicios complementarios de telecomunicaciones mediante la conexión a equipos de las redes públicas.</p> <p>Se requiere un permiso de la Subsecretaría de Telecomunicaciones para instalar, operar y desarrollar servicios limitados de telecomunicaciones.</p>	I, CTS		X		X	X	

Fuente: Fedesarrollo con base en los anexos a los capítulos de Inversión y Comercio Transfronterizo de Servicios del TLC entre Chile y EU. Notas:: la "X" destaca el tipo de obligación afectada por la reserva o *medida disconforme* listada en los Anexos de los capítulos señalados. Anexo I: medidas disconformes existentes. Anexo II: medidas disconformes existentes o futuras. * *Medida disconforme*: leyes, regulaciones u otras medidas en virtud de las cuales no aplica alguna o varias de las obligaciones generales señaladas y acordadas en el capítulo señalado (inversión, comercio transfronterizo) del acuerdo comercial. ** Capítulo del TLC al que se refiere la *medida disconforme*, I: Inversión, CTS: Comercio Transfronterizo de Servicios.

III.F. Reservas a los compromisos en Servicios e Inversión de los países centroamericanos

El Cuadro III-14 presenta las reservas de los siguientes cinco países centroamericanos que negociaron el acuerdo de libre comercio CAFTA (por su sigla en inglés) con Estados Unidos: Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua.⁸⁸ Una evaluación del contenido del mismo muestra que se presentó una alta diversidad en el contenido de las reservas sobre televisión listadas por estos países.

Costa Rica fue el único entre estas cinco naciones que incluyó una *Reserva cultural* idéntica a la listada por Chile en sus anexos de reservas respecto a las obligaciones de los capítulos de *Inversión y Servicios* en su TLC con Estados Unidos. Además, Costa Rica y Nicaragua incluyeron reservas sobre límites a la IED en el sector de televisión. En efecto, Costa Rica inscribió como reserva un límite de 35% a la IED para obtener una licencia o adjudicación de un canal de televisión libre para señales originarias en Costa Rica, y una licencia para operar estaciones de radio y televisión. Por su parte, Nicaragua listó una medida según la cual los nacionales nicaragüenses deberán ser propietarios de 51% del capital para obtener una licencia para operar servicios de radiodifusión sonora y de transmisión de televisión de libre recepción. Esto implica que el límite a la IED reservado por Nicaragua es de 49%.

En cuanto a las cuotas de pantalla en televisión abierta, Costa Rica fue el único país de los cinco centroamericanos que listó esta política como reserva a los compromisos en servicios del TLC. Según el texto de la misma, Costa Rica exige un mínimo de 40% de producción nacional al aire por día.

Las reservas de los centroamericanos encuentran mayores puntos en común en el tema de servicios profesionales relacionados con el sector de televisión. Costa Rica se reservó el derecho a exigir que los directores de personas jurídicas que presten servicios de radio y televisión sean costarricenses de nacimiento, o con más de 10 años de naturalización. Guatemala y Nicaragua incluyeron como reserva en servicios profesionales que una

⁸⁸ La lista de reservas de República Dominicana, país que adhirió extemporáneamente al acuerdo CAFTA, no estuvo disponible para este análisis.

empresa organizada bajo las leyes de un país extranjero dedicada a la prestación de servicios profesionales, que requiere del reconocimiento de un título universitario del grado, título o diploma universitario, no podrá establecerse en Guatemala. En servicios de radio, televisión y periódicos, Honduras reservó una medida según la cual solamente sus nacionales de nacimiento pueden ejercer altos cargos de dirección de los periódicos impresos o medios de noticia de libre transmisión (radio y televisión), incluida la orientación intelectual, política y administrativa de los mismos. Por último, Nicaragua listó como reserva en servicios de radiodifusión sonora y televisión de libre recepción, que una licencia para operar estos servicios sólo se otorgará a personas nicaragüenses (en el caso de empresas, los nacionales nicaragüenses deberán ser propietarios de 51% del capital).

En contraste con el TLC Chile-Estados Unidos, el acuerdo CAFTA contiene numerosas reservas restrictivas en cuanto al comercio en servicios de publicidad con Estados Unidos. Por ejemplo, Costa Rica listó como reserva la exigencia de un trato diferente por origen de la publicidad para cine, radio, televisión y otros espectáculos. La norma menciona que si el comercial es extranjero deberá pagar una suma cada vez que se transmita al aire en la televisión doméstica. Para este efecto, se define como nacional un comercial si 90% de la tonada o *jingle* es costarricense y si la imagen es en 90% o más producto costarricense. Esta reserva menciona también que cada estación de televisión o sala de cine sólo podrá transmitir al aire 30% de publicidad extranjera por día. Por último, esta reserva costarricense establece que los comerciales importados de fuera de la región centroamericana deberán pagar un impuesto de 100% de su valor de producción declarado.

El Salvador incluye como reserva en servicios de publicidad y promoción para radio y televisión que, como mínimo, 90% de la producción y grabación de cualquier anuncio comercial a ser utilizado en los medios de comunicación públicos de El Salvador debe ser realizado por empresas organizadas bajo la Ley Salvadoreña. Al igual que Costa Rica, El Salvador otorga origen a anuncios comerciales producidos o grabados por una empresa constituida de conformidad con las leyes de otra Parte de Centroamérica. En el caso en que los anuncios comerciales no cumplan con los anteriores requisitos, la normativa

establece que los comerciales estarán sujetos al pago de una única cuota, cuya magnitud no se especifica en el texto de la reserva listada por ese país.

Por último, el Cuadro III-14 señala que Nicaragua fue el único país centroamericano que incluyó una reserva idéntica a la chilena en relación con la televisión digital. Esta reserva menciona que Nicaragua se reserva el derecho de adoptar o mantener cualquier medida que conceda trato diferencial a personas de otros países debido a la aplicación de medidas recíprocas o a través de acuerdos internacionales que involucren compartir el espectro de radio, garantizar el acceso al mercado o el trato nacional con respecto a la transmisión satelital en una vía de servicios de televisión y audiodigitales directo a casa (DTH) y de difusión directa (DBS).

Cuadro III-14

Medidas disconformes* de Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua relacionadas con el sector de televisión en inversión y comercio transfronterizo de servicios en los Anexos I y II del TLC con Estados Unidos (enfoque de *lista negativa*)

Medidas disconformes*: sector al que aplica y descripción la misma	Cap. **	TN	Trato NMF	Acceso a mdos.	Req. desemp eño	Altos ejec. y direct.	Presencia local
<i>Limitaciones a las obligaciones del TLC capítulos de Inversión y Comercio Transfronterizo de Servicios</i>							
Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua:							
Todos los sectores: estos cinco países se reservan el derecho de adoptar o mantener cualquier medida que otorgue tratos diferentes a países de conformidad con cualquier acuerdo internacional, bilateral o multilateral, en vigor o que se suscriba con anterioridad a la fecha de entrada en vigor de este Tratado	I, CTS		X				
Costa Rica:							
Servicios profesionales: Periodistas: Todos los profesionales extranjeros deberán demostrar que en su país de origen, donde se les autoriza el ejercicio profesional, los costarricenses pueden ejercer su profesión en circunstancias similares. Los profesionales ser residentes y afiliarse a los correspondientes Colegios Profesionales. Para mayor certeza, ninguna de las medidas listadas restringe a las empresas en Costa Rica para emplear extranjeros de conformidad con la ley costarricense para ejecutar contratos.	I, CTS	X	X				X
Servicios relacionados con telecomunicaciones – radio y televisión: los servicios inalámbricos no podrán salir definitivamente del dominio del Estado y sólo podrán ser suministrados por la administración pública o particulares, de conformidad con la ley o mediante concesión especial otorgada por tiempo limitado y con arreglo a las condiciones y estipulaciones que establezca la Asamblea Legislativa. Sólo los costarricenses o empresas cuyo capital pertenezca no menos de 65% a costarricenses, podrán establecer o manejar una empresa que suministre servicios inalámbricos. Esta restricción no se aplica al establecimiento y operación de estaciones de radioaficionados, pero no se concederán derechos a un extranjero con residencia en Costa Rica cuando el país de origen de ese extranjero no conceda ese mismo derecho a costarricenses.	I, CTS	X	X	X		X	

	TN	Trato NMF	Acceso a mdos.	Req. desemp eño	Altos ejec. y direct.	Presencia local
<p>Sólo los costarricenses o las personas jurídicas de acciones nominativas y que sean propiedad de costarricenses podrán obtener una licencia para operar servicios de radiodifusión de Ultra Alta Frecuencia (UHF). Sólo costarricenses o personas jurídicas cuyo capital pertenezca en no menos de 65% a costarricenses podrán obtener una licencia o adjudicación de un canal de televisión libre para señales originadas en Costa Rica. Sólo los costarricenses o empresas cuyo capital pertenezca no menos de 65% a costarricenses, podrán obtener una licencia para operar estaciones de radio; radioaficionados; radio-televisión; y estaciones de difusión marítima, aeronáutica, metereológica y privadas. Los directores o administradores de personas jurídicas que presten servicios de radio y televisión deberán ser costarricenses por nacimiento o con más de 10 años de naturalización. El derecho de establecer estaciones radiográficas en Costa Rica para la transmisión y recepción de mensajes oficiales, está permanentemente reservada al Estado y no está sujeta a concesión.</p>						
<p>Audiovisuales – Publicidad – Servicios de Cine, Radio, Televisión y otros espectáculos: los medios de difusión masiva y servicios de publicidad sólo podrán ser proporcionados por sociedades incorporadas en Costa Rica con acciones nominativas o bajo la forma de “sociedades personales” de conformidad con la legislación costarricense.</p> <p>Los programas de radio y televisión deberán respetar las siguientes reglas:</p> <p>i) Si los comerciales consisten en tonadas (<i>jingles</i>) grabados en el extranjero, deberá pagarse una suma cada vez que se transmita al aire el comercial en la televisión doméstica. De los comerciales que se transmita al aire cada estación doméstica de televisión o que se proyecte en una sala de cine, solamente el 30% podrá ser de procedencia extranjera.</p> <p>ii) Los comerciales importados por medios físicos desde fuera de la región centroamericana y transmitidos al aire en televisión doméstica pagarán un impuesto equivalente al 100% de su valor de producción declarado. Los comerciales de radio, cine o televisión son considerados nacionales cuando son producidos en cualquiera de los países de Centroamérica con los que haya reciprocidad en la materia.</p> <p>iii) El número de programas de radio y radionovelas grabadas en el extranjero no podrán exceder 50% del total de las puestas al día al aire en transmisiones de estaciones domésticas en radio.</p> <p>iv) El número de programas filmados o grabados en el extranjero podrá estar limitado</p>	I, CTS	X	X	X	X	X

	TN	Trato NMF	Acceso a mdos.	Req. desempeño	Altos ejec. y direct.	Presencia local
al 60% del total de los programas puestos por día al aire en transmisiones de televisión doméstica. Los comerciales de radio, cine o televisión son considerados nacionales cuando al menos 90% de la tonada (o <i>jingle</i>) haya sido compuesta o arreglada por costarricenses, y no menos del 90% de la imagen haya sido dibujada, fotografiada, impresa, filmada o grabada en video por costarricenses, y cuando al menos 90% del personal técnico que participe en la producción sea costarricense.						
Servicios de agencia de noticias: salvo previa autorización, un periodista extranjero podrá cubrir eventos en Costa Rica solamente si es residente de Costa Rica. La Junta Directiva del <i>Colegio de Periodistas</i> podrá expedir permisos especiales a extranjeros de presentarse eventos de importancia internacional en Costa Rica.	CST	X				X
Industrias culturales: Costa Rica se reserva el derecho de adoptar o mantener cualquier medida que otorgue trato diferente a países conforme a cualquier tratado internacional bilateral o multilateral existente o futuro con respeto a las industrias culturales, tales como acuerdos de cooperación visual. Para mayor certeza, los programas gubernamentales de apoyo, a través de subsidios, para la promoción de actividades culturales no están sujetas a las limitaciones u obligaciones de este Tratado. Industrias culturales significa toda persona que lleve a cabo cualquiera de las siguientes actividades: 1) la publicación, distribución o venta de libros o revistas, publicaciones periódicas o diarios impresos o electrónicos <u>excluyendo la impresión y actividad tipográfica de ninguna de cualesquiera de las anteriores</u> ; 2) la producción, distribución, venta o exhibición de grabaciones de películas o video; 3) la producción, distribución, venta o exhibición de grabaciones de música en audio o video; 4) la producción, distribución o venta de música impresa o legible por medio de máquina; 5) las <u>radiodifusiones destinadas al público general</u> , así como todas las actividades relacionadas con la radio, televisión y transmisión por cable, servicios de programación de satélites y redes de transmisión. <i>(En subrayado: diferencias respecto a la reserva de Chile).</i>	I, CTS	X				
El Salvador:						
Servicios de comunicaciones – servicios de publicidad y promoción para radio y televisión: como mínimo 90% de la producción y grabación de cualquier anuncio comercial a ser utilizado en los medios de comunicación públicos de El Salvador, ya sea televisión, transmisión por radio y material impreso, que se originen en El	CTS	X	X			

	TN	Trato NMF	Acceso a mdos.	Req. desemp eño	Altos ejec. y direct.	Presencia local
Salvador, deben ser realizados por empresas organizadas bajo la Ley Salvadoreña. Los anuncios comerciales producidos o grabados por una empresa constituida de conformidad con las leyes de otra Parte de Centroamérica, podrán ser utilizados en los medios de El Salvador, toda vez que esa Parte brinde un trato similar a los anuncios comerciales producidos en El Salvador. Los anuncios comerciales que no llenen los requisitos mencionados anteriormente, podrán ser transmitidos en los medios de comunicación pública de El Salvador, si son anuncios de productos, marcas o servicios internacionales importados producidos en el país bajo licencia, y estarán sujetos al pago de una única cuota.						
Servicios de comunicación – servicios de transmisión por televisión y radio: las concesiones y licencias para los servicios de libre recepción se otorgarán a nacionales salvadoreños nacidos en El Salvador, o a empresas constituidas de conformidad con las leyes salvadoreñas. En el caso de tales empresas, el capital social deberá ser constituido por lo menos con 51% de salvadoreños.	I	X				
Guatemala:						
Todos los sectores: para que una empresa constituida con arreglo a las leyes extranjeras pueda establecerse en Guatemala, en cualquier forma, deberá constituir un capital asignado para sus operaciones en Guatemala, y una fianza a favor de terceros por una cantidad no menor al equivalente en quetzales de US\$50.000, que deberá permanecer vigente durante todo el tiempo que dicha sociedad opere en Guatemala.	I	X				
Servicios profesionales: una empresa organizada bajo las leyes de un país extranjero dedicada a la prestación de serv.profesionales, que requiere del reconocimiento de un título universitario del grado, título o diploma universitario, no podrá establecerse en Guatemala. Pero una empresa puede proveer tales servicios en Guatemala a través de un contrato con una empresa constituida en Guatemala.	I, CTS	X				
Honduras:						
Radio, televisión y periódicos: solamente los hondureños por nacimiento pueden ejercer altos cargos de dirección de los periódicos impresos o medios de noticia de libre transmisión (radio y televisión), incluida la orientación intelectual, política y administrativa de los mismos.	I				X	
Telecomunicaciones: los gobiernos extranjeros no podrán participar en forma directa en la prestación de servicios públicos de telecomunicaciones.	CTS	X				
Servicios profesionales: no obstante las medidas existentes con el ejercicio	CTS	X	X			X

		TN	Trato NMF	Acceso a mdos.	Req. desemp eño	Altos ejec. y direct.	Presencia local
profesional, Honduras acuerda que la autorización para el ejercicio profesional será otorgada con base en los principios de reciprocidad.							
Servicios de comunicación – telecomunicaciones: Honduras se reserva el derecho de adoptar, mantener o modificar el nivel de part. en la propiedad de la Empresa Hondureña de Telecomunicaciones (Hondutel), así como sus filiales o subsidiarias.	I, CTS	X		X			
Nicaragua:							
Radiodifusión sonora, televisión de libre recepción: una licencia para operar servicios de radiodifusión sonora y de transmisión de televisión de libre recepción (conocidas en la legislación nicaragüense como “medios de comunicación social”), sólo se otorgarán a personas nicaragüenses. En el caso de empresas, los nacionales nicaragüenses deberán ser propietarios de 51% del capital.	I, CTS	X					
Comunicaciones – Servicios profesionales de radiodifusión y televisión: las empresas que proporcionan los servicios de radiodifusión y televisión en Nicaragua únicamente podrán utilizar los servicios profesionales de locutores nicaragüenses para la narración, comentarios, y difusión en vivo de programas deportivos o comerciales de la misma índole. No obstante lo establecido anteriormente, los extranjeros podrán trabajar como locutores si las leyes de sus propios países permiten que los nicaragüenses presten dichos servicios.	CTS	X	X				
Servicios profesionales: los profesionales extranjeros podrán ejercer en Nicaragua en la forma y sujetos a las mismas condiciones que en su país de origen se les permita a los nicaragüenses. Nicaragua acuerda otorgar reciprocidad en este trato.	CTS	X	X				X
Comunicaciones: Nicaragua se reserva el derecho de adoptar o mantener cualquier medida que conceda trato diferencial a personas de otros países debido a la aplicación de medidas recíprocas o a través de acuerdos internacionales que involucren compartir el espectro de radio, garantizar el acceso al mercado o el trato nacional con respecto a la transmisión satelital en una vía de servicios de televisión y audiodigitales “directo a casa” (DTH) y de “difusión directa” (DBS).	I, CTS		X				

Fuente: Fedesarrollo con base en los anexos a los capítulos de Inversión y Comercio Transfronterizo de Servicios del TLC CAFTA. Notas:: la “X” destaca el tipo de obligación afectada por la reserva o *medida disconforme* listada en los Anexos de los capítulos señalados. Anexo I: medidas disconformes existentes. Anexo II: medidas disconformes existentes o futuras. * *Medida disconforme*: leyes, regulaciones u otras medidas en virtud de las cuales no aplica alguna o varias de las obligaciones generales señaladas y acordadas en el capítulo señalado (inversión, comercio transfronterizo) del acuerdo comercial. ** Capítulo del TLC al que se refiere la *medida disconforme*, I: Inversión, CTS: Comercio Transfronterizo de Servicios.

III.G. Reservas a los compromisos en Servicios e Inversión de Australia

Las reservas consignadas por Australia en su TLC con Estados Unidos en televisión se destacan por ser las de mayor alcance entre todos los acuerdos comerciales analizados en este documento. Este grupo de medidas disconformes sobre inversión y servicios audiovisuales fue el resultado de una negociación muy compleja entre Australia y Estados Unidos, tanto que en un momento la discusión de estas reservas hizo peligrar el cierre de las negociaciones. Sin embargo, el gobierno de Australia perseveró en su objetivo de mantener sus políticas de promoción y apoyo al sector audiovisual. De hecho, la estrategia australiana se centró en guardar un amplio espacio para introducir y mantener nuevas políticas gubernamentales para estar en capacidad de promover la televisión de contenido australiano y legislar con cierta libertad a futuro como respuesta a un entorno tecnológico en constante cambio y evolución.⁸⁹

El Cuadro III-15 muestra que Australia introdujo una amplia reserva futura para los *servicios audiovisuales y de radiodifusión, servicios de publicidad e interpretaciones en vivo*, con un gran número de medidas que limitan las obligaciones de TN, trato NMF, *Acceso a mercados, Requisitos de desempeño y Presencia local* de los capítulos de *Servicios e Inversión*. Esta reserva le permite a Australia mantener tres áreas importantes de promoción de este sector: i) incentivos tributarios para la producción de cine y televisión; ii) fondos gubernamentales disponibles para artistas, escritores e intérpretes australianos; iii) flexibilidad para introducir nuevas políticas en una multitud de esferas.⁹⁰

Entre estas últimas se encuentra la posibilidad de mantener el porcentaje de cuota de pantalla para la televisión abierta comercial multicanal. En la televisión por suscripción Australia podría exigir en el futuro un porcentaje mínimo de gasto en formatos de artes, documentales, infantiles, drama y programas educativos. Australia también podría demandar que los servicios interactivos de video cumplan con cuotas de contenido australiano por definir. Respecto a la planeación de programación, licencias y manejo del espectro, Australia puede adoptar medidas que restrinjan el acceso a su mercado por parte

⁸⁹ Gobierno de Australia (2004), "Australia-United States Free Trade Agreement: The Outcome on Local Content Requirements in the Audiovisual Sector".

⁹⁰ *Ibid.*

de Estados Unidos. Por último, Australia conserva la facultad de atar los subsidios y las donaciones a requisitos de producción y contenido nacional.

El Cuadro III-15 muestra también que Australia incluye una *Reserva cultural* similar en espíritu a la negociada por Chile y Costa Rica. Esta reserva no es idéntica a la negociada por Chile y Costa Rica pues no lista la tradicional definición de qué sectores componen las industrias culturales. Sin embargo, la reserva de Australia es similar a la de esos dos países en la medida en que afecta la obligación de trato NMF, lo que permite que ese país mantenga programas de coproducción con otros países sin tener que extender sus beneficios a los estadounidenses.

Al igual que Chile, Costa Rica y Nicaragua, Australia listó como reserva un límite a la IED en licencias para transmitir en televisión abierta. El límite notificado en la reserva es de 20%, porcentaje inferior al establecido por otros países analizados anteriormente. La restricción a la IED también se establece para la televisión por suscripción, pues Australia reservó la imposición de un tope de 35% para este segmento. Adicionalmente, de manera similar a Chile y los países centroamericanos, Australia se reservó el derecho a exigir que sólo un porcentaje de los directores de cada licencia de televisión comercial sean de nacionalidad extranjera. En el caso de Australia ese porcentaje es 20%.

Por último, a diferencia de todos los acuerdos analizados hasta el momento, Australia incluyó una reserva similar a la estadounidense en cuanto al nivel de compromisos asumidos por los distintos niveles de gobierno en el TLC. Así, Australia establece que se reserva todas las medidas disconformes existentes al nivel regional de gobierno, lo cual limita las obligaciones de TN, trato NMF, *requisitos de desempeño, altos ejecutivos y directivos y presencia local*.

Cuadro III-15

Medidas disconformes* de Australia relacionadas con el sector de televisión en inversión y comercio transfronterizo de servicios en los Anexos I y II del TLC con Estados Unidos (enfoque de *lista negativa*)

Medidas disconformes*: sector al que aplica y descripción la misma	Cap. **	TN	Trato NMF	Acceso a mercados	Req.de desempeño	Altos ejecutivos y directivos	Presencia Local
<i>Limitaciones a las obligaciones del TLC capítulos de Inversión y Comercio Transfronterizo de Servicios</i>							
Todos los sectores: todas las medidas disconformes existentes al nivel regional de gobierno.	I, CTS	X	X		X	X	X
Todos los sectores: Australia se reserva el derecho de adoptar o mantener cualquier medida que otorgue preferencias a personas u organizaciones indígenas en relación con la adquisición, el establecimiento u operación de cualquier sector de servicios, comercial o industrial. Australia se reserva el derecho de adoptar o mantener cualquier medida relacionada con inversión que otorgue preferencias a personas u organizaciones indígenas.	I, CTS	X		X	X	X	X
Todos los sectores: Australia se reserva el derecho de adoptar o mantener cualquier medida respecto a la oferta de un servicio de un proveedor de servicios de Estados Unidos, a través de la presencia de personas naturales de Estados Unidos en el territorio de Australia, que no sea inconsistente con las obligaciones de Australia bajo el Artículo XVI del GATS. Australia se reserva el derecho de adoptar o mantener cualquier medida a nivel regional de gobierno que no sea inconsistente con las obligaciones de Australia bajo el Artículo XVI del GATS.	CTS			X			
Todos los sectores: Australia se reserva el derecho de adoptar o mantener cualquier medida que otorgue tratos diferentes a países de conformidad con cualquier acuerdo internacional, bilateral o multilateral, en vigor o que se suscriba con anterioridad a la fecha de entrada en vigor de este Tratado.	I, CTS		X				
Servicios audiovisuales y de radiodifusión (broadcasting); servicios de publicidad: a) la cuota de contenido local (<i>cuota de pantalla</i>) para los servicios de transmisión en televisión comercial abierta análoga y digital (distinta a la multicanal) no excederá 55% de la programación transmitida anualmente entre las 6:00 am y las 12:00 pm. Se pueden aplicar sub-cuotas para formatos particulares de programas (como dramatizados y documentales) al interior de la cuota de 55%. b) La cuota de contenido local impuesta para la transmisión de publicidad en televisión comercial abierta análoga y digital (distinta a la multicanal) no excederá 80% de la	I, CTS	X	X		X		

		TN	Trato NMF	Acceso a mercados	Req.de desempeño	Altos ejecutivos y directivos	Presencia Local
publicidad transmitida anualmente entre las 6:00 am y las 12:00 pm							
<p>Servicios de radiodifusión (broadcasting): una persona extranjera no puede estar en posición de control de una licencia de transmisión de televisión comercial.</p> <p>Dos o más personas extranjeras no pueden tener intereses comerciales por encima de 20% en una licencia de emisión de televisión comercial.</p> <p>Hasta 20% de los directores de licencias de transmisión de televisión comercial pueden ser personas extranjeras.</p> <p>Una persona extranjera no puede tener intereses comerciales en una licencia de transmisión de televisión por suscripción: de más de 20%; o que al sumarse a intereses comerciales en esa licencia en manos de personas extranjeras exceda 35%.</p>	I	X				X	
<p>Servicios audiovisuales y de radiodifusión; servicios de publicidad; interpretaciones en vivo: Australia se reserva el derecho de adoptar o mantener:</p> <p>a) Servicios de televisión comercial abierta multicanal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuotas de contenido local para las transmisiones de televisión comercial abierta, cuando más de un canal de programación sea emitido al aire bajo estos servicios. Estas cuotas no pueden exceder 55% de la programación de un canal individual de un proveedor de servicios de transmisión entre las 6am y 12pm, y no pueden imponerse estas cuotas a más de dos canales o 20% del total de número de canales (lo que resulte mayor), hechos disponibles por el proveedor. Ninguna cuota de pantalla puede aplicarse a más de tres canales de un proveedor individual de servicios. Se pueden aplicar sub-cuotas para formatos particulares de programas (como dramatizados y documentales) al interior de las cuotas de pantalla, de forma consistente con estándares existentes. • Cuotas de contenido local en relación con la publicidad, cuando uno o más canales de la programación de un servicio particular sean hechos disponibles en los servicios de televisión comercial abierta. Estas cuotas no pueden exceder 80% de la publicidad transmitida anualmente entre las 6:00 am y las 12:00 pm por un canal individual, y no pueden imponerse a más de tres canales de un mismo proveedor. <p>b) Servicios de transmisión de televisión comercial abierta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Requisitos de cuotas de contenido local sobre canales de retransmisión (<i>rebroadcast</i>), cuando un canal de televisión comercial abierta sujeta a cuotas de pantalla sea retransmitido sobre otra plataforma de transmisión. 	I, CTS	X	X	X	X		X

	TN	Trato NMF	Acceso a mercados	Req.de desempeño	Altos ejecutivos y directivos	Presencia Local
<ul style="list-style-type: none"> Requisitos de cuotas de contenido local cuando un proveedor de un canal en televisión comercial abierta, que está obligada a cumplir con cuota de pantalla, mueva dicho canal a otra plataforma de transmisión. <p>c) Servicios de transmisión de televisión por suscripción:</p> <ul style="list-style-type: none"> Las exigencias de gasto en producciones australianas son de máximo 10% del total del gasto en programación. Estos requisitos pueden imponerse a proveedores de servicios que pongan a disposición programas bajo los siguientes formatos: artes, documentales para niños, dramatizados y programas educativos. (A ningún canal individual se le exigirá gasto en producciones australianas para más de un formato de programa). Según hallazgo del Gobierno de Australia en el sentido que la exigencia de gasto en producciones de dramatizados australianos es insuficiente para alcanzar la meta de dicho gasto, esta exigencia de gasto puede incrementarse a un nivel máximo de 20%. Ese hallazgo debe ser producto de un proceso transparente, que involucre consultas con las partes afectadas de Estados Unidos. Cualquier aumento será impuesto de manera no discriminatoria y no será más gravoso de lo necesario. <p>d) Servicios de transmisión de radio abierta:</p> <ul style="list-style-type: none"> Las cuotas de contenido local para transmisiones de radio abierta no pueden exceder 25% de la programación (por ejemplo, ítems musicales) entre las 6am y las 12 pm de estaciones individuales de proveedores de servicios de transmisión. <p>e) Servicios interactivos de audio y/o video:</p> <ul style="list-style-type: none"> Si el Gobierno de Australia encuentra que el contenido audiovisual australiano o los géneros del mismo no están fácilmente disponibles a los consumidores australianos, las medidas que garanticen el acceso a dicha programación en servicios de audio o video interactivos a consumidores australianos. Cualquier medida que se refiera a esta situación debe adoptarse a través de un proceso transparente, que permita la participación de las partes afectadas. Además, el proceso deberá basarse en criterios objetivos, no sea excesivamente gravoso, y se aplique sólo a una empresa proveedora del servicio en Australia. <p>f) Espectro y licencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> Las medidas inconsistentes con el artículo 10.4 (<i>acceso a mercados del capítulo CTS</i>) en relación con el manejo del espectro y las licencias para 						

	TN	Trato NMF	Acceso a mercados	Req.de desempeño	Altos ejecutivos y directivos	Presencia Local
<p>servicios de transmisión, según las definiciones del <i>Broadcasting Services Act</i> de 1992, por ejemplo servicios comerciales de transmisión, servicios comunitarios de transmisión, servicios de <i>narrowcasting</i> y servicios de transmisión por suscripción.</p> <ul style="list-style-type: none"> Las medidas, según el <i>Broadcasting Services Act</i> de 1992, que restringen la elegibilidad para licencias de servicios de transmisión a empresas con una persona jurídica específica y/o están establecidas en Australia o un territorio externo. <p>g) Subsidios y donaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> Los subsidios y donaciones para la inversión por parte de actividades culturales australianas, cuando la elegibilidad para los subsidios o donaciones estén sujetas a requisitos de contenido o producción local. <p>Esta reserva no aplica a las restricciones de inversión en el sector de servicios audiovisuales y de radiodifusión.</p>						
<p>Servicios audiovisuales y de radiodifusión (<i>broadcasting</i>): Australia se reserva el derecho de adoptar o mantener, bajo programas internacionales de coproducción, acuerdos preferenciales de coproducción para producciones de cine y televisión. El <i>status</i> oficial de coproducción, que puede otorgarse a una producción con coproducción bajo estos acuerdos de coproducción, confiere trato nacional a las obras cubiertas por estos acuerdos.</p>	I, CTS	X		X		

Fuente: Fedesarrollo con base en los anexos a los capítulos de Inversión y Comercio Transfronterizo de Servicios del TLC Australia-Estados Unidos. Notas : la "X" destaca el tipo de obligación afectada por la reserva o *medida disconforme* listada en los Anexos de los capítulos señalados. Anexo I: medidas disconformes existentes. Anexo II: medidas disconformes existentes o futuras. * *Medida disconforme*: leyes, regulaciones u otras medidas en virtud de las cuales no aplica alguna o varias de las obligaciones generales señaladas y acordadas en el capítulo señalado (inversión, comercio transfronterizo) del acuerdo comercial. ** Capítulo del TLC al que se refiere la *medida disconforme*, I: Inversión, CTS: Comercio Transfronterizo de Servicios.

III.H. Reflexiones finales sobre el análisis de reservas en Servicios e Inversión

La anterior revisión de las reservas o medidas disconformes con las obligaciones derivadas de los capítulos de *Inversión y Servicios* consignadas por Estados Unidos y sus contrapartes en Tratados de Libre Comercio (TLCs) recientes, permite destacar dos aspectos importantes sobre las negociaciones en televisión con EE.UU..

Por una parte, Estados Unidos ha presentado una lista corta y casi idéntica de reservas en televisión en TLCs recientes. Entre estas reservas se destacan tres medidas disconformes por su alcance y relevancia para el caso colombiano: i) la limitación a los compromisos asumidos al excluir regulaciones vigentes y futuras a nivel estatal de ese país; ii) la limitación al trato NMF con base en reciprocidad por medidas que instaure la otra Parte en cuanto a limitaciones a la propiedad en televisión por cable; y iii) la limitación al trato NMF en cuanto a servicios de telecomunicaciones digitales de transmisiones satelitales unidireccionales, sean de televisión abierta al hogar (DTH), de radiodifusión directa por satélite (DBS) de servicios de televisión y servicios digitales de audio.

Por otra parte, si bien Estados Unidos busca sistemáticamente la apertura del mercado de servicios audiovisuales de la contraparte, en particular que se elimine la exigencia de presencia comercial para la televisión por cable y satelital, ese país sí puede aceptar *medidas disconformes* significativas respecto al sector. Las reservas sobre servicios audiovisuales de las contrapartes de Estados Unidos en los TLC analizados cubren políticas gubernamentales de apoyo y fomento a la televisión doméstica, como cuotas de pantalla, límites a la IED, fondos de coproducción, incentivos tributarios para la producción de cine y televisión, y fondos públicos para artistas, escritores e intérpretes, entre otras. En este sentido es ilustrativa la amplia reserva futura de Australia para *servicios audiovisuales y de radiodifusión, servicios de publicidad y interpretaciones en vivo*. La inclusión de una reserva de este estilo por parte de Australia revela que los estadounidenses sí toleran medidas disconformes más amplias que la *Reserva cultural* chilena, que como se mencionó en este capítulo tiene un alcance muy limitado en el contexto de promover y apoyar el sector de la televisión como industria cultural.

IV. DIAGNÓSTICO DE LA TELEVISIÓN EN COLOMBIA

La televisión en Colombia ha sido definida por ley como un servicio público.⁹¹ Al igual que para el resto de servicios públicos, la Constitución de 1991 sentó las bases de un nuevo modelo para el suministro del servicio de televisión. Este cambio estructural implicó la institución de un nuevo marco normativo y regulatorio para el sector de la televisión.

Bajo el enfoque de negociación de *lista negativa* del Tratado de Libre Comercio (TLC) con Estados Unidos, en el que sólo se especifican los sectores a los que no se aplican los compromisos del acuerdo comercial, resulta necesaria la evaluación del marco normativo del sector televisión con el propósito de identificar y reservar las normas que se consideren barreras al comercio de este servicio. De esta manera, se debe hacer un inventario de la normatividad vigente que se considere incompatible con las principales disciplinas del capítulo de servicios (*Acceso a mercados*, el trato *Nación Más Favorecida* (NMF), el *Trato Nacional* (TN) y la *Transparencia*).

Por otra parte, es necesario identificar cuáles son los objetivos de los negociadores estadounidenses en el sector de la televisión, con el propósito de definir una estrategia defensiva. De esta forma, resulta ineludible evaluar qué segmentos del sector han sido los más dinámicos en su desarrollo. Al identificar los segmentos que mejor desempeño han tenido dentro de la nueva estructura del sector, se podrá señalar cuáles serán las posibles intenciones de Estados Unidos al negociar en el TLC el sector de la televisión.

Este capítulo presenta una descripción de la estructura y el marco regulatorio vigente para el sector de la televisión. A la vez, se identifican los segmentos que pueden ser más atractivos para los negociadores estadounidenses. La primera parte del capítulo resume la evolución de la estructura general del sector de la televisión vigente en Colombia, y en ella se presentan los agentes y las instituciones regulatorias que han participado en éste. En la segunda parte del capítulo se describe el marco constitucional y normativo

⁹¹ La Ley 42 de 1985, al no diferenciar la ley cuáles modalidades de servicio de televisión están bajo la supervisión del Estado, da por entendido que la concepción de servicio público comprende a todos los segmentos del sector. A su vez, las disposiciones del Artículo 20 de la Ley 182 de 1995 y del Acuerdo 14 de 1997, dejan claro que el servicio de televisión es comprendido como un servicio público.

específico de cada segmento del sector de la televisión, y se presenta además un análisis del desempeño reciente de sus principales agentes. La última parte del capítulo se centra en la discusión de la posibilidad de que en el futuro las autoridades puedan hacer las reformas regulatorias necesarias, especialmente teniendo en cuenta los vertiginosos avances tecnológicos que caracterizan el sector.

IV.A. Estructura del sector televisión en Colombia

El cambio en el modelo de provisión de los servicios públicos fue una de las reformas estructurales más importantes de la década de los noventa. El sustento conceptual de esta reforma fue el cambio de la función del Estado en la prestación de estos servicios. En principio, éste debía pasar de ser proveedor a ser regulador. De esta manera, las actividades empresariales deberían ser desarrolladas por el sector privado, mientras que el Estado debería regular, controlar y supervisar el desempeño de los agentes, para así proteger el bien común y el interés público. Además de garantizar la eficiencia, calidad y acceso universal al servicio, el Estado debería trazar políticas de desarrollo para los distintos sectores.

La estructura del sector de la televisión ha estado determinada en gran medida por las funciones que ha desempeñado el Estado. A su vez, según los cambios estructurales que han impuesto las reformas, las labores que éste ha desempeñado en el sector han variado. Debido a que el servicio público de televisión “está vinculado intrínsecamente a la opinión pública y a la cultura del país, como instrumento dinamizador de los procesos de información y comunicación audiovisuales”,⁹² el Estado ha permanecido activo en gran parte de sus segmentos.

La historia reciente del sector de la televisión puede dividirse en tres etapas. Cada una de ellas está determinada por reformas que han introducido nuevos regímenes normativos. Cada nuevo régimen ha reorganizado la estructura jerárquica del sector, ha cambiado las funciones del Estado, y ha determinando la entrada y salida de agentes. La primera etapa está definida por la estructura del sector antes de la reforma introducida por la Constitución de 1991. El periodo comprendido entre 1997 y 1999 marca el inicio de la

⁹² Artículo 1. Ley 182 de 1995.

segunda etapa del sector con la aplicación de las disposiciones de la nueva Constitución y de las leyes 182 de 1995, 335 de 1996 y 680 de 2001. El paso hacia la tercera etapa se dio a finales de octubre del presente año, con la reorganización de los entes estatales del sector que dispuso el gobierno por medio del Consejo de Política Económica y Social (CONPES).⁹³ En esta reorganización la estructura del sector se modificó parcialmente al decretarse la liquidación de dos empresas industriales y comerciales del Estado (Inravisión y Audiovisuales). A su vez, se creó una entidad del mismo género que asumió las funciones de las empresas liquidadas (Radio y Televisión de Colombia, RTVC).

A continuación se presenta una breve descripción de la primera etapa, así como una descripción más detallada de la segunda y la tercera etapas, para caracterizar el estado actual de la estructura del sector de la televisión.

IV.A.1. Estructura del sector antes de la reforma estructural

Antes de la reforma estructural generada por la Constitución de 1991, el sector de la televisión estaba compuesto por tres canales nacionales y cuatro canales regionales en la televisión abierta de operación pública. Existían también unas cuantas empresas de televisión por suscripción y gran cantidad de sistemas ilegales de recepción y emisión de señales incidentales (antenas parabólicas). Dos de los canales nacionales operaban en un sistema mixto, en el cual interactuaban empresas privadas con la fuerte presencia del Estado. Bajo este esquema, el Instituto Nacional de Radio y Televisión (Inravisión), empresa industrial y comercial del Estado, era la entidad encargada del mantenimiento y operación de la red de transmisión nacional. Además, Inravisión era el encargado de asignar las licitaciones a empresas privadas para desarrollar la programación de estos canales y de desarrollar la programación del Canal Once.⁹⁴ De esta manera, el Estado “tenía la tarea de manejar buena parte de las decisiones tecnológicas y de transmisión de la señal, ejercía las labores de control y vigilancia, imponía sanciones (...) manejaba los dineros que provenían de diferentes fuentes [del sector] (...) reglamentaba la

⁹³ DNP (2004), Documento CONPES 3314, *Lineamientos de Política y plan de acción para la reestructuración del sector de radio y televisión pública nacional en Colombia*, octubre 25.

⁹⁴ El Canal Once era el tercer canal con cubrimiento nacional. Éste tenía fines educativos y culturales, por lo cual era programado directamente por el Estado. Actualmente el canal nacional con fines educativos y

programación, le imponía porcentajes a la inversión extranjera y exigía determinados porcentajes de producción nacional.”⁹⁵

IV.A.2. Estructura del sector después de la reforma estructural

a) Reforma del marco legislativo

La Constitución de 1991 abrió el espacio para implantar un nuevo modelo para el suministro del servicio público de televisión. En primer lugar, acabó definitivamente con el monopolio estatal de emisión y transmisión de señales de televisión abierta. Bajo esta nueva estructura del sector cualquier colombiano podrá fundar medios masivos de comunicación. Se estableció que estos medios masivos son libres, pero tienen una responsabilidad social.⁹⁶ Por otra parte, la Constitución dispuso que “el espectro electromagnético es un bien público inajenable e imprescriptible sujeto a la gestión y control del Estado”, por lo cual es éste el encargado de garantizar la igualdad de acceso, el pluralismo informativo y la competencia en el medio.⁹⁷ Además, por ser la televisión un servicio público, el Estado debe “asegurar su prestación eficiente a todos los habitantes del territorio nacional”.⁹⁸

El nuevo marco legislativo que regula el servicio de la televisión en Colombia está compuesto por las siguientes leyes y decretos, sin mencionar los múltiples Acuerdos de la Comisión Nacional de Televisión (CNTV):

- Ley 14 de 1991: Dicta las normas del servicio de televisión y radiodifusión oficial.
- Ley 182 de 1995: Reglamenta el servicio de televisión y formula políticas para su desarrollo, democratiza el acceso a éste, conforma la CNTV, promueve la industria y actividades de televisión, establece normas para contratación de los servicios y reestructura entidades del sector.

culturales se llama Señal Colombia. Más adelante se presenta una descripción más completa del sistema mixto y los canales nacionales de operación pública en la actualidad.

⁹⁵ Convenio Andrés Bello (2003), *Op.cit.*

⁹⁶ Artículo 20. Constitución Política de Colombia.

⁹⁷ Artículo 75. Constitución Política de Colombia.

⁹⁸ Artículo 365. Constitución Política de Colombia.

- Ley 335 de 1996: Modifica parcialmente la Ley 14 de 1991 y la Ley 182 de 1995, y crea la televisión privada en Colombia.
- Ley 506 de 1999: Modifica el artículo 58 de la Ley 182 de 1995.
- Decreto 227 de 2001: Reglamenta los literales c) y d) del artículo 1° de la Ley 335 de 1996.
- Decreto 590 de 2001: Modifica el literal c) del artículo 13 del Decreto 277 de 2001 y se establecen unas disposiciones transitorias.
- Ley 680 de 2001: Reforma las Leyes 14 de 1991, 182 de 1995, 335 de 1996 y dicta otras disposiciones en materia de televisión.
- Decretos 3550 y 3551 de 2004: Por medio de los cuales se suprimen el Instituto Nacional de Radio y Televisión – INRAVISION y la Compañía de Informaciones Audiovisuales – AUDIOVISUALES.

b) Nueva estructura del sector

La reforma del marco legislativo trajo como consecuencia la reorganización del sector de la televisión. Por un lado, involucró la aparición de nuevos entes regulatorios en el sector y la modificación de las funciones de los entes regulatorios que existían antes. Por otra parte, la transformación en la estructura del sector permitió el desarrollo de nuevos segmentos en el mismo.

En la actualidad existen nueve servicios de televisión: (1) televisión nacional abierta de operación pública, (2) televisión nacional abierta de operación privada, (3) televisión regional, (4) televisión abierta local con ánimo de lucro, (5) televisión abierta local sin ánimo de lucro, (6) televisión por suscripción, (7) televisión satelital, (8) televisión comunitaria y (9) distribución de señales incidentales. Debe aclararse que dentro del segmento de la televisión nacional de operación pública existen dos estructuras de funcionamiento. Uno de los tres canales que operan en este segmento, el Canal Uno, funciona bajo el sistema mixto. Los otros dos canales (Canal Institucional y Señal Colombia) son operados totalmente por el Estado y en éstos no hay participación de

programadoras privadas. En la sección IV.B.1 se presenta una descripción detallada del marco normativo que determina cómo opera cada uno de estos segmentos.

El Cuadro IV-1 resume la estructura jerárquica y las funciones de las instituciones del Estado en el sector de la televisión hasta octubre de 2004. Hasta esta fecha, Inravisión tuvo las funciones de gestión y administración de la infraestructura de transmisión de la televisión nacional abierta de operación pública. Además, era la entidad encargada de la dirección de Señal Colombia. El Ministerio de Comunicaciones, el Ministerio de Cultura y el Ministerio de Educación participan en el proceso de producción y programación de este canal, supervisando que cumpla su objetivo cultural y educativo. La programación del canal Uno la llevan a cabo empresas privadas (programadoras). La asignación de las concesiones de los espacios televisivos de este canal estuvo en manos de Audiovisuales, una empresa industrial y comercial de Estado. Esta entidad estuvo a cargo también del control y planeación del tercer canal nacional de operación pública: el Canal Institucional. El Ministerio de Comunicaciones ejercía las funciones de control y planeación sobre Audiovisuales. En general, la dirección, control y planeación del sector están en manos del Ministerio de Comunicaciones y de la Comisión Nacional de Televisión (CNTV).

La Constitución establece que la intervención del Estado en el servicio de la televisión debe estar “a cargo de un organismo de derecho público con personería jurídica, autonomía administrativa, patrimonial y técnica, sujeto a un régimen legal propio”.⁹⁹ De esta forma, por medio de la Ley 182 de 1995 se crea la CNTV. A este ente se le delegan las siguientes funciones: el desarrollo y la ejecución de políticas para el sector, el control y regulación sobre las distintas modalidades del servicio de televisión, y la canalización de los recursos para la financiación de la televisión de operación pública y del *Fondo para el Desarrollo de la Televisión*.

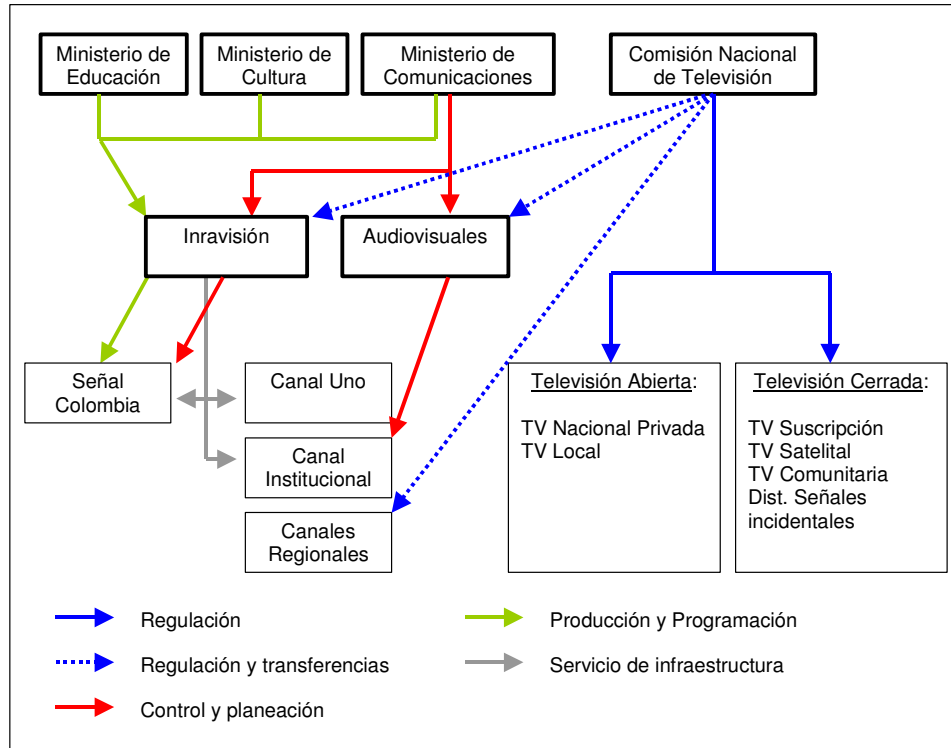
Según lo dispuesto en el Artículo 63 de la Ley 182 de 1995, la CNTV tiene la obligación de estimular y proteger la industria de la televisión. Para lograr este objetivo, esta entidad

⁹⁹ Artículo 76. Constitución Política de Colombia.

desarrolla el *Plan Nacional de Desarrollo de la Televisión*. En este documento la CNTV establece las directrices de la política futura para el sector y sus medios de ejecución.

Cuadro IV-1

Estructura jerárquica de la regulación y política del sector televisión en Colombia – Hasta octubre de 2004



La CNTV lleva a cabo la intervención estatal en el espectro electromagnético utilizado para los servicios de televisión. La entidad otorga, mediante procesos de licitación, contratos de concesión a agentes privados para la operación de nuevos canales nacionales y locales, y para la programación de los espacios del Canal Uno. Por otra parte, la CNTV es quien expide las licencias para crear y operar empresas de televisión por suscripción y de televisión satelital. Además, otorga las licencias para la creación de canales locales sin ánimo de lucro, de canales comunitarios y de distribuidores formales de señales incidentales. La CNTV está encargada de diseñar, aplicar y supervisar el cumplimiento del marco regulatorio para todas las modalidades del servicio de televisión, así como de promover el desarrollo de la televisión pública.

Para ejecutar todas estas funciones, la CNTV tiene a su disposición dos fuentes de financiación: sus ingresos directos y los recursos del *Fondo Nacional para el Desarrollo de la Televisión*. El Fondo fue creado para la inversión en el fortalecimiento de los operadores públicos del servicio de televisión y en la programación cultural a cargo del Estado. Las fuentes de ingresos de la CNTV, conforme la Ley 182 de 1995, son las siguientes:

- a) Por el monto de las tarifas, tasas y derechos que perciba de los operadores privados, como consecuencia del otorgamiento y explotación de las concesiones del servicio público de televisión;
- b) Por el monto de las tarifas, tasas y derechos que perciba de los operadores privados, como consecuencia de la asignación y uso de las frecuencias, el cual se pagará anualmente;
- c) Por el monto de las tarifas, tasas y derechos que perciba de los concesionarios, como consecuencia de la adjudicación y explotación de los contratos de concesión de espacios de televisión;
- d) Por el monto de las tarifas, tasas y derechos que perciba de los concesionarios de espacios de televisión de Inravisión y de los concesionarios de espacios de televisión por suscripción del Ministerio de Comunicaciones, a partir de la fecha en que los respectivos contratos deban suscribirse por la comisión. La prórroga de los contratos de concesión de espacios en Inravisión adjudicado en virtud de la licitación 01 del 91, no dará lugar al pago de una nueva concesión;
- e) Por las sumas percibidas como consecuencia del ejercicio de sus derechos, de la imposición de las sanciones a su cargo, o del recaudo de los cánones derivados del cumplimiento de sus funciones, y en general, de la explotación del servicio de televisión;
- f) Por las reservas mencionadas en esta ley y por el rendimiento que las mismas produzcan;

- g) Por los aportes del presupuesto nacional y por los que reciba a cualquier título de la Nación o de cualquier otra entidad estatal;
- h) Por el producido o enajenación de sus bienes, y por las donaciones de personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, e
- i) Por los demás ingresos y bienes que adquiera a cualquier título.

PAR.—Para efectos exclusivamente fiscales la CNTV tendrá régimen de establecimiento público del orden nacional, y en consecuencia no estará sujeta al impuesto de renta y complementarios.

A su vez, las fuentes de financiación del *Fondo Nacional para el Desarrollo de la Televisión* son las siguientes:¹⁰⁰

1. El cien por ciento (100%) de los excedentes financieros que en cada ejercicio reporte la Comisión Nacional de Televisión, una vez descontadas las reservas previstas en el literal f) del artículo 12 de la Ley 182 de 1995.
2. El uno coma cinco por ciento (1,5%) de la facturación bruta anual de los concesionarios de los canales nacionales de operación privada de conformidad con lo estipulado en el párrafo 2 del artículo 16 de la Ley 335 de 1996.
3. Las sumas que reciba la Comisión Nacional de Televisión de los concesionarios del servicio de televisión por suscripción, cableada y satelital, como producto de las compensaciones, en los términos de que trata el párrafo 2 del artículo 8 de la ley 335 de 1.996
4. Los rendimientos financieros que produzcan las inversiones del Fondo.
5. Los aportes y donaciones en dinero o en especie de las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras que le sean entregadas a la Comisión

¹⁰⁰ Acuerdo 001 de la CNTV de 2002.

Nacional de Televisión con destinación específica al Fondo para el Desarrollo de la Televisión.

6. Los aportes del presupuesto nacional y los que reciba a cualquier título de la Nación o de cualquier otra entidad estatal que le sean entregadas a la Comisión Nacional de Televisión con destinación específica al Fondo para el Desarrollo de la Televisión.
7. Los rendimientos financieros que generen los recursos entregados a las entidades beneficiarias.
8. Los saldos de los recursos de los proyectos adjudicados que no hayan sido utilizados en la ejecución del proyecto.
9. Los excedentes financieros del Fondo correspondientes a la vigencia fiscal anterior.
10. Los recursos que sean reembolsados por alguna de las entidades beneficiarias, en virtud de la asignación reembolsable de que trata el artículo 8° del presente acuerdo.
11. Los bienes recibidos en dación en pago por la CNTV, previa determinación de la Junta Directiva.

Con el propósito de fortalecer la televisión pública, la CNTV debía transferir gran parte de sus recursos a los canales regionales, a Inravisión (para el sostenimiento de Señal Colombia y el mantenimiento, modernización y ampliación de la red) y a Audiovisuales (para la programación del Canal Uno y Señal Colombia). Los recursos específicos del Fondo deben estar destinados para inversiones en: infraestructura técnica, producción de programas, capacitación de personal técnico, de producción y artístico, adquisición de derechos de emisión, e investigación en temas directamente relacionados con televisión pública.

IV.A.3. La reorganización de las instituciones del sector

El 25 de octubre de 2004, el Consejo de Política Económica y Social (CONPES) señaló la necesidad de “redefinir el modelo de prestación de [los servicios de televisión], mediante la revisión del marco regulatorio vigente, la reasignación de funciones, la redistribución de los recursos del sector y la consecución de nuevas fuentes de financiación”.¹⁰¹ Como se verá más adelante, la televisión de operación pública se ha visto afectada por una drástica reducción de la demanda publicitaria y de sus recursos para la inversión en infraestructura y en el desarrollo de contenidos de calidad. Esta situación se viene presentando desde la entrada de los canales privados, ya que éstos han logrado concentrar la audiencia y los ingresos del sector. Además, los elevados costos de funcionamiento de Inravisión y Audiovisuales, sumados a su inhabilidad de prestar un servicio eficiente, han determinado la necesidad de adoptar medidas en el corto y mediano plazo orientadas al fortalecimiento del sector, entre éstas la liquidación de Inravisión y Audiovisuales.

El CONPES recomendó “una reestructuración integral del sistema que permitirá viabilizar la operación de la red pública de radio y televisión, y reorganizar la programación y producción de contenidos de la televisión pública”.¹⁰² Con fundamento en lo anterior, el Gobierno Nacional profirió los Decretos 3550 y 3551 de 2004, por medio de los cuales se decretó la supresión de Inravisión y Audiovisuales, y se transfieren sus funciones a Radio y Televisión de Colombia (RTVC), una nueva empresa industrial y comercial del Estado (ver Cuadro IV-2). Esta entidad ha sido encargada de producir y programar los contenidos de los canales Señal Colombia y Canal Institucional, y de programar el Canal Uno. La RTVC tiene la posibilidad de contratar con terceros la producción de los programas. Además, esta entidad contratará con Telecom la operación y el mantenimiento de la red. Esta entidad recibirá las transferencias que la CNTV le hacía a Inravisión y Audiovisuales. El Ministerio de Comunicaciones y la CNTV serán los encargados de controlar y supervisar la RTVC.

¹⁰¹ DNP (2004), Documento CONPES 3314, *Op.cit.*

¹⁰² *Ibid.*

- Fomentar el negocio de publicidad en la televisión por suscripción. Definir nuevos mecanismos para impulsar la venta de pauta, en los espacios publicitarios de los diferentes canales de televisión por suscripción.
- Reorganizar la oferta de televisión por suscripción, teniendo en cuenta licencias de carácter zonal y municipal.
- Adelantar un proceso licitatorio para la adjudicación de nuevas concesiones de televisión por suscripción a nivel zonal y municipal.
- Ejercer un mayor control sobre las ventas de publicidad en la televisión comunitaria.
- Realizar la prórroga anticipada de las licencias otorgadas de televisión por suscripción.
- Adelantar un proceso licitatorio para la concesión de nuevas licencias de canales locales con ánimo de lucro.
- Estudiar la opción de crear un canal abierto de operación nacional, destinado exclusivamente a las *Televentas*.
- Con relación a los egresos de la CNTV, se sugiere buscar los mecanismos adecuados para disminuir sus gastos de funcionamiento y priorizar las inversiones en los proyectos de desarrollo del sector actualmente considerados por la entidad.

Las reformas del sector emanadas de la Constitución establecieron un nuevo marco normativo en el que se han desarrollado los segmentos del sector de la televisión. Dentro de este nuevo panorama algunos servicios han logrado consolidar su crecimiento, mientras que otros han tenido un continuo detrimento. Como ya se ha mencionado, en la negociación del TLC es de esperar que el interés estadounidense se fije en los segmentos más dinámicos del sector y en las oportunidades potenciales no aprovechadas dentro de los segmentos desvalorizados. De esta manera, resulta de gran importancia revisar el

marco normativo que define, para cada servicio de televisión, cómo funcionan los negocios, cuáles son las condiciones para entrar al mercado, y porqué ha habido agentes ganadores y perdedores.

IV.B. Segmentos del servicio de televisión: marco normativo y desempeño

La legislación que define el marco normativo y regulatorio del sector de televisión en Colombia ha tenido un continuo proceso de reformas. Con estas reformas, la estructura del sector y los agentes involucrados en éste han cambiado. El nuevo contexto impuesto por la reforma estructural de los años 1990 ha permitido el desarrollo de nuevos servicios de televisión. De igual forma, la aparición de nuevos operadores en los segmentos ha cambiado las preferencias de los televidentes y por ende la focalización del gasto publicitario en televisión de las empresas colombianas.

De esta manera, mientras que algunos segmentos han logrado consolidarse en una dinámica de crecimiento, otros segmentos han sufrido un continuo detrimento. Bajo la nueva estructura del sector de televisión, claramente han aparecido agentes ganadores y perdedores en términos comerciales, de calidad de su servicio y de audiencia captada. Los canales privados, a nivel nacional y local, han logrado consolidarse en el grupo de los ganadores. De la misma manera, los operadores privados de televisión cerrada (por suscripción y satelital) parecen estar siguiendo el mismo camino. Por otra parte, debido a diversas razones que serán expuestas más adelante, la televisión de operación pública en general (nacional, regional y local), no parece haber logrado adecuarse a la competencia de los operadores privados y por eso ha sufrido un continuo deterioro.

Es de esperar que parte de los objetivos de Estados Unidos en la negociación del TLC sea participar en los mercados más dinámicos de la economía colombiana y en los mercados menos dinámicos donde perciban ganancias potenciales. Por eso es relevante analizar la normatividad de los distintos segmentos en cuanto a: límites a la inversión, tarifas, exclusividad, asignación de licencias, mecanismos de las licitaciones y restricciones de acceso. A continuación se hace una descripción más detallada del marco legislativo específico de cada modalidad de servicio de televisión. Además de presentar la

legislación relacionada a los temas mencionados, para cada modalidad del servicio se analiza su desempeño reciente.

El sector de la televisión en Colombia está organizado según diversos criterios. La Comisión Nacional de Televisión (CNTV) considera cinco criterios de clasificación para este sector y sus servicios:¹⁰⁵

1. *Según el país de origen y destino de la señal:*

- *Televisión internacional: Aquella cuya señal de televisión se origina fuera del territorio nacional y que puede ser recibida en Colombia, o aquella que se origina en Colombia y que se puede recibir en otros países.*
- *Televisión colombiana: Aquella cuya señal se origina y recibe dentro del territorio nacional.*

2. *Según su Cubrimiento Territorial.*

- *Televisión nacional de operación pública: Es el servicio de televisión abierta autorizado para cubrir el territorio nacional, operado directamente por el Estado y programado por éste, o programado por empresas privadas.*
- *Televisión nacional de operación privada: Es el servicio de televisión abierta, operado y programado en su totalidad por empresas privadas, autorizadas para cubrir el territorio nacional.*
- *Televisión regional: Es el servicio de televisión abierta operado por empresas industriales y comerciales del Estado, constituidas por entidades públicas y, que en consecuencia, tienen calidad de operadores públicos. Están autorizadas para cubrir un área geográfica determinada, en uno o más departamentos o en el Distrito Capital, siendo en todo caso inferior al territorio nacional.*

- Televisión local: *El servicio público de televisión en el nivel de cubrimiento local es aquel prestado en un área geográfica continua, siempre y cuando ésta no supere el ámbito de un mismo Municipio o Distrito, Área Metropolitana o Asociación de Municipios. Este servicio podrá ser prestado con ánimo de lucro o sin ánimo de lucro.*

3. *En función de los usuarios:*

- Televisión abierta: *Es el servicio de televisión cuya señal puede ser recibida libremente por cualquier persona ubicada en el área de servicio de la estación.*
- Televisión por suscripción: *Es el servicio de televisión cuya señal está destinada a ser recibida únicamente por personas autorizadas por el concesionario.*

4. *Según la tecnología de transmisión:*

- Televisión radiodifundida: *Es aquella en la que la señal de televisión llega al usuario desde la estación transmisora por medio del espectro electromagnético, propagándose sin guía artificial.*
- Televisión cableada y cerrada: *Es aquella en la que la señal de televisión llega al usuario a través de un medio físico de distribución, destinado exclusivamente a esta transmisión, o compartido para la prestación de otros servicios de telecomunicaciones.*
- Televisión satelital: *Es aquella en la que la señal de televisión llega al usuario desde un satélite de distribución directa.*

5. *Según la orientación general de la programación:*

- Televisión comercial: *Es la programación destinada a la satisfacción de los hábitos y gustos de los televidentes, con ánimo de lucro, sin que esta clasificación excluya el propósito educativo, recreativo y cultural.*

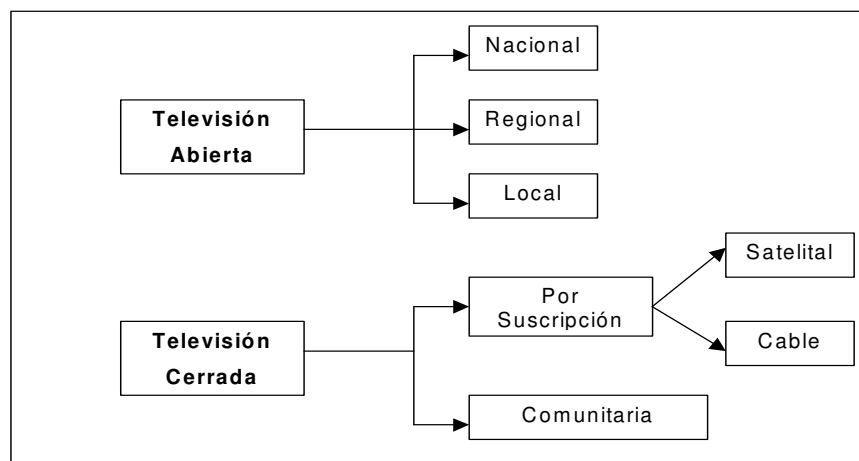
¹⁰⁵ Comisión Nacional de Televisión, www.cntv.gov.co

- Televisión de interés público, social, educativo y cultural: Es aquella en la que la programación se orienta en general, a satisfacer las necesidades educativas y culturales de la audiencia.

Esta sección del capítulo divide el sector televisión en dos grandes categorías usando una variante del tercer criterio mencionado (ver Cuadro IV-3). Por un lado, se toma la televisión *abierta*, la cual comprende la prestación del “servicio de televisión cuya señal puede ser recibida libremente por cualquier persona ubicada en el área de servicio de la estación” (ver Cuadro IV-3). Se incluyen dentro de esta categoría: la televisión nacional privada, la televisión nacional pública, los canales regionales y la televisión local. Por otra parte, se toma la televisión *cerrada* cuya tecnología de transmisión no permite que la señal emitida pueda ser recibida libremente por cualquier persona. Este segundo segmento comprende la televisión cableada y la televisión satelital, sin importar la orientación de la programación emitida (cuarto y quinto criterio de segmentación de la CNTV). Pertenecen a esta categoría los siguientes segmentos del sector: televisión por suscripción, televisión satelital, televisión comunitaria y la distribución de señales incidentales.

A su vez, cada sección se divide en descripciones de cada servicio televisivo según su nivel de cubrimiento (segundo criterio) y la orientación de su programación (quinto criterio). A continuación se presenta la descripción de la estructura de la televisión abierta en Colombia.

Cuadro IV-3
Estructura de servicios de televisión



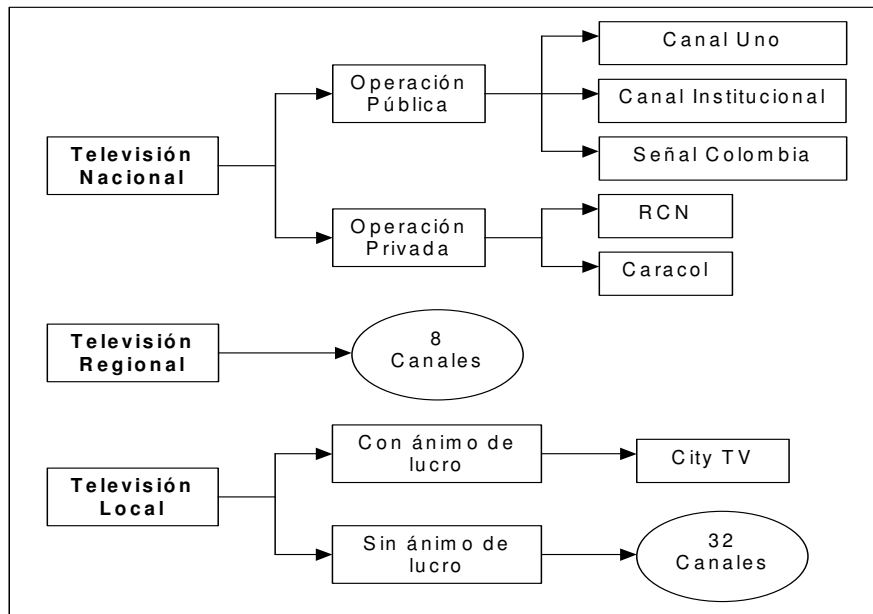
IV.B.1. Televisión abierta

Como se puede observar en el Cuadro IV-4, la televisión abierta colombiana cuenta con tres niveles de cubrimiento. En el nivel de cubrimiento nacional existen cuatro canales comerciales, dos operados por particulares (Canal RCN y Canal Caracol) y dos de operación pública programados por el Estado y por empresas privadas (Canal Institucional y Canal Uno, respectivamente). Existe además un canal de interés público programado por el Estado a través de contratos suscritos con productores independientes (Señal Colombia).

Según el Art.2 de la Ley 182 de 1995, los objetivos de la televisión pública son: “formar, educar, informar veraz y objetivamente y recrear de manera sana (...) satisfacer las finalidades sociales del Estado, promover el respeto de las garantías, deberes y derechos fundamentales y demás libertades, fortalecer la consolidación de la democracia y la paz, y propender por la difusión de los valores humanos y expresiones culturales de carácter nacional, regional y local”. Con el propósito de preservar estos objetivos de la televisión abierta, los canales abiertos con cubrimiento nacional en los que existe participación de privados (canales privados y Canal Uno) tienen un marco normativo y regulatorio en

común. Debido a su libre recepción y su cubrimiento nacional, este servicio es un instrumento esencial para la formación de la opinión pública, el fomento de la educación y cultura, la participación democrática y la formación de una identidad nacional. Por este motivo el Estado debe garantizar el cumplimiento de un marco normativo que asegure que los diferentes segmentos del sector de televisión abierta cumplan con los objetivos ya mencionados.

Cuadro IV-4
Estructura de la televisión abierta



Las disposiciones más relevantes del marco regulatorio general para el segmento de la televisión nacional abierta (bajo el enfoque ya mencionado de la negociación del TLC) se puede resumir en la siguiente lista:

- Acceso al mercado: Sólo podrán participar en la licitación respectiva y celebrar contratos, las personas que se encuentren debidamente inscritas, calificadas y clasificadas con anterioridad a la apertura de la licitación en el registro único de operadores del servicio de televisión (Artículo 48, Ley 182 de 1995).

- Acceso al mercado: La CNTV se abstendrá de adjudicar la correspondiente licitación y otorgar la licencia, cuando en la sociedad o en la comunidad organizada interesada en la concesión tuviere participación una persona que haya sido condenada en cualquier época a pena privativa de la libertad, con excepción de quienes hayan sido condenados por delitos políticos o culposos (Artículo 1, Ley 506 de 1999).
- Inversión extranjera: Se autoriza la inversión extranjera en sociedades concesionarias de televisión cualquiera que sea su ámbito territorial hasta en el cuarenta por ciento (40%) del total del capital social del concesionario. El país de origen del inversionista deberá ofrecer la misma posibilidad de inversión a las empresas colombianas en condiciones de reciprocidad y llevará implícita una transferencia de tecnología. La inversión extranjera no podrá hacerse a través de sociedades con acciones al portador. (Artículo 1, Ley 680 de 2001).
- Requisitos de desempeño y acceso al mercado: El Presidente de la República podrá utilizar, para dirigirse al país, los servicios de televisión, en cualquier momento y sin ninguna limitación. El Vicepresidente, los ministros del despacho y otros funcionarios públicos podrán utilizar, con autorización del Presidente de la República, el canal de interés público. Igualmente el Congreso de la República, la rama judicial y organismos de control (Artículo 32, Ley 182 de 1995).
- Requisitos de desempeño y acceso al mercado: Los canales nacionales, regionales, zonales y locales de televisión estarán obligados a dedicar un porcentaje de su tiempo a temas de interés público (Artículo 55, Ley 182 de 1995).
- Requisitos de desempeño y acceso al mercado: Están prohibidas la *Televentas* o *Infomerciales* (Acuerdo 002 de 2003 de la CNTV).
- Requisitos de desempeño: Los operadores privados del servicio deben cumplir con la siguiente cuota de pantalla (Artículo cuarto, Ley 680 de 2001):

- De las 19:00 horas a las 22:30 horas (triple A), el 70% de la programación será producción nacional.
 - De las 22:30 horas a las 24:00 horas, el 50% de la programación será de producción nacional.
 - De las 00:00 horas a las 10:00 horas, el 100% de la programación será libre.
 - De las 10:00 horas a las 19:00 horas el 50% será programación de producción nacional.
 - En sábados, domingos y festivos el porcentaje de producción nacional será mínimo del 50% en horario triple A.
- Requisitos de desempeño e inversión extranjera: En la creación de la producción nacional sólo puede haber hasta 10% de participación extranjera. En la coproducción la participación extranjera no puede ser mayor al 50% (Artículo 33, Ley 182 de 1995).
 - Requisitos de desempeño e inversión extranjera: Los programas dramatizados, sin perder el carácter de producción nacional, pueden incluir un actor extranjero en rol protagónico y uno en los personajes de reparto (Artículo 6, Acuerdo 042 de 1998 de la CNTV).
 - Requisitos de desempeño e inversión extranjera: La dirección de programas dramatizados nacionales puede ser realizada por un director extranjero. En este caso deben ser colombianos el libretista y los actores protagónicos (Artículo 8, Acuerdo 042 de 1998 de la CNTV).
 - Requisitos de desempeño e inversión extranjera: Los programas dramatizados nacionales podrán tener un libreto de autor extranjero, siempre y cuando el director general y los actores en roles protagónicos sean colombianos y sólo participe un extranjero en los personajes de reparto (Artículo 9, Acuerdo 042 de 1998 de la CNTV).

- Requisitos de desempeño e inversión extranjera: La participación de artistas extranjeros en el servicio público de televisión está sujeta a que la normatividad de su país de origen permita la contratación de artistas colombianos (Artículo 10, Acuerdo 042 de 1998 de la CNTV).
- Requisitos de desempeño: Los operadores públicos y privados de la televisión nacional están sujetos a la reglamentación de contenidos de violencia y sexo en los programas de televisión para la protección de la audiencia infantil (Acuerdo 017 de 1997 de la CNTV).
- Requisitos de desempeño: Las emisiones televisivas de interés cultural e informativo en el territorio nacional, deberán disponer de servicios de intérpretes o letras que reproduzcan el mensaje para personas con limitación auditiva (Artículo 67, Ley 361 de 1997).

a) Televisión nacional de operación privada

Estructura y marco normativo

La televisión privada con cubrimiento nacional apareció en 1997, cuando se entregaron en concesión por diez años dos canales a las empresas privadas RCN y Caracol.¹⁰⁶ En las cláusulas del contrato de concesión se dispuso que se les aseguraba a estos dos nuevos canales la exclusividad por diez años del segmento de televisión nacional abierta de operación privada. Esto quiere decir que no es posible que la CNTV adelante una nueva licitación de canales nacionales privados sin tener en cuenta que debería indemnizar el mayor valor pagado a los actuales concesionarios. Además, se estableció en las concesiones que durante este período las empresas son dueñas de la red de transmisión. En los términos de condiciones de la concesión se estableció que los operadores privados deberían construir una red de televisión diferente a la de Inravisión. De hecho, los dos concesionarios la construyeron de forma conjunta. En términos generales, bajo la Ley 80

¹⁰⁶ La Comisión Nacional de Televisión (CNTV) otorgó las concesiones de estos nuevos canales nacionales.

de 1993, los concesionarios son dueños de la infraestructura con la cual desarrollan los servicios de las concesiones de servicios públicos. Al final de la concesión deben entregarla al Estado.¹⁰⁷ Estos operadores privados, además de encargarse del mantenimiento y operación de su infraestructura de transmisión, han funcionado como programadoras y productoras de su servicio. Cada licencia tuvo un costo de US\$ 95 millones y la inversión en infraestructura para cada empresa fue de aproximadamente US\$ 150 millones.¹⁰⁸

El marco normativo y regulatorio del segmento de televisión nacional abierta de operación privada está estipulado en las siguientes disposiciones:

- Acceso al mercado y exclusividad: La entrada de nuevos canales nacionales de operación privada está sujeta a la asignación de concesiones por parte de la CNTV (Artículo 48, Ley 182 de 1995). Como ya se ha mencionado, según lo estipulado en los contratos de las concesiones de RCN y Caracol, la CNTV no puede otorgar más concesiones para nuevos operadores en este segmento del sector durante el período de la concesión.
- Acceso al mercado: Quien participe como socio en un canal nacional de operación privada no podrá ser concesionario en los canales nacionales de operación pública, ni operador ni contratista de los canales regionales, ni operador ni contratista de estaciones locales de televisión (Artículo 13, Ley 335 de 1996).
- Propiedad: Los canales nacionales de operación privada deberán ser Sociedades Anónimas con un mínimo de 300 accionistas. Dichas sociedades deberán inscribir sus acciones en la bolsa de valores (Artículo 13, Ley 335 de 1996).
- Requisitos de desempeño: Los operadores privados del servicio deben reservar el 5% del total de su programación para la presentación de programas de interés

¹⁰⁷ Esto lo determina la cláusula de reversión que consiste en la obligación del concesionario de entregar al final de ésta los equipos con la cual se vino explotando. Esa es la regla general en los contratos de concesión del Estado.

¹⁰⁸ Véase CAB (2003), *Op.cit.*

público y social. Uno de éstos espacios se destinará a la Defensoría del Televidente (Artículo 11, Ley 335 de 1996).

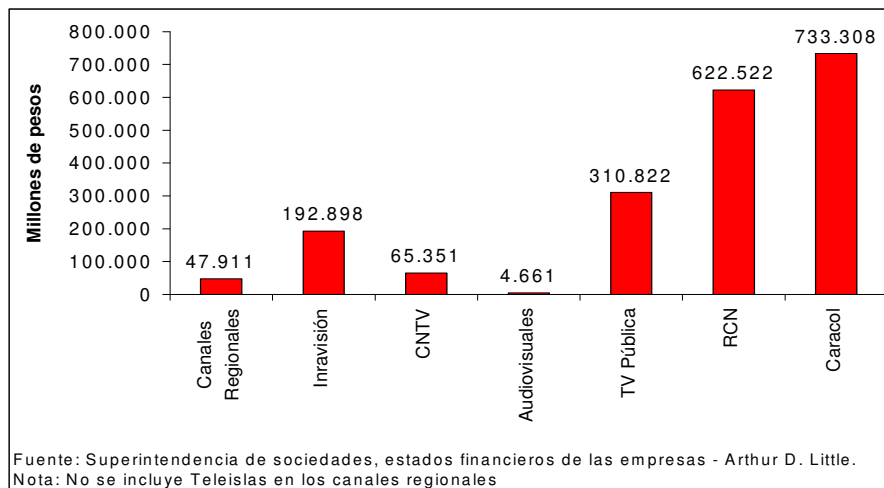
- Tarifas: Pago del 1,5% de su de sus ingresos brutos para el *Fondo Nacional para el Desarrollo de la Televisión* (Art. 16, parágrafo 2, Ley 335 de 1996).

Desempeño reciente

Los canales privados se consolidaron rápidamente en el sector de la televisión colombiana. Al finalizar el año 2002 la televisión privada poseía 81,5% del total de los activos del sector de la televisión abierta en Colombia, incluyendo las entidades públicas de televisión. De los \$1,7 billones de activos totales del sector, a Caracol le correspondían \$733.308 millones de pesos y a RCN \$622.522 millones de pesos (ver Gráfico IV.B-1).

Gráfico IV.B-1

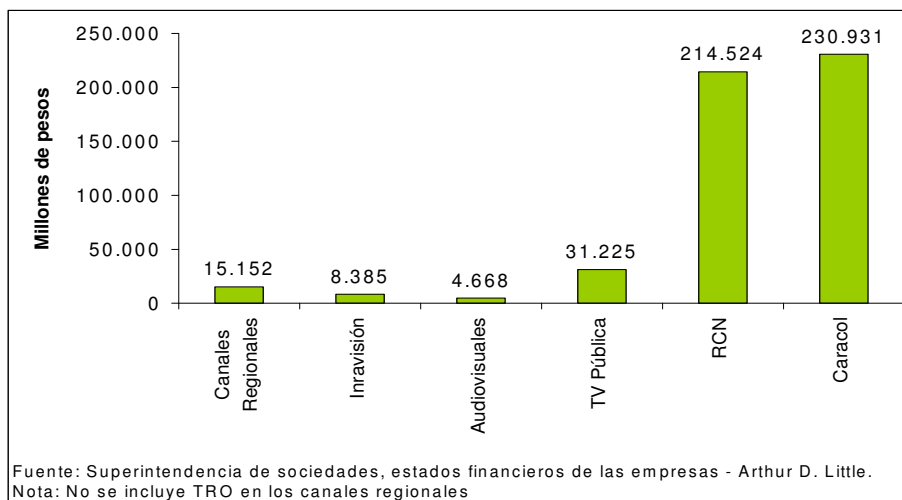
Activos del sector de televisión abierta en Colombia – 2002



Como puede observarse en el Gráfico IV.B-2, para el año 2002 los canales privados generaron ingresos anuales de aproximadamente \$445.000 millones de pesos. En este año los canales RCN y Caracol generaron 42,5% y 45,7% del total de ingresos del sector de televisión abierta en Colombia.

Gráfico IV.B-2

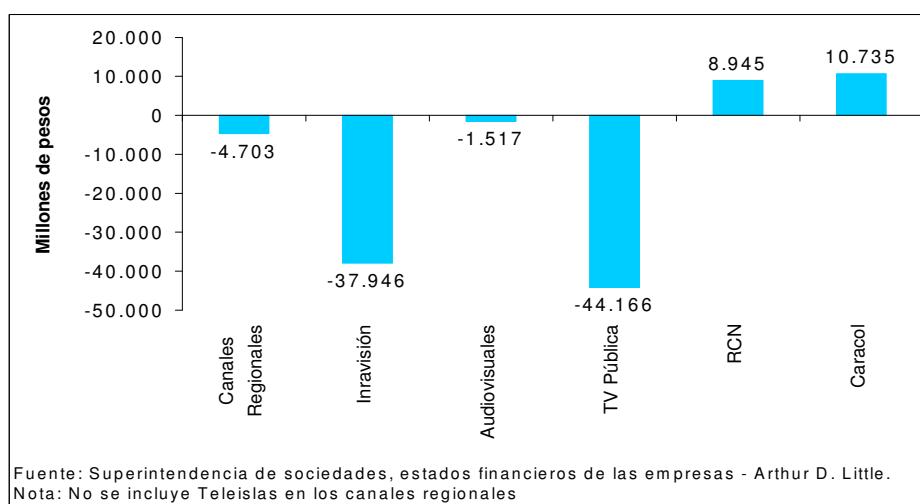
Ingresos operacionales de la televisión abierta en Colombia – 2002



Para este mismo año, los canales privados fueron los únicos dentro del sector de televisión abierta que reportaron utilidades positivas (ver Gráfico IV.B-3).¹⁰⁹ Caracol reportó una utilidad neta de \$10.735 millones de pesos y RCN reportó \$8.945 millones de pesos. El favorable desempeño financiero de los canales privados se debe en gran medida a la rápida consolidación que tuvieron en el sector de televisión abierta con cubrimiento nacional.

Gráfico IV.B-3

Utilidades netas de sector de televisión abierta – 2002



¹⁰⁹ En la sección IV.B.1.c) se presentan cifras más actualizadas para el caso de los canales regionales, para el periodo correspondiente a los años 2003 y 2004.

Como puede observarse en el Gráfico IV.B-4, la inversión publicitaria en la televisión abierta rápidamente se concentró en los canales nacionales privados. En 2001, cuatro años después de su aparición, estos dos canales lograron concentrar 57,8% de la inversión publicitaria, mientras en 2002 esa participación ascendió a 72,1%.

Al analizar la migración de la inversión publicitaria en la televisión abierta nacional hacia los canales privados, debe tenerse en cuenta que éstos hacen parte de los dos grupos económicos más grandes del sector real colombiano. Según la información reportada por IBOPE, Postobón es la segunda empresa que más pauta en los espacios de la televisión nacional abierta (\$32.196 millones de pesos acumulados a septiembre de 2004), la cual pertenece al mismo grupo económico del Canal RCN. Por su parte, el Canal Caracol pertenece al mismo grupo económico de Bavaria, empresa que ha pautado \$14.774 millones de pesos acumulados entre enero y septiembre de 2004 (lo que la ubica en el decimotercer lugar de pauta en televisión nacional abierta).

Gráfico IV.B-4
Participación porcentual de la inversión publicitaria bruta – Televisión abierta

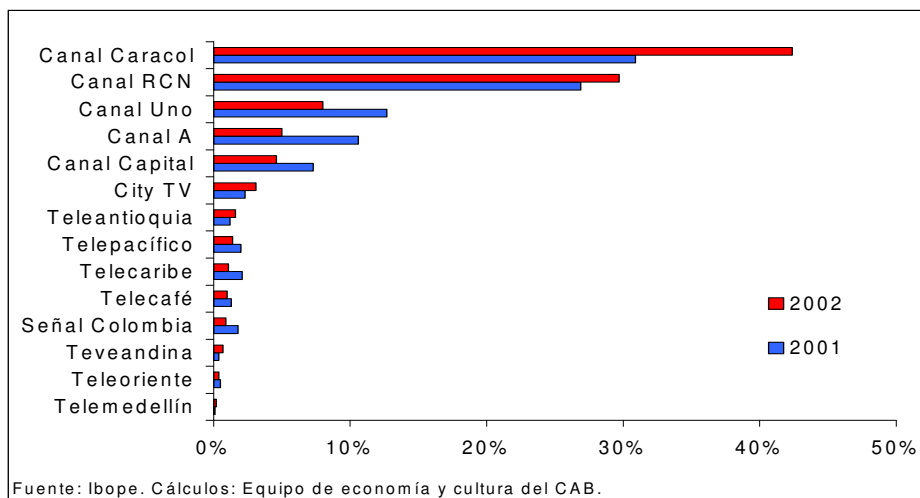
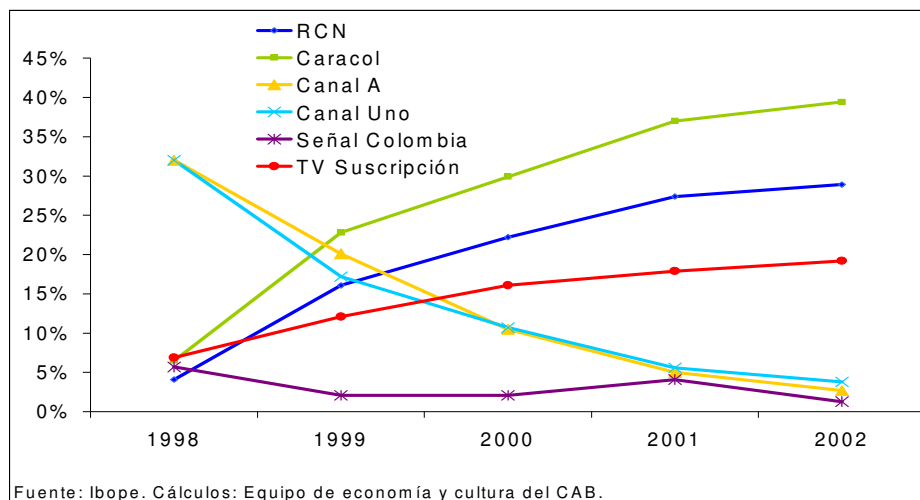


Gráfico IV.B-5

Participación del promedio de horas vistas al día en la televisión colombiana



Si bien es verdad que parte de la concentración de la inversión publicitaria se debe en parte a la pertenencia de estos canales privados a grandes grupos económicos, este fenómeno se explica en gran medida por la concentración de la audiencia. En 2002, los canales RCN y Caracol capturaron 28,9% y 39,4% del tiempo dedicado a ver televisión, respectivamente. Mientras en 1998 el público colombiano consumía apenas 10,6% de las horas del día vistas en la televisión viendo los canales privados, en 2002 esa cifra se elevó a 68%. Como se puede observar en el Gráfico IV.B-5, después de 1999 los canales privados pasaron a ser los canales más vistos de la televisión nacional.

Según datos recientes de IBOPE, en septiembre de 2004 quince de los veinte programas con más *rating* en la televisión nacional abierta fueron transmitidos por el canal Caracol (doce de estos ocuparon los primeros lugares). Los restantes cinco programas fueron emitidos por el canal RCN (ver Cuadro IV-5).

Cuadro IV-5

Ranking de programas más vistos según *rating* – septiembre de 2004

Ranking	Programa	Canal	Hora	Rat%	Tvr%	Shr %
1	Pasión de Gavilanes	Caracol	20:30	47,2	69,7	67,6
2	La Saga: Negocio de Familia	Caracol	21:00	45,1	70,4	64,1
3	Gol Caracol: Elim. al Mundial	Caracol	19:30	41,4	66,8	62,1
4	Mesa para tres	Caracol	22:00	37,2	68,1	54,6
5	Luna la heredera	Caracol	21:30	35,7	67,4	52,9
6	Premier Caracol	Caracol	18:00	34,1	61,5	55,4
7	El auténtico Rodrigo Leal	Caracol	23:00	33,6	60,2	55,8
8	La Granja Tolima	Caracol	20:00	33	65,2	50,7
9	Caracol Noticias *SD*	Caracol	19:00	31	58,1	53,3
10	Caracol Noticias	Caracol	19:00	30,4	58,1	52,2
11	Sábados Felices *SD*	Caracol	20:00	26,2	60,6	43,3
12	Premier Caracol	Caracol	20:30	26,1	62,7	41,6
13	Todos quieren con Marilyn	RCN	21:00	26	69,8	37,3
14	Prisionera	Caracol	16:30	25,6	45,9	55,7
15	Séptima Puerta	Caracol	15:30	25,4	46,5	54,5
16	Mi gorda bella	Caracol	18:00	25	54,1	46,1
17	Amor a la plancha	RCN	21:30	24,7	67,1	36,8
18	Sábado espectacular *SD*	RCN	19:30	24,3	55,2	44
19	Noticias RCN	RCN	19:00	23,6	59,2	39,8
20	Las noches de Luciana	RCN	20:00	23,5	67,4	34,9

Fuente: IBOPE. Nota: *SD* programas emitidos en días sábado y/o domingo.

En la televisión nacional abierta los canales privados no sólo lograron concentrar la inversión publicitaria y la audiencia, sino que también generaron una nueva estructura en los sistemas de producción, comercialización y programación. Estos cambios estructurales hacen parte de las razones por las cuales estos canales lograron concentrar la audiencia y la inversión publicitaria. Entre los cambios mencionados vale la pena resaltar los siguientes: ¹¹⁰

- Nuevas formas de administración, producción y comercialización.
- Integración de la programación con todas sus franjas.

¹¹⁰ Tomado de CAB (2003), *Op.cit.*

- Mayor movilidad de la programación de los canales privados, de acuerdo con las preferencias de televidentes.
- Los programas pasaron a funcionar bajo la lógica los productos comerciales, cuyos ejes fundamentales son la productividad y la demanda del mercado (determinada por las preferencias de los televidentes).
- Diversificación de la producción, utilizando modelos propios y externos.
- Nuevos mecanismos de comercialización en los mercados interno y externo.
- La demanda de la producción de programas pasó de pequeñas y medianas a grandes empresas privadas.
- Mayor rapidez de las formas de producción.
- Sistemas de mercadeo.
- Especialización en labores creativas y de producción.
- Contratos de exclusividad con creadores y productores.
- Integración de la programación de cada canal.
- Reducción de los costos de producción por la especialización de oficios.
- Modificación de algunos oficios y creación de otros nuevos.
- Alteración de horarios según la demanda.
- Cambios rápidos de acuerdo con las preferencias de los televidentes.

b) Televisión nacional de operación pública

Estructura y marco normativo

El sector de la televisión nacional de operación pública está compuesto por tres canales separados en dos regímenes de operación diferentes: el sistema mixto y el sistema estatal.

Después de la reforma estructural del servicio de televisión en la década de los años noventa, dos de estos canales (el Canal Uno y el Canal A) permanecieron en el antiguo sistema mixto. A partir de 2004, solamente el Canal Uno funciona bajo este sistema, mientras el Canal A pasó a ser Señal Colombia Institucional, un canal institucional regido por el sistema estatal cuyo propósito es difundir temas como la familia y población infantil, el desarrollo sostenible, los derechos humanos, la participación ciudadana, la participación de entes territoriales, la ciencia y tecnología y la protección del Estado.¹¹¹ El tercer canal de operación pública con cubrimiento nacional es Señal Colombia. Al igual que el Canal Institucional, Señal Colombia es programado por el Estado, pero se especializa en temas de educativos y de cultura.

Como ya se ha mencionado, Inravisión era la empresa industrial y comercial del Estado que hasta finales de octubre de 2004 había estado encargada de la operación de la infraestructura de red de la televisión nacional de operación pública. Inravisión prestaba este servicio para el Canal Uno, el Canal Institucional y Señal Colombia. Además, prestaba el servicio de producción y programación solamente para Señal Colombia. La producción y programación del Canal Institucional hasta la misma fecha estuvo a cargo de Audiovisuales. Tanto Inravisión como Audiovisuales estaban bajo el control del Ministerio de Comunicaciones y debían seguir la regulación y políticas desarrolladas por la CNTV.

Luego de la liquidación de Inravisión y Audiovisuales, para evitar que la operación de Señal Colombia, Señal Colombia Institucional y el Canal Uno se viera afectada, el Gobierno anunció la creación de la RTVC. Como ya se ha mencionado, esta empresa está encargada actualmente de la producción, programación y operación de la red pública de radio y televisión. La empresa hará la producción directamente o a través de terceros. De igual manera, la RTVC contratará la operación y el mantenimiento de la red pública con la empresa Colombia Telecomunicaciones (Telecom).

Hasta octubre de 2004 el Canal Institucional y Señal Colombia se financiaban por medio de aportes del sector privado entregados a la CNTV y canalizados a través de Inravisión y

¹¹¹ Fuente: www.cntv.gov.co

Audiovisuales. Las transferencias ordinarias destinadas a Inravisión son obligatorias por ley.¹¹² A partir de noviembre de 2004 estas transferencias se harán a través de la RTVC. Por otra parte, la CNTV debe asignar recursos para la financiación de la producción y programación de Señal Colombia. Audiovisuales recibía también recursos de la CNTV para la producción de la programación del Canal Institucional. En el periodo 2000-2002 las transferencias de la CNTV destinadas a la programación de Señal Colombia ascendieron \$40.339 millones de pesos.¹¹³

En 1997, la CNTV otorgó a 24 programadoras concesiones por seis años para que éstas programaran los espacios televisivos y vendieran los espacios publicitarios de los canales A y Uno. Hoy en día existen cuatro concesionarios de los espacios del Canal Uno conformados por 7 programadoras privadas:¹¹⁴

1. Compañía de Medios de Información Ltda. (CMI Ltda.)
2. Colombiana de Televisión S.A. y Nacional de Telecomunicaciones S.A. (NTC S.A.)
3. Consorcio Jorge Barón Televisión S.A. y SportSat S.A.
4. Radio Televisión Interamericana S.A. (RTI S.A.) y Programar Televisión S.A.

A continuación se presentan las disposiciones legales que establecen el marco normativo de la televisión nacional de operación pública:

- Acceso al mercado: Todos los contratos de concesión que se celebren serán adjudicados por la CNTV. El término de duración de los contratos de concesión de espacios de televisión en canales nacionales de operación pública, que se adjudiquen para programación general y para realización de noticieros a partir del primero de enero de 1998, será de seis (6) años, de acuerdo con la reglamentación que expida la Comisión Nacional de Televisión, para el efecto.

¹¹² Estas transferencias están determinadas por el cálculo histórico de los costos de funcionamiento de 1998 y se aumentan cada año de acuerdo con el Índice de Precios al Consumidor (IPC).

¹¹³ Arthur D. Little (2003). “Reestructuración de las empresas industriales y comerciales del sector de televisión en Colombia”, Departamento Nacional de Planeación.

¹¹⁴ Fuente: www.cntv.gov.co

Los contratos de concesión de espacios de televisión pública son improrrogables (Artículo 10, Ley 335 de 1996).

- Acceso al mercado: A partir del año 2004, las concesiones que se adjudiquen mediante licitación pública en los canales nacionales de operación pública, tendrán una duración de 10 años (Artículo 3, Ley 680 de 2001).
- Acceso al mercado: No se podrá otorgar a los concesionarios de espacios de televisión más del veinticinco por ciento (25%) ni menos del siete punto cinco por ciento (7,5%) del total del horas dadas en concesión en la respectiva cadena (Artículo 13, Ley 335 de 1996).
- Acceso al mercado: Las concesiones para la programación de espacios en la televisión de operación pública serán otorgados exclusivamente a personas naturales o jurídicas colombianas (Artículo 37, Ley 14 de 1991).
- Los concesionarios de espacios (programadoras) no pueden tener más de un programa informativo diario. (Artículo 2, Ley 680 de 2001).
- Inversión: Sin perjuicio del régimen al que están sometidas de manera general las sociedades, todo acto de enajenación total o parcial de la propiedad de empresas concesionarias de espacios de televisión Inravisión o contratistas de las organizaciones regionales de televisión cuyas acciones no se negocien en una bolsa de valores, requiere la previa autorización CNTV. Para la enajenación de la propiedad de las acciones que se negocien en bolsa, el propietario deberá informar a la CNTV dentro de los cinco (5) días siguientes (Artículo 5, Ley 182 de 1995).
- Acceso al mercado e inversión: Ninguna persona natural o jurídica, ni los socios de éstas que sean concesionarias de espacios de televisión de Inravisión, podrá contratar directa o indirectamente con las organizaciones regionales de televisión (Artículo 3, Ley 14 de 1991).

- Requisitos de desempeño y acceso al mercado: Los partidos y movimientos políticos con personería jurídica y reconocimiento de la autoridad electoral, tendrán acceso a la utilización de los servicios de televisión operados por el Estado. De igual manera, los espacios de televisión asignados actualmente en las cadenas 1, A, 3 y en los canales regionales a las asociaciones de consumidores se mantendrán de manera permanente (Artículos 31 y 51, Ley 182 de 1995).
- Tarifas: Pago de tarifas bajo el esquema impuesto por la CNTV (Art.6, Ley 680 de 2001).

Desempeño reciente del segmento

La reducción en el número de programadoras privadas luego de la transformación del sector se debe a la continua crisis de este segmento. La principal causa de la crisis fue la ya mencionada migración de la inversión publicitaria hacia los canales privados, ya que la principal fuente de ingresos de las programadoras es la venta de los espacios publicitarios. Como puede observarse en el Gráfico IV.B-6, en 1997, antes de la consolidación de los canales privados, el Canal A y el Canal Uno concentraban aproximadamente 84% de la inversión publicitaria en la televisión nacional abierta. Ya en 2002 estos dos canales tuvieron apenas una participación de 13% en la inversión publicitaria.

De igual forma, como se observa en el Gráfico IV.B-5, la audiencia rápidamente migró hacia los canales privados, acentuando así la crisis de los canales públicos bajo el sistema mixto y por ende la situación de las programadoras. La crisis económica en el periodo 1998-1999 profundizó este fenómeno, ya que debido a los recortes del gasto de las empresas anunciantes la inversión publicitaria total se vio reducida en términos reales (-7,75% en 1998 y -4,34% en 1999).¹¹⁵

Mientras los canales privados lograron la modernización de sus estructuras de producción, programación y comercialización, las programadoras concesionarias del

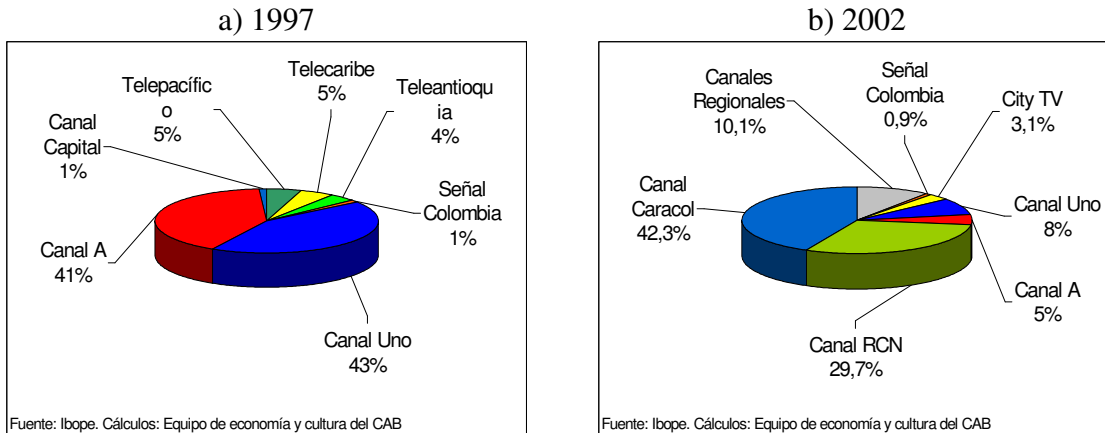
¹¹⁵ CAB (2003), *Op.cit.*

Canal A y el Canal Uno se enfrentaron a un cuello de botella regulatorio, tecnológico y financiero. Al no prepararse para la competencia dentro del nuevo sistema, las programadoras vieron como sus ingresos y la audiencia emigraron hacia los canales privados. Además, al estar bajo el régimen del sistema mixto, las programadoras debían ceñirse a las restricciones de los horarios asignados por la CNTV, de manera que se enfrentaron a la programación de los canales privados sin tener la misma flexibilidad del nuevo sistema.

Frente a esta crisis, Audiovisuales tuvo que aceptar los espacios devueltos por los concesionarios. A finales de 2003, esta entidad programaba el 53% y 60% del total de la programación del Canal Uno y del Canal A, respectivamente.

Gráfico IV.B-6

Participación en la inversión publicitaria – Televisión abierta



Los resultados del estudio realizado por la firma consultora Arthur D. Little para el Departamento de Planeación Nacional (DNP) revelan el estado crítico actual de la televisión nacional de operación pública en general.¹¹⁶ Según la información reportada por la CNTV a la firma consultora, en 2003 el cubrimiento del territorio nacional de Señal Colombia era apenas de 71,22%. Para el Canal A y el Canal Uno, el cubrimiento nacional en ese año fue 72,52% y 79,9%, respectivamente. Para el año 2002, la

¹¹⁶ Arthur D. Little (2003), “Reestructuración de las empresas industriales y comerciales del sector de televisión en Colombia”, DNP.

participación en el promedio de horas vistas al día en la televisión abierta del Canal Uno fue 3,8% y del Canal A fue 2,7%, luego de que cada uno de estos canales tuvo en 1998 una participación de 32% (ver Gráfico IV.B-5). Señal Colombia, aunque nunca ha tenido una audiencia masiva, sí ha reducido su participación en el promedio de horas vistas al día en la televisión abierta (5,7% en 1998 a 1,3% en 2002).

Como se mencionó, este continuo detrimento de la televisión nacional pública llevó a que el Gobierno Nacional tomara la decisión de adoptar medidas de corto y mediano plazo en el sector. Por medio de la reorganización de las instituciones estatales del sector y la aplicación de las medidas sugeridas por el CONPES, se pretende hacer viable el funcionamiento del servicio de televisión pública. Se pretende además, liberar los recursos necesarios para que se pueda llegar a estándares de eficiencia y calidad aceptables de los canales de este segmento.

c) Televisión regional

Estructura y marco normativo

Los canales regionales de televisión pública fueron creados mediante el Decreto 3100 de 1984. Este segmento se creó con el objetivo de promover la identidad cultural regional, la mayor información de la región, la producción regional y el pluralismo nacional.¹¹⁷

La CNTV define la televisión regional como “el servicio de televisión que cubre un área geográfica determinada, formada por el territorio del Distrito Capital o inferior al territorio nacional sin ser local”. Según el numeral tercero del artículo 36 de la ley 182 de 1995, el servicio público de televisión en el nivel regional es reserva del Estado. Este servicio lo deben prestar organizaciones regionales de televisión. Estas organizaciones regionales son sociedades conformadas por entidades públicas organizadas como empresas industriales y comerciales del Estado. Cada organización regional tiene a su cargo la prestación del servicio público de televisión mediante la programación, administración y operación de un canal regional. En el Cuadro IV-6 se presenta un

¹¹⁷ *Ibid.*

resumen de la composición de las organizaciones regionales. En la actualidad existen ocho canales bajo este régimen localizados en siete ciudades diferentes:

1. Teleantioquia - Medellín
2. Telecaribe - Barranquilla
3. Telecafé - Manizales
4. Teleislas - San Andrés
5. Telepacífico - Cali
6. Teveandina (Canal 13) – Bogotá D.C.
7. Canal Regional de Oriente (TRO) - Cúcuta
8. Canal Capital – Bogotá D.C.

A diferencia de los canales nacionales de operación pública regidos por el sistema estatal, estos ocho canales no dependen de Inravisión o Audiovisuales en las funciones de producción, programación y comercialización de sus productos. Los canales regionales tienen la posibilidad de abrir licitaciones públicas para contratar el servicio de programación.

Cuadro IV-6

Resumen de la composición de las organizaciones regionales

CANAL	Entidades Públicas			
	Nacionales	Departamentales	Municipales	Otras
Telecaribe	Inravisión			FESORD D. Atlántico U. Cartagena D Bolívar Instituto para el Desarrollo - Dep. Córdoba Instituto de Cultura y Turismo - Dep. Cesar Corporación Departamental de Turismo - Dep. Guajira Instituto de Cultura - Dep. Magdalena IDES – Dep. de Sucre
Telecafé	Inravisión	Dep. de Caldas Dep. del Quindío Dep. de Risaralda		Empresas Públicas de Manizales Universidad del Quindío
Teleantioquia	Inravisión	Dep. de Antioquia	Municipio de Medellín	IDEA EDATEL INFIVALLE
Telepacífico	Inravisión	Dep. del Valle del Cauca		
Canal Capital		Distrito Capital de Santa Fe de Bogotá	Distrito Capital de Santa Fe de Bogotá	Instituto Distrital de Cultura y Turismo ETB
Teleislas	Inravisión	Dep. San Andrés, Providencia y Santa Catalina	Municipio de Providencia y Santa Catalina	
Televisión Regional del	Inravisión	Dep. de Norte de Santander Dep. de Santander	Municipio de Bucaramanga	
Teveandina	TELECOM Ministerio de Comunicaciones DECRETO ART.7 (NUM.7.7)	Dep. de Boyacá Dep. del Meta Dep. del Tolima Dep. del Huila Dep. del Caquetá Dep. de Casanare Dep. de Cundinamarca Dep. del Guaviare Dep. del Putumayo		Tele-Huila (en liquidación) Tele-Tolima (en liquidación)

Fuente: Arthur D. Little

En la actualidad, la financiación de los canales regionales proviene de las transferencias directas hechas por la CNTV, los aportes de sus socios, y los ingresos por su actividad comercial. En el periodo 1998-2002, la CNTV invirtió en los canales regionales cerca de \$27.300 millones de pesos (ver Gráfico IV.B-7). En 2002, Teleantioquia y Telepacífico fueron los canales que más dinero recibieron de los \$5.432 millones de pesos transferidos a los canales regionales (ver Gráfico IV.B-8). Los canales regionales presentan ante la CNTV propuestas de proyectos adecuación de redes y tecnología, o para el desarrollo de contenidos, entre otros. De esta manera, la CNTV es la encargada de priorizar estos

proyectos y determinar la distribución de los recursos disponibles para estas transferencias hacia los canales regionales.

Gráfico IV.B-7

Transferencias de la CNTV a los canales regionales – Pesos constantes 2002

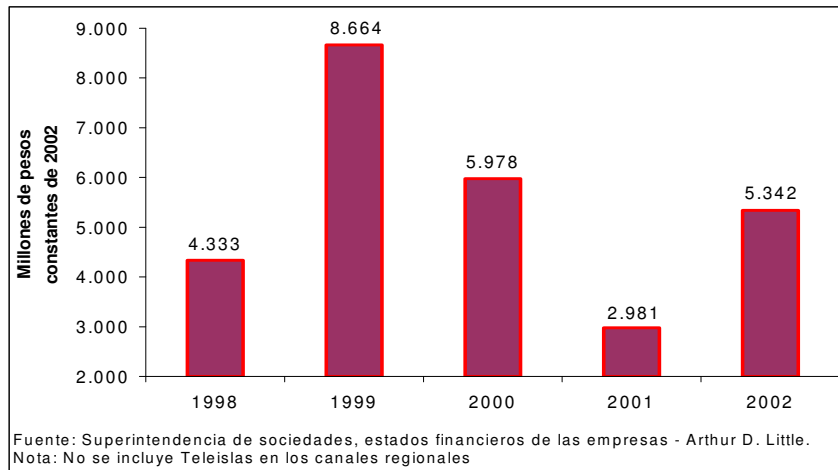
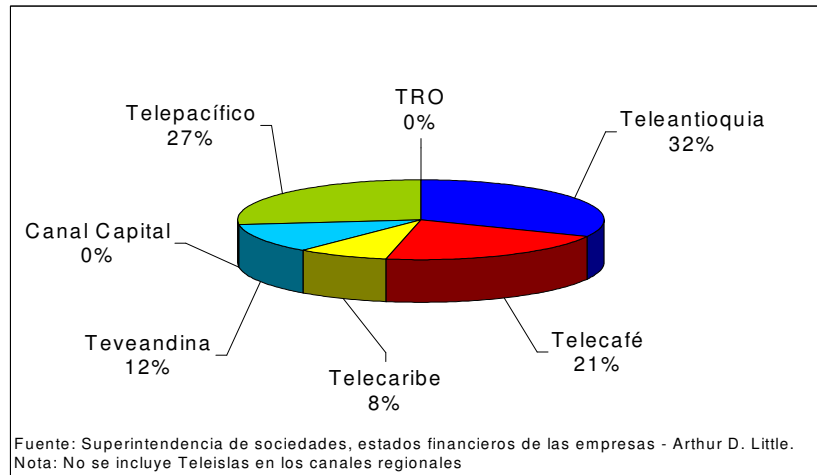


Gráfico IV.B-8

Distribución porcentual de las transferencias de la CNTV a los canales regionales – 2002



Según las disposiciones de la legislación colombiana, el marco regulatorio general para la televisión abierta con cubrimiento regional se puede resumir de la siguiente manera:

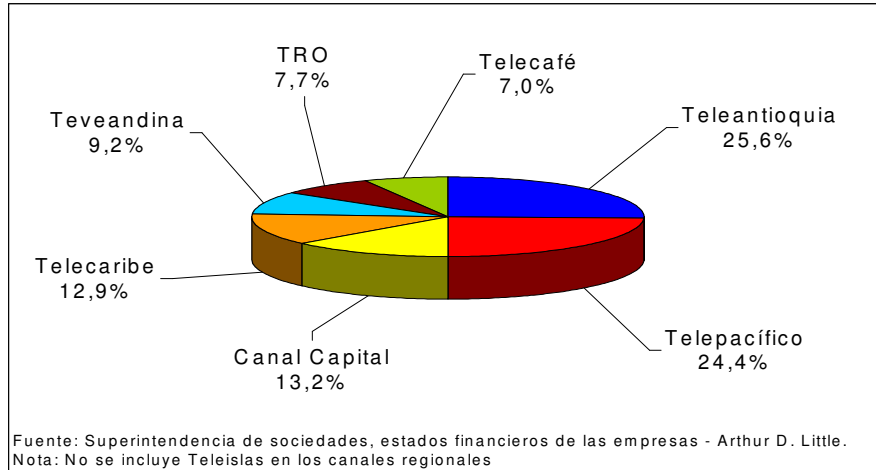
- Propiedad: La prestación del servicio de televisión abierta con cubrimiento regional es reserva del Estado. Este servicio puede ser prestado únicamente por los canales regionales autorizados por la CNTV, constituidos como sociedades entre entidades públicas organizadas como empresas industriales y comerciales del Estado (Ley 182 de 1995).
- Acceso al mercado: Los contratos relacionados con producción, programación, comercialización y en general con sus actividades comerciales celebrados por los canales regionales de televisión se rigen por las normas del derecho privado. Están obligados a celebrar licitaciones públicas para la adjudicación de los programas informativos, noticieros y de opinión (Artículo 37.3, Ley 182 de 1995).
- Acceso al mercado: Cuota de pantalla: 50% de su producción debe ser nacional (Artículo cuarto, Ley 680 de 2001).
- Requisitos de desempeño y acceso al mercado: Los canales nacionales, regionales, zonales y locales de televisión estarán obligados a dedicar un porcentaje de su tiempo a temas de interés público (Artículo 55, Ley 182 de 1995).
- Requisitos de desempeño: Los contratistas de los canales regionales están sujetos a la reglamentación de contenidos de violencia y sexo en los programas de televisión para la protección de la audiencia infantil (Acuerdo 017 de 1997 de la CNTV).

Desempeño reciente

Para el año 2002, el total de activos de los canales regionales fue aproximadamente \$ 48.000 millones, lo que representó apenas 2,7% del total de los activos de la televisión abierta y 15,4% del total de los activos de la televisión abierta de operación pública (ver Gráfico IV.B-1). El Gráfico IV.B-9 presenta la distribución porcentual de los activos de los canales regionales para el año 2002. Teleantioquia y Telepacífico son los canales

regionales con mayores activos, con una participación dentro de los activos totales de los canales regionales de 25,6% y 24,4%, respectivamente.

Gráfico IV.B-9
Distribución porcentual de los activos de los canales regionales – 2002



La participación de los canales regionales en los ingresos operacionales del sector de televisión abierta es muy reducida. Aún así, en el año 2002 fue superior a la de Inravisión y Audiovisuales (ver Gráfico IV.B-2). Debe resaltarse que entre 1998 y 2002 los ingresos operacionales reales de los canales regionales cayeron cerca de 15% en promedio cada año. Como puede observarse en el Gráfico IV.B-10, los ingresos operacionales pasaron de \$28.678 millones de pesos constantes en 1998, a \$15.152 millones de pesos constantes en 2002. En el año 2002, Teleantioquia generó 39,5% de los ingresos operacionales totales de los canales regionales. El segundo canal regional que produjo más ingresos en ese año fue Telepacífico, con una participación de 25,8% (ver Gráfico IV.B-11).

Gráfico IV.B-10

Ingresos operacionales de los canales regionales – Pesos constantes 2002

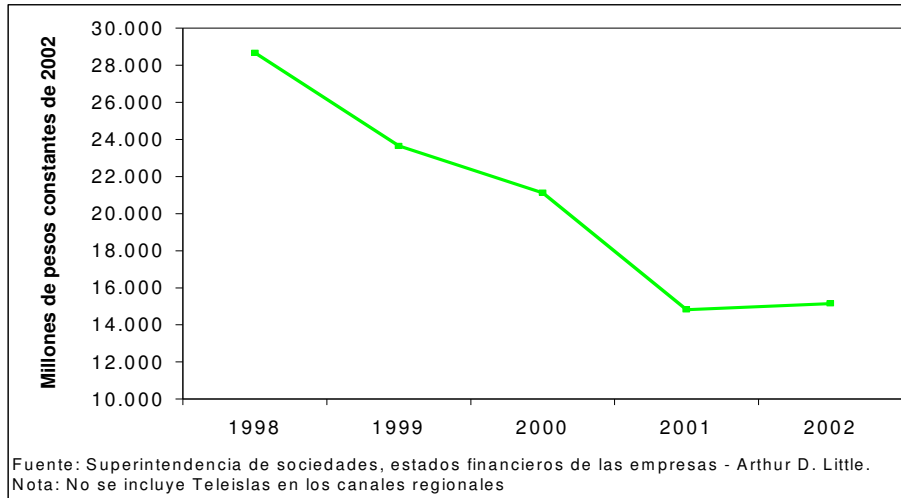
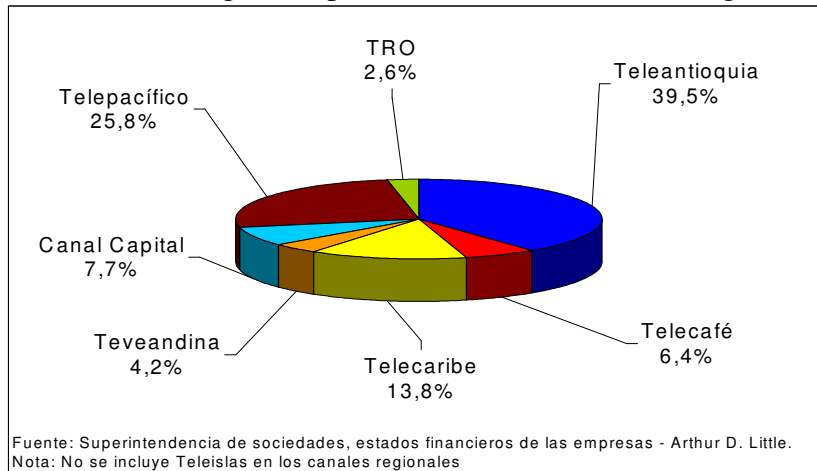


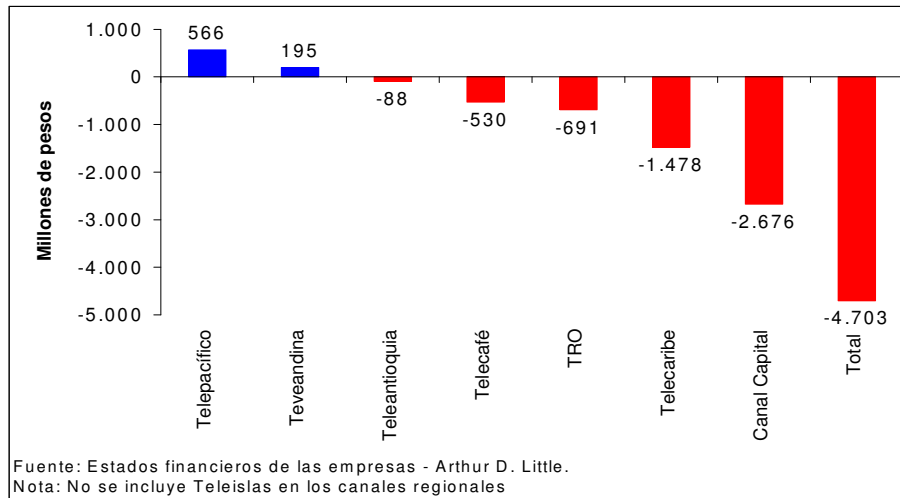
Gráfico IV.B-11

Distribución de los ingresos operacionales de la televisión regional - 2002



Contrario a la situación de los canales privados, los canales regionales generaron pérdidas por \$4.703 millones de pesos en 2002 (ver Gráfico IV.B-12). Telepacífico y Teveandina fueron los únicos dos canales regionales que generaron utilidades en ese año: aproximadamente \$566 y \$195 millones, respectivamente. Por otra parte, Canal Capital reportó pérdidas por \$2.676 millones de pesos, cerca del 57% de las pérdidas totales del sector.

Gráfico IV.B-12
Utilidades netas de los canales regionales – 2002



Al igual que para el resto de televisión abierta de operación pública, con la entrada de los canales privados los canales regionales han perdido participación en la inversión publicitaria hecha en televisión abierta (ver Gráfico IV.B-4). En general, la participación en la inversión publicitaria de los canales regionales no ha sido significativa. En promedio, entre 1992 y 2001 los canales regionales han mantenido una participación de 6,9% en la inversión publicitaria total en la televisión abierta (Gráfico IV.B-13). Como puede observarse en el Gráfico IV.B-14, entre 2001 y 2002, el único canal regional que aumentó su participación en la inversión publicitaria fue Teleantioquia. Para el año 2002, Canal Capital era el canal regional con mayor participación en la inversión publicitaria (4,6%).

Gráfico IV.B-13

Participación de la inversión publicitaria neta en la televisión abierta

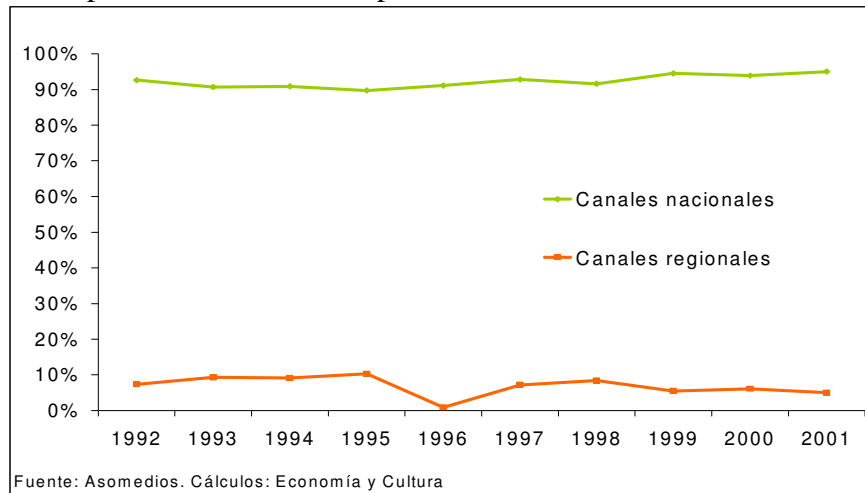
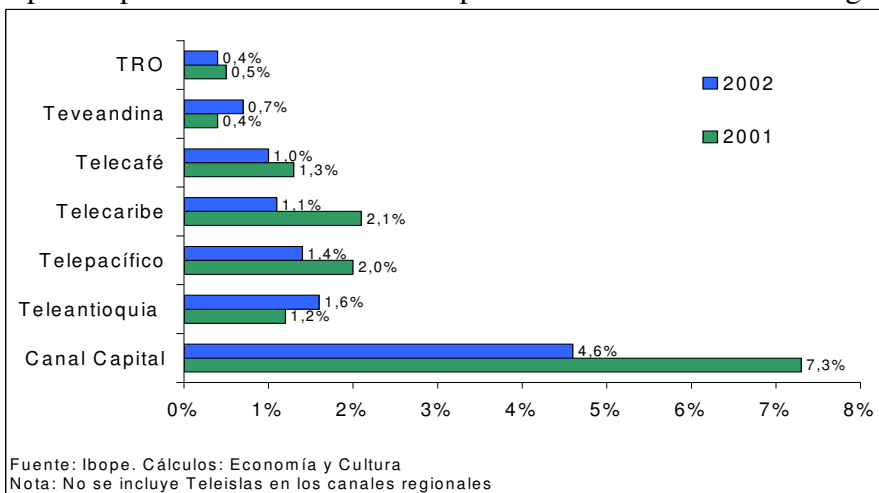


Gráfico IV.B-14

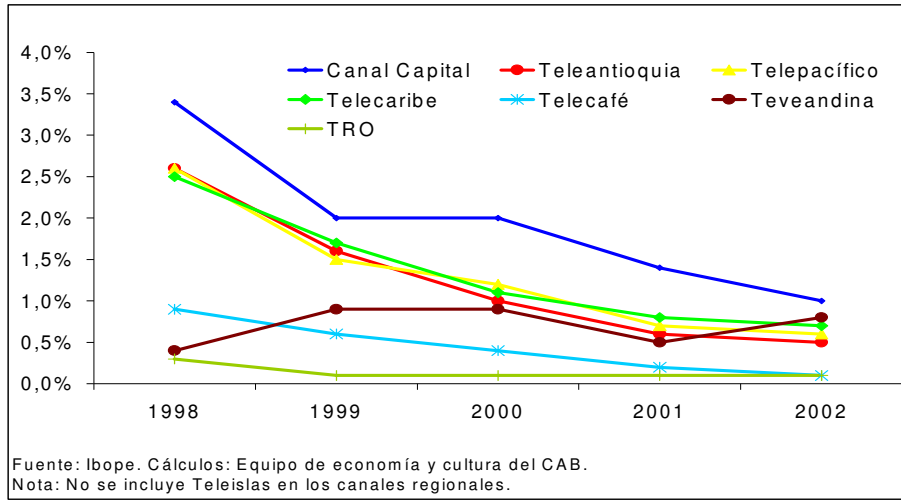
Participación porcentual de la inversión publicitaria bruta – Canales regionales



La participación de los canales regionales en el promedio de horas vistas al día en la televisión abierta ha venido disminuyendo. En el Gráfico IV.B-15 puede verse cómo desde 1998 la audiencia colombiana ha ido abandonando los canales regionales. El único canal que no parece seguir esta tendencia es Teveandina, que en 2002 logró superar los niveles de audiencia de casi todos los otros canales regionales. Canal Capital se ha mantenido durante todo este periodo como el canal regional con mayor audiencia.

Gráfico IV.B-15

Participación del promedio de horas vistas al día – Canales regionales



Cabe resaltar que la información más reciente sobre el desempeño de los canales regionales indica que esta tendencia podría estar cambiando. Cifras disponibles para los últimos años sugieren que, al igual que el resto de los segmentos en la televisión colombiana, la televisión regional podría estar adecuándose a la nueva estructura del negocio. El documento de trabajo “La tercera opción, canales regionales demuestran su viabilidad”¹¹⁸ presenta algunas estadísticas para 2003 y 2004 que soportan esta hipótesis.

Según la información publicada en el documento, sólo dos de los canales regionales (Telecaribe y Teleantioquia) lograron aumentar sus niveles de *rating* entre 2003 y 2004 (ver Gráfico IV.B-16). Sin embargo, al examinar los resultados financieros de los canales regionales se evidencia que algunos lograron revertir entre 2003 y 2004 su situación deficitaria. Como se puede observar en el Gráfico IV.B-17, si no se tienen en cuenta los resultados del Canal Capital y Teleislas¹¹⁹, en el agregado los canales regionales pasaron de tener pérdidas de alrededor de 74 millones de pesos en el año 2003, a tener ganancias de más de 500 millones de pesos en 2004.

¹¹⁸ Documento elaborado por Darío Montenegro, miembro de la Junta Directiva de la CNTV.

¹¹⁹ Montenegro excluye estos dos canales del análisis agregado por dos razones diferentes. Por un lado, Teleislas no ha empezado aún sus operaciones. A su vez, Canal Capital en el 2003 no comercializó sus espacios, sus ingresos provienen de capitalizaciones de los socios y tiene una política diferente.

Gráfico IV.B-16
Niveles de rating – Canales regionales 2003-2004

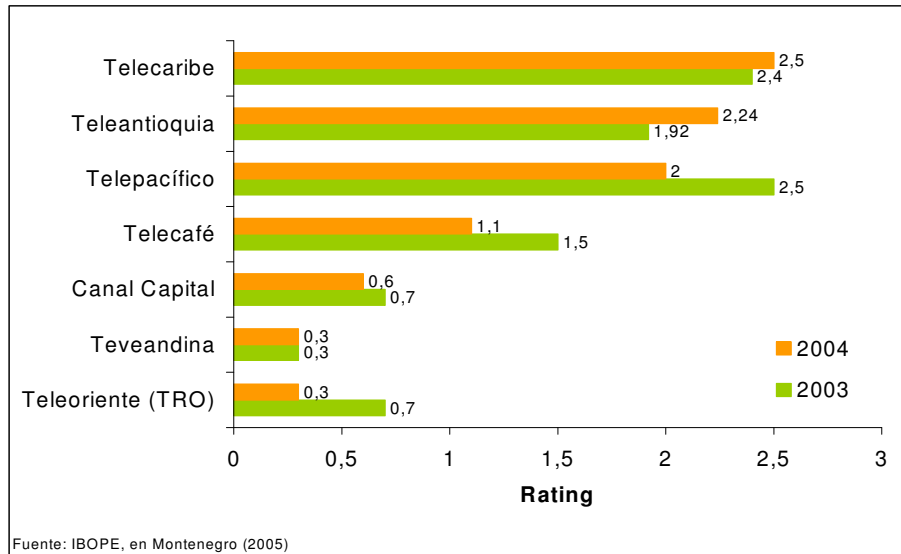
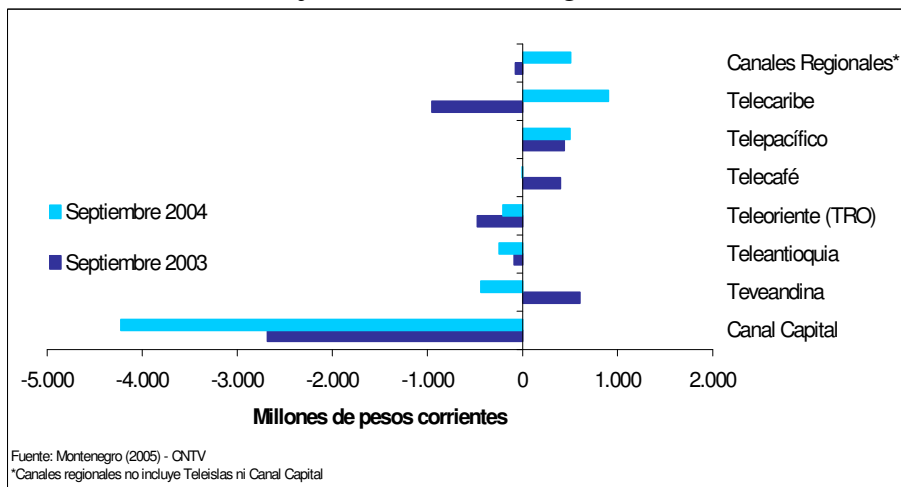


Gráfico IV.B-17
Resultado del ejercicio – Canales regionales 2003-2004

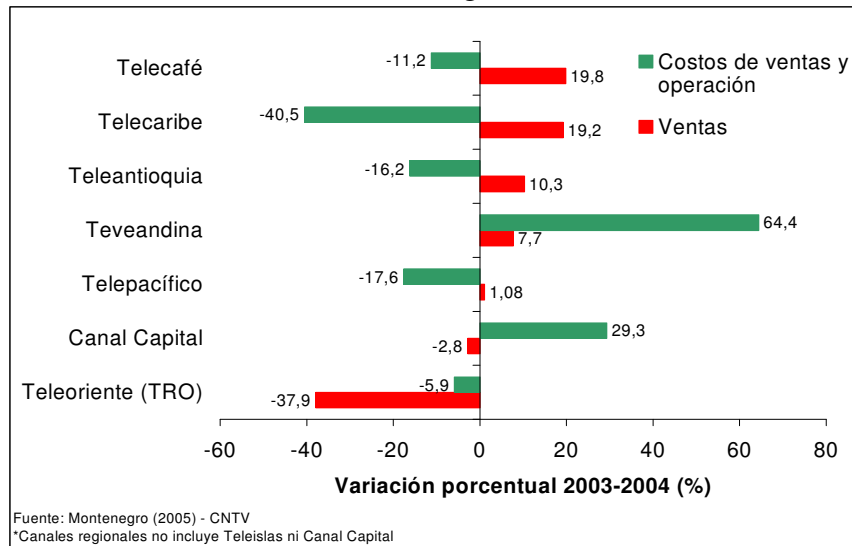


Esta mejora en la situación financiera de algunos de los canales regionales se debe al hecho de que mejoraron su gestión operativa, aumentando sus ingresos por ventas y reduciendo los costos de venta y operación entre 2003 y 2004 (ver Gráfico IV.B-18). Este es el caso de Telecafé, Telecaribe, Teleantioquia y Telepacífico, que además de aumentar sus ventas en 19,8%, 19,2%, 10,3% y 1,08%, redujeron sus costos de ventas y operación en 11,2%, 40,5%, 16,2% y 17,2%, respectivamente. Esta notoria mejoría en la gestión operativa de algunos de los canales sugiere los derroteros hacia un esquema de negocio

económicamente eficiente. No obstante, algunos de los canales aún no parecen estar entrando en una senda de viabilidad financiera.

Gráfico IV.B-18

Variación porcentual de las ventas y de los costos de ventas y operación para 2003-2004 – Canales Regionales



Otro criterio que se debe tener en cuenta en la evaluación de los canales regionales es su orientación hacia las preferencias de los públicos regionales. Montenegro (2005) explica que la fortaleza de estos canales radica en la “búsqueda de lo propio y lo cercano” para los televidentes de cada región. Se refiere también a estudios de mercado contratados por algunos canales regionales¹²⁰ que indican que éstos se han convertido en símbolos de cada región, que gozan de un alto nivel de credibilidad y que son considerados como una buena fuente de información específica de sus zonas geográficas.

Todos estos elementos configuran un escenario en el que los canales regionales podrían convertirse en una opción económica y socialmente viable de televisión pública. Para que esta opción se consolide, es necesario que los canales regionales sigan avanzando en varios frentes. Por un lado, estos canales deben consolidar el proceso de saneamiento en sus finanzas y de penetración en las preferencias de los televidentes. De otro lado, deben desarrollarse mecanismos de coordinación entre los canales regionales que permitan aprovechar las economías de escala y de alcance en la producción de contenidos.

d) Televisión local con ánimo de lucro

Estructura y marco normativo

La televisión abierta con cubrimiento local está limitada al área geográfica de un municipio o distrito, área metropolitana o asociación de municipios. Este servicio es prestado únicamente por particulares y puede darse en dos modalidades: con ánimo de lucro y sin ánimo de lucro (ver Cuadro IV-4).

El servicio de televisión local con ánimo de lucro puede ser prestado por personas jurídicas colombianas en todas las capitales de departamento y municipios. Mediante una licitación pública, la CNTV adjudica las concesiones para prestar este servicio: “una sola para cada capital de departamento y ciudades con población superior a 100.000 habitantes hasta un millón de habitantes, y dos para cada municipio con población superior a un millón de habitantes”.¹²¹ Estas concesiones son otorgadas por un periodo de diez años prorrogables. Cada canal local debe financiar su operación por medio de la comercialización de sus espacios, y puede producir su programación o contratar a terceros. El canal City TV recibió la concesión en 1997 y es el único canal local con ánimo de lucro hasta la fecha. Este canal opera en Bogotá.

El marco normativo que rige sobre este segmento es el mismo de la televisión nacional de operación privada. A continuación se listan algunas disposiciones particulares del marco regulatorio del segmento de televisión local con ánimo de lucro que no se aplican a la televisión nacional privada:

- Acceso al mercado: Se entrega por medio de licitación pública una concesión para cada capital de departamento y ciudades con población superior a 100.000 habitantes hasta un millón de habitantes y 2 para cada municipio con población superior a un millón de habitantes (Ley 335 de 1996, Art.24, Parágrafo 1).

¹²⁰ Montenegro menciona dos estudios de mercado, contratados por Teleantioquia y Telepacífico.

¹²¹ Fuente: www.cntv.gov.co

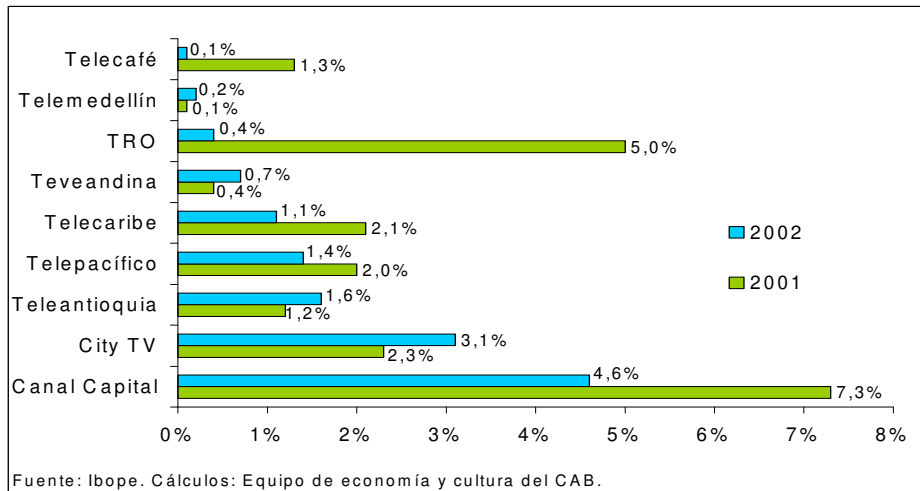
- Requisitos de desempeño: Pueden transmitir seis minutos de comerciales por cada media hora de programación (Art.32, Acuerdo 024 de 1997 de la CNTV).
- Requisitos de desempeño y acceso al mercado: El 50% de la programación total emitida debe ser de origen nacional (Ley 680 de 2001, Art. 4, Literal b).
- Requisitos de desempeño: Pueden recibir y retransmitir señales incidentales con fines sociales y comunitarios. Estas señales no podrán ser interrumpidas con comerciales, excepto los de origen. Esta recepción y distribución debe ser abierta y no puede cobrarse a los usuarios (Art.23, Acuerdo 024 de 1997 de la CNTV).
- Requisitos de desempeño: Podrán recibir y distribuir señales codificadas acreditando ante la CNTV la autorización por parte de los titulares de los derechos de autor y derechos conexos para el uso de la programación que emitan (Art. 23, Acuerdo 024 de 1997 de la CNTV).
- Requisitos de desempeño: Los operadores deben incluir el sistema de lenguaje manual o de subtitulación cerrada (Acuerdo 024 de 1997 de la CNTV).

Desempeño reciente

Como puede observarse en el Gráfico IV.B-19, para el año 2002 City TV superó a todos los canales regionales, excepto Canal Capital, en su participación en la inversión publicitaria en la televisión abierta. Debe tenerse en cuenta que el único canal comparable con City TV de esta muestra es Canal Capital, ya que es el único canal regional que opera en el Distrito Capital. Aunque la participación en la inversión publicitaria de Canal Capital haya caído drásticamente (cerca de 37%) entre 2000 y 2001, y la de City TV haya aumentado, en 2002 el Canal Capital aún era el canal de televisión abierta con mayor inversión publicitaria operado en el Distrito Capital.

Gráfico IV.B-19

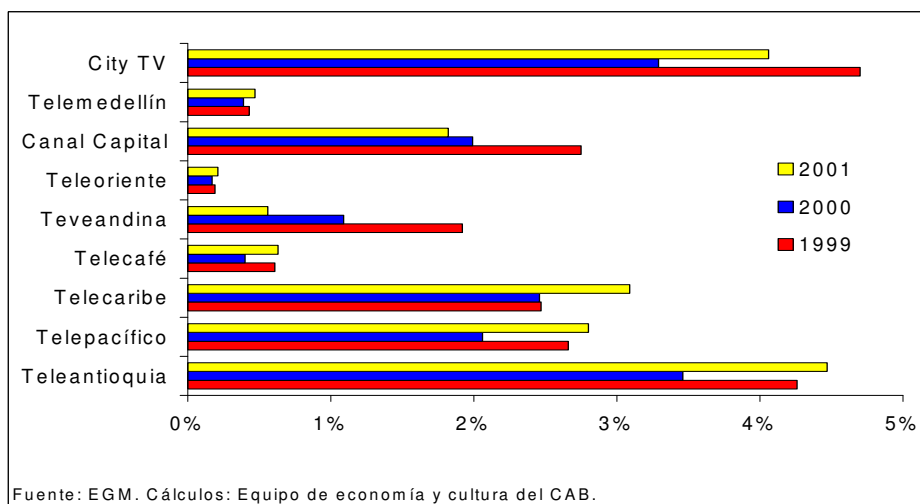
Participación porcentual de la inversión publicitaria bruta – Canales regionales y City TV



El canal City TV ha tenido un desempeño relativamente bueno en la captura de su audiencia objetivo. Si se compara la frecuencia de audiencia por canal de los canales regionales y de City TV, el éxito de este último es evidente (ver Gráfico IV.B-20). Teleantioquia es el único canal regional que históricamente ha capturado una mayor audiencia según este indicador del *Estudio General de Medios*. La audiencia de City TV supera la de Canal Capital en todos los años presentados, y para el año 2001 City TV tuvo más del doble de la frecuencia de audiencia.

Gráfico IV.B-20

Frecuencia de audiencia por canal – Porcentaje de canales vistos ayer



e) Televisión local sin ánimo de lucro

Estructura y marco normativo

La televisión local sin ánimo de lucro es prestada por comunidades organizadas, instituciones educativas, fundaciones, y corporaciones o asociaciones sin ánimo de lucro. Este servicio puede prestarse en todas las ciudades de Colombia. El único limitante para la prestación de este servicio es la disponibilidad de frecuencias electromagnéticas. La CNTV es el ente encargado de aprobar y expedir la licencia necesaria para ser operador de este servicio, la cual tiene una duración de diez años. En la actualidad existen treinta y seis canales locales, de los cuales ocho operan en Bogotá D.C. (ver Cuadro IV-7).

A diferencia de los canales locales con ánimo de lucro, los canales locales sin ánimo de lucro no pueden comercializar sus espacios. Su sostenimiento depende de los aportes, auspicios, colaboraciones o patrocinios que reciban. Estos canales pueden producir directamente sus espacios, o contratar con terceros la realización de su programación.¹²²

Este segmento se desarrolla bajo un marco normativo similar al de la televisión local con ánimo de lucro. Las diferencias en la regulación de este segmento se resumen en las siguientes disposiciones de la CNTV:¹²³

- El operador debe ser una comunidad organizada. Se entiende por comunidad organizada: Asociación de derecho, integrada por personas naturales residentes en un municipio o distrito o parte de ellos, en la que sus miembros estén unidos por lazos de vecindad o colaboración mutuos, con el propósito de alcanzar fines cívicos, cooperativos, solidarios, académicos, ecológicos, educativos, recreativos, culturales o institucionales (Ley 182 de 1995, Art.37, Num. 4).
- No se adjudicará más de una estación por proponente y este no podrá tampoco tener participación accionaria en otra estación de este nivel (Ley 182 de 1995, Art. 37, Num.4, Par.4).

¹²² *Ibid.*

¹²³ Fuente: www.cntv.gov.co

- No pueden comercializar, pero si pueden hacer reconocimientos (referencia que se hace de una persona o empresa, marca, producto o servicio que haya prestado su contribución a la estación local, como aporte, auspicio, colaboración o patrocinio). Estos reconocimientos deben incluirse al inicio y finalización de cada programa. Podrán presentar un reconocimiento por cada sección, con una duración máxima de cinco segundos. Cada programa no puede tener más de tres secciones. Cuando transmitan eventos culturales y recreativos especiales, se aplicarán las normas previstas para la comercialización en las cadenas Uno y A (Art. 37 y 38, Acuerdo 024 de 1997 de la CNTV).

A continuación se desarrolla el diagnóstico de la televisión cerrada en Colombia. Esta sección se divide en tres subsecciones según los segmentos que se desarrollan bajo la categoría de televisión cerrada: televisión por suscripción, televisión satelital, televisión comunitaria y la distribución de señales incidentales.

Cuadro IV-7
Canales locales sin ánimo de lucro – 2004

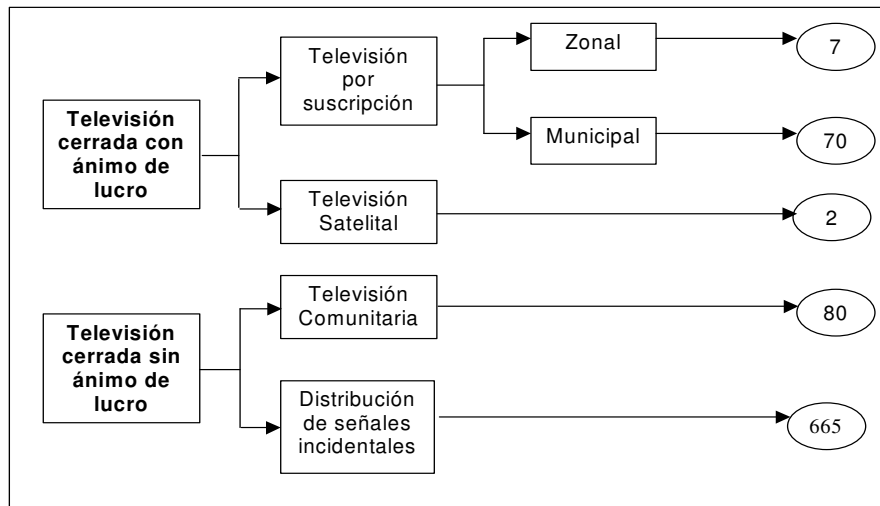
	Razón Social	Ciudad	Depto.
1	Corporación Canal Universitario de Antioquia	Medellín	Antioquia
2	Asociación Canal Local de Televisión de Medellín (Telemedellín)	Medellín	Antioquia
3	Fundación Santa María TELEVIDA	Medellín	Antioquia
4	Liceo Mariano de J. Eusse	Angostura	Antioquia
5	Fundación Social Vida Enlace "FUNDAVIDA" (Televida)	Saravena	Arauca
6	Fundación Es Telebaranoa	Baranoa	Atlántico
7	Universidad Autónoma del Caribe	Barranquilla	Atlántico
8	Universidad de Cartagena	Cartagena	Bolívar
9	Arquidiócesis de Tunja	Tunja	Boyacá
10	Parroquia de la Inmaculada de Salamina Caldas	Salamina	Caldas
11	Asociación Comunitaria Enlace del Piedemonte	Yopal	Casanare
12	Fundación Emtel	Popayán	Cauca
13	Asociación Comunitaria para las Telecomunicaciones (Acotel)	Bogotá D.C.	Cund.
14	Asociación Comunidad Cristiana de Restauración (ABN)	Bogotá D.C.	Cund.
15	Fundación para el desarrollo de las comunicaciones (Fundaxua)	Soacha	Cund.
16	Fundación ICTUS	Bogotá D.C.	Cund.
17	Fundación EDU.TV	La Mesa	Cund.
18	Corporación Buenas Noticias	Bogotá D.C.	Cund.
19	Iglesia Central Denomin. Centro Misionero Bethesda	Bogotá D.C.	Cund.
20	Politécnico Santa fe de Bogotá	Bogotá D.C.	Cund.
21	Corporación Enlace Cundinamarca	Bogotá D.C.	Cund.
22	Corporación Nova Comunicazioni	Bogotá D.C.	Cund.
23	Fundación Kerigma	Neiva	Huila
24	Asociación de Televisión Comunitaria Mire, Oiga, Realice y Analice Televisión Local a su Alcance. ASOTV MORA.	Acacias	Meta
25	Diócesis de Ipiales	Ipiales	Nariño
26	Universidad de Nariño	Pasto	Nariño
27	Corporación Comunitaria del Magd. Medio-Arco Iris	B/bermeja	Santander
28	Corporación Canal de Televisión Local Ciudadana del Área Metropolitana de Bucaramanga TVC	B/manga	Santander
29	Corporación Educativa Cívica y Social "Amigos de Santander"	B/manga	Santander
30	Diócesis Málaga Soatá	Málaga	Santander
31	Fundación Magdalena Medios de Comunicación	B/bermeja	Santander
32	Universidad del Valle	Cali	Valle
33	Fundación Social Unánimes Juntos (Teleunidad)	Cali	Valle
34	Tuluacentro Comunicaciones	Tulúa	Valle
35	Fund. para el Desarrollo Social "PROMOVER" CALI TV	Cali	Valle
36	Universidad del Pacífico	B/tura	Valle

Fuente: Comisión Nacional de Televisión

IV.B.2. Televisión cerrada

Como puede observarse en el Cuadro IV-8, el segmento de televisión cerrada en Colombia está dividido en cuatro sub-segmentos: televisión por suscripción, televisión satelital, televisión comunitaria y la distribución de señales incidentales. Tanto la televisión por suscripción (zonal y municipal), como la televisión satelital se prestan con fines lucrativos. Por otro lado, la televisión comunitaria y la distribución de señales incidentales son segmentos del servicio de televisión cerrada que se prestan sin ánimo de lucro. A continuación se presenta una caracterización de estos servicios y los agentes que participan en cada segmento.

Cuadro IV-8
Estructura de la televisión cerrada



a) Televisión por suscripción

Estructura y marco normativo

Desde la expedición de la ley 42 de 1985, se le otorgaron facultades expresas al Ministerio de Comunicaciones para dictar las normas tendientes a la implantación en el país del servicio de televisión por suscripción, bien fuese prestado por cable o por

cualquier otro sistema. A partir de octubre de 1987 se dio inicio a la primera operación comercial en Bogotá, con la empresa TV CABLE. Desde el inicio del nuevo esquema constitucional, fue la Comisión Nacional de Televisión la encargada de adjudicar las diferentes licencias. En la actualidad existen siete operadores: dos en la zona centro, dos en la zona norte y tres en la zona occidente del país.

El servicio de televisión por suscripción está definido por la CNTV como “el servicio de televisión cuya señal está destinada a ser recibida únicamente por personas autorizadas por el concesionario”. Según el artículo 45 de la Ley 14 de 1991, “la prestación del servicio de televisión por suscripción comprende la realización de la programación y la emisión y distribución de señales de televisión a través de uno o varios canales de televisión destinados exclusivamente a los correspondientes abonados o suscriptores del servicio”. Toda la televisión por suscripción funciona bajo la tecnología de transmisión por cable. Esto quiere decir que “la señal de televisión llega al usuario a través de un medio físico de distribución, destinado exclusivamente a esta transmisión, o compartido para la prestación de otros servicios de telecomunicaciones”.¹²⁴

Como ya se ha mencionado, este servicio puede ser prestado a nivel zonal o municipal. A nivel zonal las concesiones para los operadores son adjudicadas por la CNTV por cada 3.000.000 de habitantes en cada una de estas zonas. La CNTV ha establecido la distribución de las zonas de la siguiente forma:

1. Zona Norte: Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, Guajira, Magdalena, San Andrés y Providencia y Sucre.
2. Zona central: Amazonas, Arauca, Boyacá, Caquetá, Casanare, Cundinamarca, Guainía, Guaviare, Huila, Meta, Norte de Santander, Putumayo, Santander, Tolima, Vaupés, Vichada y el Distrito Capital de Bogotá.
3. Zona occidental: Antioquia, Caldas, Cauca, Chocó, Nariño, Quindío, Risaralda y Valle del Cauca.

¹²⁴ *Ibid.*

A nivel municipal o distrital, la CNTV ha dispuesto los siguientes criterios para entregar las concesiones:

- Una concesión en municipios cuya población sea inferior a un millón de habitantes.
- Hasta dos concesiones en municipios o distritos cuya población esté comprendida por más de un millón y hasta tres millones de habitantes.
- Hasta tres concesiones en municipios o distritos cuya población supere los tres millones de habitantes.

Los operadores de este servicio pueden eventualmente ingresar a otras zonas siempre y cuando hayan cumplido con los programas de expansión planteados a la CNTV en la licitación pública.

Los lineamientos más importantes del marco normativo bajo el cual se desarrolla este servicio se presentan a continuación:

- Propiedad y acceso al mercado: Los concesionarios del servicio de televisión por suscripción deben cumplir los siguientes requisitos (Artículo 30, Acuerdo 014 de 1997 de la CNTV):
 1. Ser persona jurídica constituida en Colombia.
 2. Tener como objeto social la prestación del servicio público de telecomunicaciones.
 3. Presentar certificado de existencia y representación legal o el documento que haga sus veces.
 4. Demostrar la capacidad financiera que exija la Comisión Nacional de Televisión en el pliego de condiciones.
 5. Cumplir con los requisitos que exija el pliego de condiciones

- Acceso al mercado: La concesión se otorgará por diez (10) años, prorrogables por el mismo término. (Artículo 32, Acuerdo 014 de 1997 de la CNTV).
- Acceso al mercado: Los concesionarios de este servicio no podrán ser titulares, accionistas o productores de más de una concesión del servicio de televisión por suscripción. Estas limitaciones se extienden a los cónyuges y parientes dentro del cuarto grado de consanguinidad, segundo de afinidad y primero civil (Artículo 3, Ley 14 de 1991).
- Acceso al mercado: Para la prestación de servicios de valor agregado o telemáticos, los operadores requieren una concesión específica (Artículo 45, Ley 14 de 1991).
- Requisitos de desempeño: Los operadores deben garantizar sin costo alguno a los suscriptores la recepción de los canales colombianos de televisión abierta de carácter nacional, regional y municipal que se sintonicen en VHF, UHF o vía satelital en el área de cubrimiento únicamente. Este requerimiento está sujeto a la capacidad técnica del operador (Artículo 11, Ley 680 de 2001).
- Requisitos de desempeño: Deben emitir como mínimo una hora diaria de producción propia, en el horario comprendido entre las 18:00 a las 24:00 horas. La CNTV podrá aumentar de manera gradual la producción propia (Artículo 14, Ley 680 de 2001).
- Requisitos de desempeño: Los concesionarios de televisión por suscripción están sujetos a la reglamentación de contenidos de violencia y sexo en los programas de televisión para la protección de la audiencia infantil (Acuerdo 017 de 1997 de la CNTV).
- Tarifa: Pago de compensación, 7,5% de los ingresos brutos (Acuerdo 002 de 2004 de la CNTV).

Desempeño reciente

Según los datos reportados por el *Estudio General de Medios*, en promedio 53,4% de la población colombiana (sin incluir al Estrato 1) recibía el servicio de televisión cerrada (por cable, satélite o *parabólica*¹²⁵) en el año 2002. En el Cuadro IV-9 se presentan los veinte operadores de televisión cerrada con mayor participación en el número de suscripciones en 2001. Para este año, diecisiete de estas veinte empresas eran operadoras del servicio de televisión por suscripción.

Cuadro IV-9

Participación por empresa de televisión cerrada en el número de suscriptores – 2001

	Operador	Participación
1	Cable Unión de Occidente	11,20%
2	Otras parabólicas	7,14%
3	Cable Centro	5,99%
4	Comunitarios	4,06%
5	Teledinámica	3,56%
6	EPM Televisión	3,04%
7	TV Cable	2,94%
8	Costa Visión	1,92%
9	Visión Satelital	1,54%
10	TV Cable Pacífico	1,46%
11	Cable Andino	1,28%
12	Ingelcón	1,03%
13	Vives	0,68%
14	Cable Express	0,67%
15	Cablevisión	0,61%
16	Cable Bello	0,52%
17	SKY TV	0,51%
18	DIRECTV	0,48%
19	Alpevisión	0,34%
20	Parcol TV	0,34%

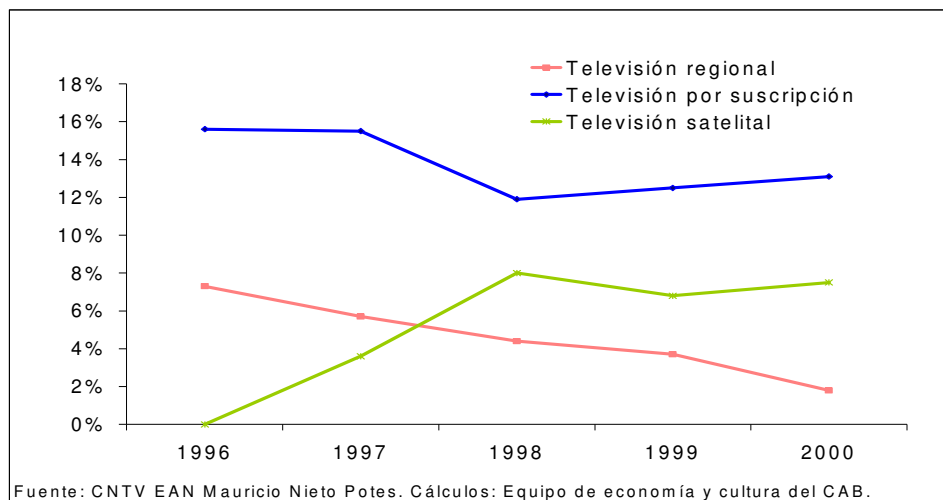
Fuente: EGM. Cálculos: CAB

Durante la segunda mitad de la década de los noventa la televisión por suscripción tuvo el mejor desempeño dentro de la televisión cerrada con ánimo de lucro. El Gráfico IV.B-21 presenta la participación de diferentes modalidades de televisión en los ingresos totales del sector para el periodo 1996-2000. Como puede observarse, la televisión satelital,

luego de un año de existencia, logró superar los ingresos de los canales regionales. Ya que los canales regionales reciben ingresos sólo por pauta publicitaria, y los operadores de televisión por suscripción reciben ingresos por pauta y por suscripciones, estos datos no son del todo comparables. Aún así se puede observar como, aunque los ingresos de la televisión por suscripción cayeron en el periodo 1997-1998, se han mantenido por encima de los ingresos del segmento de televisión satelital. La televisión por suscripción durante este periodo mantuvo una participación promedio de 13,7% en los ingresos del sector televisión, superior a la de la televisión satelital (5,2%).

Gráfico IV.B-21

Participación de las modalidades de televisión en los ingresos totales del sector televisión



De igual manera, la televisión por suscripción ha logrado capturar un nivel significativo de audiencia. La participación en el promedio de horas vistas al día, como índice de la concentración de audiencia, muestra como este servicio ha seguido la tendencia expansiva de los canales privados de televisión nacional abierta (ver Gráfico IV.B-5). A partir del año 2000, la televisión por suscripción ha tenido una mayor participación que los canales nacionales de operación pública y los canales regionales dentro del consumo diario de televisión.

¹²⁵ Antes de la creación del segmento de distribución de señales incidentales, el servicio de televisión por parabólica ilegalmente recibía y distribuía señales incidentales a sus suscriptores.

b) Televisión satelital

Estructura y marco normativo

El segmento de televisión satelital apareció en 1997 cuando la CNTV adjudicó dos licitaciones. Actualmente existen dos operadores de este servicio: SKY Colombia S.A. y DIRECTV GALAXY de Colombia Ltda.

La CNTV define el servicio de televisión satelital como “aquel que permite a los habitantes del territorio nacional la recepción, para uso exclusivo e individual, de señales de televisión transmitidas, emitidas, difundidas y programadas desde el extranjero, a través de segmentos especiales (satélites) de difusión directa, hasta los equipos terminales de recepción individual”.¹²⁶

La televisión satelital se diferencia de la televisión por suscripción en dos aspectos. En primer lugar, por su tecnología de transmisión. Este servicio se presta a través de una señal de televisión que llega al usuario directamente desde un satélite. Por ese motivo este servicio se conoce como televisión *directa al hogar*. La segunda diferencia tiene que ver con su nivel de cubrimiento. Dada su tecnología de transmisión, la televisión satelital tiene cubrimiento del territorio nacional. Además los operadores de este servicio no emiten programación propia, son que únicamente emiten la señal que viene directamente del satélite.

El marco regulatorio del segmento de televisión satelital y el de televisión por suscripción se diferencia en varios aspectos. Los aspectos más relevantes de este marco están contenidos en las siguientes disposiciones de la legislación colombiana:

- Propiedad y acceso al mercado: El concesionario del servicio de televisión satelital debe cumplir los siguientes requisitos (Artículo 7, Acuerdo 032 de 1998 de la CNTV):

¹²⁶ *Ibid.*

1. Tener la calidad de persona jurídica colombiana y anexar certificado de existencia y representación legal del solicitante, expedido de conformidad con las normas vigentes que regulan la materia.
 2. Acreditar convenio o acuerdo con el propietario y/o operador del sistema de televisión directa por satélite.
- La inversión extranjera en las sociedades concesionarias tiene un límite del 40% (Artículo primero, Ley 680 de 2001).
 - La resolución de la CNTV que otorgue la licencia al operador incluirá las obligaciones o derechos del licenciatario (Artículo 7 y 9, Acuerdo 032 de 1998 de la CNTV).
 - Es obligatorio para los operadores mantener dentro de su programación básica el canal de interés público del Estado o Señal Colombia (Artículo 7 y 9, Acuerdo 032 de 1998 de la CNTV).
 - Tarifa: Pago de compensación, 7,5% de los ingresos brutos (Acuerdo 002 de 2004 de la CNTV).

Desempeño reciente

El segmento de televisión satelital, aunque no ha logrado consolidarse como uno de los grandes participantes en la audiencia nacional, sí ha logrado consolidarse comercialmente. Como puede observarse en el Cuadro IV-9, los dos operadores de televisión satelital, SKY TV y DIRECTV, apenas concentraron 0,51% y 0,48% de las suscripciones en la televisión cerrada colombiana en el año 2001. Aún así, con dos años de existencia este servicio logró concentrar 8% de los ingresos totales del sector (ver Gráfico IV.B-21).

c) Televisión comunitaria

Estructura y marco normativo

La televisión cerrada sin ánimo de lucro está compuesta por dos segmentos: la televisión comunitaria y el servicio de distribución de señales incidentales (ver Cuadro IV-8). Según la CNTV el propósito de la televisión comunitaria “consiste en rescatar lo esencial y determinante de una comunidad dentro de una restricción territorial, que pretende a través de una programación de contenido social y comunitario, no solo conocer e identificar los problemas de la comunidad, sino también construir soluciones a los mismos, así como el cubrimiento de eventos deportivos, sociales y culturales, que fortalecen los lazos de identidad entre la comunidad”.¹²⁷

La televisión comunitaria es operada por comunidades organizadas sin ánimo de lucro y con fines educativos, recreativos y culturales. Las organizaciones comunitarias son “asociaciones de derecho integradas por personas naturales residentes en un mismo municipio o distrito o parte de ellos, en las cuales sus miembros estén unidos por lazos de vecindad o colaboración mutuos”.¹²⁸ Para iniciar su operación, las organizaciones comunitarias deben recibir la autorización de la CNTV.

Según lo dispuesto por la CNTV, este servicio puede “cubrir un área geográfica continua determinada por urbanizaciones, condominios, conjuntos residenciales, barrio o asociación de barrios y ámbitos rurales aledaños a los cuales la señal deberá llegar necesariamente por cable, es decir en forma cerrada. En todo caso el área geográfica cubierta por el operador de televisión comunitaria no podrá ser superior a seis mil (6.000) asociados”.¹²⁹ Este servicio se presta a través de un medio físico de distribución (redes de cable).

Los operadores del servicio de televisión comunitaria pueden recibir y distribuir señales incidentales. El artículo 25 de la Ley 182 de 1995 define una señal incidental como “aquella que se transmite vía satélite y que esté destinada a ser recibida por el público en

¹²⁷ *Ibid.*

¹²⁸ *Ibid.*

¹²⁹ *Ibid.*

general de otro país, y cuya radiación puede ser captada en territorio colombiano sin que sea necesario el uso de equipos decodificadores”.

Por otra parte, según lo dispuesto en el artículo séptimo del Acuerdo 006 de 1999 de la CNTV, estos operadores pueden emitir hasta siete señales codificadas correspondientes a los siguientes géneros o formatos:

1. Canal educativo
2. Canal cultura o científico
3. Canal infantil
4. Canal de noticias
5. Canal de deportes
6. Canal de películas
7. Canal musical

Los canales comunitarios deben emitir mínimo catorce horas semanales programación de producción propia. Deben programar además una hora diaria de producción propia entre las 18:00 horas y las 23:00 horas. Estos operadores pueden comercializar hasta seis minutos por cada media hora de programación en su canal de producción propia.

La financiación de los operadores de este segmento se da a través de los siguientes mecanismos:¹³⁰

- Aportes por la instalación: Se paga por una sola vez para cubrir los costos de instalación del sistema.
- Aportes ordinarios: Se pagan con la periodicidad que establezca la comunidad organizada a fin de cubrir exclusivamente los costos de administración, operación, mantenimiento y pago de los derechos de autor respectivos.

¹³⁰ *Ibid.*

- Aportes extraordinarios: Se cancelan ocasionalmente para cubrir gastos de reposición, ampliación o mejoramiento del servicio.
- Ingresos por la comercialización de los espacios en su canal de producción propia.

Las comunidades organizadas que operen este servicio deben reportar a la CNTV los aportes e ingresos que han recibido.

En la actualidad existen ochenta operadores del servicio de televisión comunitaria. Como puede observarse en el Cuadro IV-9, para el año 2001 los operadores de televisión comunitaria concentraron 4,06% de las suscripciones de la televisión cerrada en Colombia.

A continuación se presenta la legislación que dicta las normas del desarrollo de este segmento:

- Acceso al mercado: Licencia otorgada por la CNTV previo cumplimiento de los requisitos establecidos en el artículo 8 del Acuerdo 006 de 1999 de la CNTV. (Ley 182 de 1995 Art.47).
- Los prestatarios deben ser comunidades organizadas (Ley 182 de 1995 Art.37).
- Pueden recibir y distribuir señales incidentales (Ley 182 de 1995 Art.25).
- Los canales comunitarios pueden recibir y distribuir hasta siete señales codificadas distribuidas por géneros o formatos de canales de la siguiente manera: canal educativo, canal cultura o científico, canal infantil, canal de noticias, canal de deportes, canal de películas y canal musical (Artículo 7, Acuerdo 006 de 1999 de la CNTV).
- Los canales comunitarios deben emitir mínimo catorce horas semanales de producción propia, de las cuales se deberá programar una hora diaria entre las 18:00 horas y las 23:00 horas. En todo caso la producción propia no tendrá limitación en cuanto al número máximo de horas y se sujetará a las franjas establecidas para el efecto (Art.14, Acuerdo 006 de 1999 de la CNTV).

- Los canales comunitarios pueden comercializar por su canal de producción propia, hasta 6 minutos por cada media hora de emisión (Art.16, Acuerdo 006 de 1999 de la CNTV).
- En ningún caso se podrán realizar actividades encaminadas a hacer proselitismo político, así como presentar las actuaciones de entidades públicas o comunitarias como obra personal de sus gestores (Ley 182 de 1995 Art.51).
- Tarifa: 10% por ciento del total de los ingresos brutos mensuales (Art.24, Acuerdo 006 de 1999 de la CNTV).

d) Distribución de señales incidentales

Estructura y marco normativo

Al igual que la televisión comunitaria, el servicio de distribución de señales incidentales lo proveen organizaciones comunitarias. El servicio de distribución de señales incidentales se diferencia de la televisión comunitaria en que sus operadores sólo están autorizados para recibir y distribuir dichas señales. Las comunidades organizadas que operan en el segmento de distribución de señales incidentales no pueden prestar otros servicios como la producción propia (por lo tanto, no pueden emitir pauta publicitaria). Además, mientras que los operadores del servicio de televisión comunitaria deben pagarle a la CNTV 10% por ciento del total de los ingresos brutos mensuales, las comunidades autorizadas a distribuir señales incidentales no deben realizar ningún pago a esta entidad.

Según la última actualización del directorio de operadores autorizados reportado por la CNTV, existen 665 comunidades organizadas que reciben y distribuyen señales incidentales.

La regulación que deben cumplir las comunidades organizadas que operen como distribuidores de señales incidentales se puede resumir en dos puntos:

- Acceso al mercado: Quienes distribuyan señales incidentales deben inscribirse ante la CNTV, y obtener la autorización para continuar con dicha distribución (Artículo 25, Ley 182 de 1995).
- Requisitos de desempeño: Las distribuidoras de señales incidentales no pueden emitir producción propia ni señales codificadas. Sólo les es permitido emitir las señales incidentales que reciban sin modificarlas y su servicio debe ser gratuito (Acuerdo 006 de 1996 de la CNTV).

IV.C. Retos futuros para la regulación

Dado que la negociación del Tratado de Libre Comercio (TLC) con Estados Unidos se enmarca en un esquema de *lista negativa*, el gobierno colombiano debe tener en cuenta la importancia de comprender en detalle el universo de negociación y su desarrollo su futuro. Bajo este esquema de negociación sólo se especifican los sectores a los que no se aplican los compromisos del acuerdo comercial. Por eso resulta necesaria la evaluación del marco normativo del sector televisión con el propósito de identificar y reservar las normas que se consideren como barreras al comercio de este servicio.

Por otra parte, debido a la rápida evolución de las telecomunicaciones y la tendencia hacia la convergencia tecnológica que fomenta la operación de redes multiservicios, es prioritaria la evaluación de las necesidades de reformas futuras en el ámbito regulatorio del sector televisión. Identificar y listar las *futuras medidas disconformes* establece un margen de maniobra para adoptar en el futuro estas medidas. De esta forma, el análisis de las tendencias futuras del sector, en particular de la aparición de nuevos medios tecnológicos que permiten la transmisión y recepción de imágenes televisivas, hace necesario reservar el derecho de ejecutar las reformas regulatorias adecuadas.

En el ámbito mundial, los servicios de telecomunicaciones han venido integrando cada vez más cambios tecnológicos. Cada vez es más común, por un lado, la utilización de redes multiservicios mediante las cuales los usuarios acceden a los componentes de imágenes, video, datos y voz. Por otro lado, los avances de la tecnología digital han

abierto las puertas a nuevas plataformas para la provisión del servicio de televisión. La introducción de la televisión digital tendría una gran cantidad de beneficios, entre los que sobresalen los siguientes: la transmisión más efectiva (mayor calidad de imagen y de sonido), la recepción portátil del servicio, el empleo de redes de frecuencia única (menor número de frecuencias utilizadas). Además, esta tecnología requiere menor potencia de transmisión y permite una mayor oferta de canales y de servicios multimedia.

La CNTV presenta su posición frente al tema de la digitalización de la televisión en el *Plan de Desarrollo de la Televisión 2004-2007*. En este documento la CNTV expresó lo siguiente:

“Con el propósito de obtener una propuesta apropiada a las condiciones nacionales, se conformarán grupos de concertación interinstitucional que estudien, analicen y planteen el estándar de transmisión por el cual optará el país, las políticas de producción de programas en formatos digitales y los alcances de la televisión digital, dando especial énfasis a las producciones de contenido educativo y cultural, así como al impacto del costo del cambio tecnológico sobre los diferentes estratos socioeconómicos, partiendo de la utilización actual; estos grupos especializados tendrán a su cargo los análisis tomando en consideración los aspectos tecnológico, regulatorio y comercial del problema.

A partir de la evaluación y actualización de los Planes de Actualización de Frecuencias, se analizará la norma técnica a aplicar en Colombia acerca de la transmisión digital, y se evaluarán los efectos económicos y técnicos del plan de televisión digital para los operadores y para los televidentes.”¹³¹

Es de gran importancia que la CNTV tenga en su agenda la necesidad de estudiar el impacto regulatorio y comercial de la revolución digital en el sector. Sin embargo, es necesario que dentro de la negociación del TLC con Estados Unidos, le otorgue importancia a la necesidad futura de adecuar el marco regulatorio frente al cambio en la estructura del sector debido a la entrada de la tecnología digital. La CNTV debe mantener

¹³¹ Comisión Nacional de Televisión (2004), *Plan de desarrollo de la Televisión 2004-2007*.

su capacidad de controlar el contenido de la televisión y promover su acceso universal. Por esto es necesario que el Gobierno nacional reserve hacia el futuro en esta negociación comercial la posibilidad de reestructurar el sector y su marco regulatorio.

La experiencia de Australia en la negociación del TLC con Estados Unidos en el ámbito de los servicios audiovisuales, es un buen ejemplo de cómo se puede lograr la reserva de las medidas futuras necesarias para enfrentar la provisión de nuevos servicios digitales en la televisión (ver sección III.G). A nivel mundial las industrias audiovisuales han reconocido la gran oportunidad comercial de las nuevas modalidades de provisión de contenidos audiovisuales introducidos por la tecnología digital. Kim Dalton¹³², director ejecutivo de la *Australian Film Commission* (AFC), explica cómo en la negociación del TLC, las industrias audiovisuales australianas y estadounidenses dirigieron su interés hacia la generación de nuevas plataformas de provisión de contenidos audiovisuales.

Según Dalton, la AFC ha identificado 18 nuevas plataformas para servicios audiovisuales con tecnología digital, entre éstos: televisión interactiva, video por demanda, *datacasting*, distribución y exhibición digital de cine, telefonía móvil e internet de banda ancha. Sólo 7 de estos 18 nuevos medios son regulados en el mercado australiano. Para el resto de nuevas plataformas digitales no existe aún una regulación activa en los sectores de servicios audiovisuales. Este hecho hace evidente la urgencia de desarrollar parámetros de regulación efectiva para estos nuevos medios de provisión digital.

La flexibilidad regulatoria del sector de la televisión debe ser un punto clave en la negociación del TLC con Estados Unidos. Sólo si se listan en las *futuras medidas disconformes* la necesidad de reformar el marco regulatorio del sector de la televisión frente a la entrada de nuevas tecnologías, es posible que la CNTV logre mantener en el futuro su capacidad de proteger los principios y fines del servicio público de televisión.

¹³² Dalton, K. (2004). *US Free Trade Agreement, The New Opportunities and Impacts*. The Australian APEC Study Centre Conference, marzo.

V. RECOMENDACIONES PARA LA NEGOCIACIÓN

En este trabajo se ha mostrado que las llamadas industrias culturales, entre ellas la televisión, han tenido un tratamiento especial en las negociaciones comerciales internacionales. Ese tratamiento especial ha adoptado diversas formas en los distintos acuerdos analizados, algunas de las cuales son relevantes para Colombia en el contexto de la negociación de un TLC con Estados Unidos.

La revisión de la experiencia internacional muestra que las posibilidades para encarar una negociación como esta van desde la invocación de una excepción cultural hasta la apertura total del sector. Ninguno de estos extremos parece razonable para Colombia. La búsqueda de una excepción cultural para la televisión en el TLC con Estados Unidos no es realista ni conveniente para el país. Desde hace más de diez años Estados Unidos no acepta una excepción de este estilo en sus acuerdos comerciales, de manera que buscar esa opción por parte de Colombia podría llevar al proceso a una situación de *impasse*. De otro lado, la experiencia reciente demuestra que la televisión colombiana tiene ventajas para consolidarse en el mercado internacional y propender por una excepción cultural para el sector se opondría a esa realidad.

La opción de liberalizar plenamente el sector en el marco de un TLC tampoco es razonable. La televisión es una de las industrias culturales que mayores economías de escala presenta, y las diferencias de tamaño del mercado colombiano y el estadounidense implicarían un enorme desequilibrio competitivo para el país. De otro lado, a partir de los cambios introducidos por la Constitución de 1991 la televisión colombiana ha estado en un proceso de transición económico y normativo, proceso que habrá de profundizarse frente a los cambios tecnológicos que se avizoran, como la convergencia tecnológica y la entrada de la televisión digital al país. La liberalización total del sector le quitaría a las autoridades y a los agentes privados herramientas para maximizar los beneficios de esa transición y minimizar sus costos. Así mismo, las autoridades deben preservar los espacios para la aplicación futura de políticas para el sector, teniendo en cuenta que la

televisión es el medio de comunicación masiva por excelencia y que tiene un efecto inconmensurable sobre la construcción de cualquier proyecto de país.

Colombia debe buscar una opción intermedia en la negociación de la televisión en el TLC con Estados Unidos, que le permita al sector explotar sus potenciales y minimizar sus vulnerabilidades. Para lograr ese objetivo, los negociadores deben tener en cuenta dos estrategias. La primera consiste en la preservación de las reglas del juego actuales frente a las obligaciones que en contrario se puedan desprender del TLC. Esta idea parte del reconocimiento de que la normatividad actual, si bien imperfecta, es un reflejo de las necesidades de ajuste que en cada momento ha tenido el sector en su transición. Por supuesto que la normatividad actual es perfectible, pero ese proceso de depuración debe venir de la iniciativa de las autoridades competentes y no de las obligaciones de una negociación. La segunda estrategia consiste en generar en el marco del TLC un espacio necesario para que las autoridades puedan hacer en el futuro los ajustes normativos que en su momento se consideren necesarios para el sector. La creación de este espacio cobra mayor relevancia a la luz de los vertiginosos cambios tecnológicos que se avecinan y que ya han sido mencionados.

En suma, la importancia estratégica de la televisión y el hecho de que se encuentre en proceso de transición imponen la necesidad de que los negociadores traten de evitar que los compromisos del TLC vulneren la normatividad actual y procuren además generar el espacio para que en el futuro las autoridades puedan ajustar sin limitaciones esa normatividad.

En el marco de estas reflexiones, este capítulo recoge los principales aspectos de los distintos temas discutidos en este trabajo, con el objeto de proporcionar los elementos de juicio necesarios para la construcción de una posición negociadora del sector de la televisión en el TLC. El capítulo consta de dos partes. En la primera se sintetizan los principales desafíos de la televisión colombiana en los distintos temas que se negocian en el marco del TLC. En la segunda parte se explican las reservas que deberían proponer los funcionarios colombianos en la negociación de los capítulos de *Inversión y Comercio transfronterizo de servicios*.

V.A. Desafíos de la televisión en la negociación

En la sección II.D.2 de este documento se delimitaron los capítulos de los Tratados de Libre Comercio que impulsa Estados Unidos, que resultan relevantes para el sector de la televisión como industria cultural. Estos capítulos son los siguientes: i) Acceso a mercados (bienes industriales y agrícolas); ii) Comercio transfronterizo de servicios; iii) Inversión; iv) Propiedad intelectual; v) Contratación pública; vi) Telecomunicaciones; vii) Política de competencia; y viii) Comercio electrónico. Adicionalmente, en el desarrollo de las negociaciones de Comercio transfronterizo de servicios ha cobrado importancia el tema de los contratos de agencias comerciales o *Dealer's Act*. A continuación se plantean los principales desafíos de cada uno de estos temas para la televisión colombiana.

V.A.I. Acceso a mercados

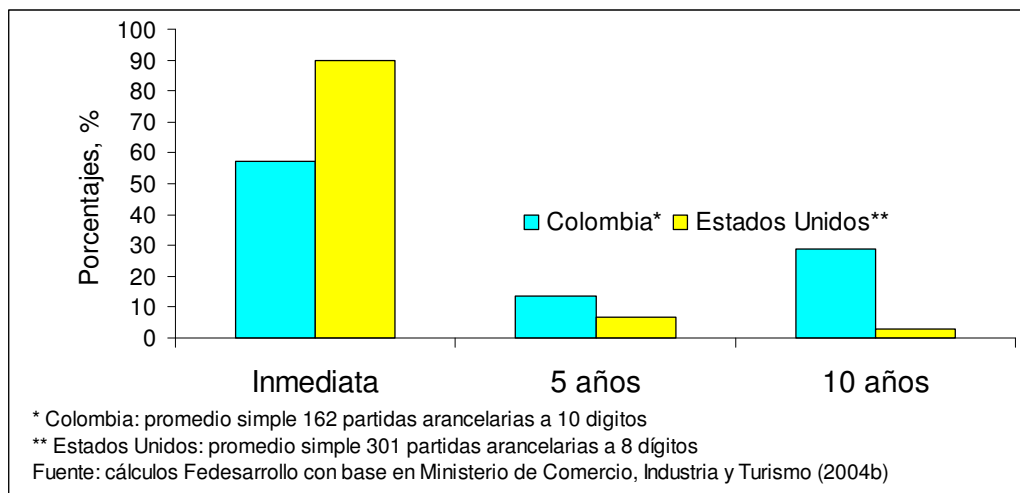
Con base en el principio de *Trato Nacional*, el capítulo sobre *Acceso a mercados* se orienta a eliminar las barreras arancelarias y para-arancelarias al comercio de bienes industriales y agrícolas. Por lo tanto, la mesa de negociación sobre *Acceso a mercados* contempla la eliminación de los aranceles para la circulación de bienes relacionados con la televisión entre las Partes, para lo cual se establece un cronograma de desgravación con varios plazos o *canastas*.

Los bienes relevantes para el sector de la televisión se clasifican bajo el sector 3832 denominado *Equipos y aparatos de radio, TV y telecomunicaciones* de la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU revisión 2), que comprende las partidas arancelarias correspondientes al sector de los capítulos 85 y 90 del arancel de aduanas. Actualmente el promedio arancelario que aplica Colombia a bienes de este sector se ubica en 10%, mientras que Estados Unidos no impone tarifas a las importaciones de estos bienes que sean originarias de Colombia. Esto último obedece a los distintos esquemas preferenciales unilaterales que otorga EE.UU. a nuestro país, tales como el Sistema General de Preferencias (SGP) y el *Andean Trade Preference Act* (ATPA) y su extensión, el *Andean Trade Promotion and Drug Eradication Act* (ATPDEA).

El Gráfico V.A-1 ilustra la distribución porcentual de la oferta inicial de Colombia y Estados Unidos, intercambiada en julio de 2004, respecto a las partidas arancelarias del arancel de aduanas que componen el sector CIU 3832 *Equipos y aparatos de radio, TV y telecomunicaciones*. En la canasta A, de desgravación arancelaria inmediata a 0% una vez entre en vigor el TLC entre estos países, EE.UU. situó 90% de esas partidas arancelarias y Colombia 57,4% de las mismas. En la canasta B de desgravación a 5 años Colombia ofreció situar 13,4% de las partidas arancelarias de *Equipos y aparatos de radio, TV y telecomunicaciones* y EE.UU. casi 7% de las mismas. Por último, Colombia ofreció desgravar a 10 años (canasta C) 29% de ese universo de partidas, mientras que EE.UU. situó en ese plazo casi 3% de las mismas. Por lo tanto, la oferta de desgravación estadounidense respecto a este sector vislumbra una liberalización más rápida en comparación con la oferta colombiana.

Gráfico V.A-1

Oferta inicial desgravación sector *Equipos y aparatos de radio, TV y telecomunicaciones* según canasta Colombia y Estados Unidos, sector CIU 3832
Distribución porcentual de 162 partidas arancelarias a 10 dígitos



Si bien esta oferta inicial puede variar durante el desarrollo de las negociaciones, en principio la posición estadounidense favorecería a los exportadores de estos bienes a ese mercado. Así mismo, la posición colombiana más conservadora parece proporcionar un tiempo prudente a los productores nacionales de estos bienes para acoplarse a la nueva

situación comercial de mayor competencia en el mercado interno. Sin embargo, para los bienes de capital no producidos en Colombia, esta oferta de desgravación de Colombia no parece ser la más adecuada para promover la competitividad de la cadena como un todo. Se sugiere consultar con el sector privado sus necesidades de importación de materiales y equipo, con el fin de buscar una desgravación rápida de esos productos en la negociación.

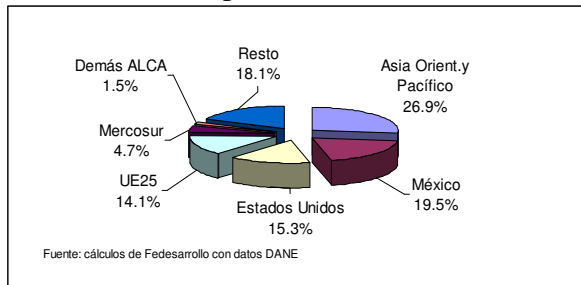
El Gráfico V.A-2a) muestra que de un total de U\$1.057 millones en *Equipos y aparatos de radio, TV y telecomunicaciones* importados por Colombia en 2003, Estados Unidos representó 15,3% de esta suma. Estas compras externas enfrentan hoy un arancel de 10% en promedio en Colombia. Por ende, la desgravación arancelaria frente a Estados Unidos haría más competitivos esos productos en nuestro mercado, con lo cual se podría presentar un desplazamiento de otros proveedores en favor de los estadounidenses. Además, EE.UU. podría convertirse, por ejemplo, en el principal proveedor de Colombia en bienes relacionados con el futuro desarrollo de la televisión digital en nuestro territorio.

El Gráfico V.A-2b) ilustra que la importancia de Estados Unidos es mayor, en términos relativos, para nuestro país como mercado de exportación de *Equipos y aparatos de radio, TV y telecomunicaciones*, pues 41,9% de US\$50,1 millones exportados por nuestro país de esos bienes en 2003 tuvo como destino ese mercado. Por lo tanto, el hecho que 90% de las partidas de *Equipos y aparatos de radio, TV y telecomunicaciones* estén en la canasta A de la oferta estadounidense es significativo para los exportadores colombianos de estos bienes.

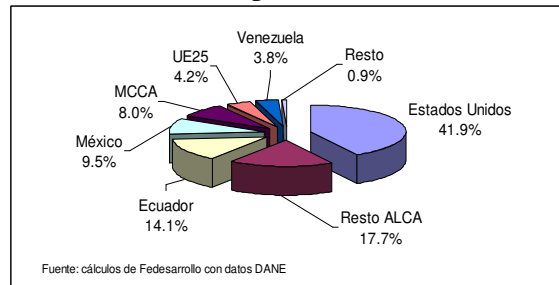
Gráfico V.A-2

Colombia: importaciones y exportaciones del sector “equipos y aparatos de radio, TV y telecomunicaciones” en 2003 (CIU 3832)

a) Importaciones



b) Exportaciones



V.A.2. Comercio transfronterizo de servicios

En la sección III.B.1 se mostró que Colombia no asume en el acuerdo GATS compromisos de otorgar *Acceso a mercados y Trato Nacional* a los países miembros de la OMC en cuanto a servicios de radiodifusión y televisión. En otras palabras, Colombia no abre al comercio estos servicios bajo ninguno de los cuatro modos de suministro en el comercio internacional. En contraste, Estados Unidos asume amplios compromisos de apertura en esos servicios, excepto bajo el Modo 4 de *movimiento temporal de personas*, para el cual no abre su mercado en GATS.

De manera consistente con sus compromisos en GATS, en el capítulo de *Comercio transfronterizo de servicios*, o *Servicios*, Estados Unidos tiene interés en que Colombia abra al comercio los servicios de televisión. Como ya se mencionó en la sección II.D, el capítulo de *Servicios* se concentra en la negociación de la remoción de barreras a su comercio por modo de suministro, con excepción del Modo 3 de *presencia comercial*, que se trata en el capítulo de *Inversión*. Así, la mesa de negociación sobre *Servicios* contempla la eliminación de las barreras al Modo 1 de *comercio transfronterizo*, Modo 2 de *consumo en el extranjero* y Modo 4 de *presencia física de personas o movimiento temporal de personas*.

Sin embargo, Estados Unidos no favorece una amplia liberalización del Modo 4 de *movimiento temporal de personas*, pues el desplazamiento temporal de este factor de producción se asocia con temas migratorios. Por lo tanto, los TLCs que ha negociado Estados Unidos abarcan compromisos que se limitan a una sola subcategoría de trabajadores, en particular a los altos ejecutivos y directivos de empresas de la otra Parte. En virtud de esta situación, la negociación en *Servicios* es asimétrica, por lo cual Colombia debería insistir en la necesidad de mejorar las condiciones de acceso para el Modo 4, que se considera como una ventaja comparativa de nuestro país.

En el caso en que Estados Unidos buscara que Colombia asumiera compromisos de apertura en los modos transfronterizos para los servicios de televisión, los negociadores colombianos podrían rechazar una solicitud con base en argumentos como los siguientes.

En primer término, los servicios de televisión provistos de forma transfronteriza, sin *presencia comercial*, conllevan la no obligación del prestador extranjero del servicio de cumplir con las regulaciones domésticas. Por lo tanto, una decisión como esta introduciría una competencia desigual frente a los prestadores domésticos. En segunda instancia, una mayor apertura del mercado de televisión al comercio transfronterizo podría tener un impacto adverso sobre el empleo y los recursos fiscales de un país. En efecto, la prestación de servicios de televisión de una forma netamente transfronteriza implicarían cargas tributarias diferenciadas para las compañías extranjeras que prestaran sus servicios bajo esa modalidad.

En la sección II.B.2.b) se mostró cómo las negociaciones en *Servicios* abarcan el ejercicio de listar como *reservas* aquellos aspectos de las leyes o regulaciones nacionales que son contrarias a las *obligaciones generales* del TLC una vez éste entre en vigor (Anexo I de *medidas disconformes*). Así mismo, en esa sección se mencionó que la negociación en *Servicios* contempla la elaboración de un Anexo II de *futuras medidas disconformes*, cuyo propósito bajo el enfoque de *lista negativa* es mantener un margen de maniobra para futuras medidas de política respecto al sector de interés. Una revisión de posibles reservas en *Servicios* se encuentra más adelante, en la sección V.B de este capítulo.

V.A.3. Inversión

En la actualidad, los sectores de *radiodifusión, televisión abierta, financiero y asegurador, e hidrocarburos y minería* cuentan con un régimen especial de inversión extranjera en Colombia.¹³³ En los casos de radiodifusión y televisión abierta, ese régimen contempla límites a la IED de 25% y 40%, respectivamente. Si la CNTV decide mantener estos límites a futuro, en razón del carácter cultural de la televisión, el gobierno debería listar este tipo de disposiciones como *reservas* o *medidas disconformes* al capítulo de *Inversión*. De esta manera, los límites en cuestión no podrían ser demandados por Estados Unidos como contrarios al TLC una vez entre en vigor el mismo. En la sección V.B se encuentran como posibles reservas a considerar en la negociación las normas sobre estos techos.

¹³³ Véase Coinvertir (2004). “Colombia: Marco legal 2004”, marzo.

V.A.4. Propiedad intelectual: Derechos de autor y derechos conexos

En esta sección se desarrollan tres temas principales de interés para el sector de la televisión en el desarrollo de las negociaciones comerciales en *derechos de autor y derechos conexos* entre Colombia y Estados Unidos: i) las diferencias en tradición jurídica entre Estados Unidos y Colombia, que abren la puerta a discusiones en torno a temas como el reconocimiento o no de los derechos morales y la escisión entre derechos de autor y derechos conexos; ii) la posibilidad de adherir a convenios para brindar mayor protección a señales satelitales portadoras de programas; y iii) la necesidad de avanzar en acuerdos de cooperación bilateral para luchar contra la piratería en el sector de televisión.

Existen dos tradiciones jurídicas sobre el tema de *Propiedad intelectual*: la anglosajona o de *copyright*, que es defendida por Estados Unidos, y la latina, presente en la legislación colombiana. El debate en el TLC sobre la escisión de los derechos conexos refleja las divergencias entre los dos sistemas jurídicos y la defensa que cada una de las partes hace de su propia tradición.

La profesora Adriana Moscoso del Prado Hernández lo resume de la siguiente forma: “Se puede decir que el sistema del *copyright* presta especial atención al “producto final” más que a la creación en sí. De ahí que el titular original de los derechos pueda ser una persona (física o jurídica) distinta del autor. Además, se entiende que los derechos personales y “subjetivos” del autor –como los derechos morales– son protegidos por el *Common Law* y que la legislación “especial”, es decir, las leyes del *copyright*, debe centrarse en los aspectos materiales como el tráfico de las obras en el comercio. En otras palabras, el *copyright* se preocupa por proteger a quien asume el riesgo económico más que a quien asume el riesgo de crear. Este es el motivo de que se protejan únicamente las obras publicadas y no todas las obras por el mero hecho de su creación original. Además, esta orientación comercial del *copyright* permite que pueda ser objeto de su protección otro tipo de bienes que no constituyen “obras del espíritu” como los fonogramas, mientras que en el sistema continental se ha tenido que construir toda una doctrina

jurídica -la de los derechos conexos- para conseguir dotar de protección a este tipo de productos vinculados con los derechos de autor.”¹³⁴

De lo anterior se desprende que los *derechos conexos* están comprendidos por tres categorías: (i) artistas, intérpretes y ejecutantes; (ii) productores de fonogramas o grabaciones sonoras, y (iii) organismos de radiodifusión. Éstos derechos han sido reglamentados en diferentes tratados internacionales, como es el caso de la Convención de Roma de 1961, en el acuerdo de la OMC-TRIPS, y en el tratado de la OMPI sobre Interpretación o Ejecución y Fonogramas de 1996 (WPPT).

Cabe recordar que el TRIPS es el primer tratado internacional que se ocupa del conjunto de la propiedad intelectual, es decir que comprende tanto la hasta entonces llamada *Propiedad industrial* como el *Derecho de autor y los derechos conexos*. También es el primero en utilizar el término *Derechos conexos*.¹³⁵ Son comunes para los estados miembros, mantener las reglas de sus obligaciones: para los artistas, intérpretes o ejecutantes¹³⁶, para los productores de fonogramas,¹³⁷ y para los organismos de radiodifusión, tanto de radio como de televisión.¹³⁸

¹³⁴ “Una mirada comparativa a la práctica de la transferencia de los derechos de autor mediante el contrato de obra por encargo y la relación laboral en Europa y Estados Unidos”. Adriana Moscoso del Prado Hernández. Asesora Jurídica. Sociedad General de Autores y Editores (SGAE). España.

¹³⁵ Carlos A. Fernández B. (1996) “Marco jurídico internacional del derecho de autor y los derechos conexos de Berna (1886) a los Tratados de la OMPI”. El autor es Presidente del Instituto Uruguayo de Derecho de Autor - IUDA; Secretario General de la Organización Iberoamericana de Derecho de Autor Latinautor; ex Subdirector General de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, OMPI.

¹³⁶ Estos tienen el derecho de impedir la fijación de sus interpretaciones o ejecuciones no fijadas en fonogramas, la emisión inalámbrica y la comunicación al público de tales interpretaciones o ejecuciones, así como la reproducción de una fijación de las interpretaciones o ejecuciones. Este derecho se considera como un derecho a impedir y no un derecho exclusivo a autorizar o impedir los actos relacionados y no se extiende a las fijaciones audiovisuales.

¹³⁷ Estos gozarán del derecho a autorizar o prohibir la reproducción directa o indirecta de sus fonogramas. La reproducción directa significa la copia directa de una matriz; la copia indirecta es, por ejemplo, cuando los sonidos de un disco se emiten y son grabados por el receptor. El derecho es un derecho exclusivo de tipo propiedad del mismo tipo que el previsto en la Convención de Roma.

¹³⁸ Estos tendrán el derecho a prohibir (nuevamente, simplemente un derecho a prohibir y no un derecho exclusivo) las fijación de sus emisiones, la reproducción de tales fijaciones, la retransmisión inalámbrica de tales emisiones y la comunicación al público (por medios inalámbricos o por hilo) de emisiones de televisión (y no de emisiones de radio).

Como ya se mencionó, los *derechos de autor* comprenden los *derechos morales* y los *derechos patrimoniales* (véase sección II.B.1). Estados Unidos es adverso a reconocer en TLCs y otras convenciones internacionales en la materia los *derechos morales*, que contemplan el vínculo “afectivo” entre el autor y su obra. En cambio, EE.UU. exige altos niveles de protección para los *derechos patrimoniales*, que están ligados a los derechos económicos sobre la reproducción de una obra.

La legislación andina en materia de propiedad intelectual (Decisión 351 de 1993) está a la altura de los estándares exigidos en el acuerdo TRIPS de la OMC, que no cubre lo estipulado en la Convención de Berna en materia de *derechos morales*. Por este motivo en principio no se considera que por este tema Colombia tenga que introducir cambios en su legislación frente a la negociación del capítulo de *Propiedad intelectual* con Estados Unidos.

En el desarrollo de las negociaciones del TLC, Estados Unidos ha solicitado que Colombia no escinda los *derechos conexos* de los *derechos de autor* (ver sección II.D.2.d) para definiciones de estos términos). Haciendo la salvedad de que la entidad más autorizada para determinar la política de *derechos de autor* es la Dirección Nacional de Derechos de Autor, quien ha venido conociendo de las preocupaciones generales de los sectores en los cuales, como en la televisión, la protección jurídica a los autores de creaciones es muy importante, hacemos algunas apreciaciones generales al respecto.

Sin duda, uno de los intereses ofensivos del sector de la televisión colombiana en el marco de un TLC es poder conquistar el mercado internacional con la exportación de contenidos. Por lo tanto, la protección de los *derechos de autor* y *conexos* son uno de los puntos esenciales a defender en una negociación comercial con Estados Unidos.

De acuerdo con la información obtenida en el avance de la negociación del TLC hasta el momento, la posición de la Dirección Nacional de Derechos de Autor de Colombia ha sido la de no ceder ante las pretensiones iniciales de no escisión de los *derechos de autor* y *conexos* por parte de EE.UU. Esta entidad considera conveniente que se mantenga la regulación actual, en defensa no solo de los derechos de autor, sino de la tradición

jurídica adquirida en esta materia por Colombia, lo cual ha sido aceptado por Estados Unidos.

Por lo tanto, en el curso de las negociaciones es improbable que se presente la “no escisión” de los *derechos de autor y sus derechos conexos*. En gracia de discusión, en el no muy probable caso de darse, las consecuencias para la televisión colombiana, y en especial para los titulares de derechos de autor y conexos, no serían desfavorables siempre que se respeten los principios generales adoptados en los diferentes tratados mencionados.

Ahora bien, en cuanto a televisión, las negociaciones con Estados Unidos han contemplado en TLCs recientes que las Partes adhieran a la Convención de Bruselas (1974) sobre señales satelitales portadoras de programas, que incorpora compromisos orientados a sancionar la piratería. Según los negociadores colombianos, si bien la tecnología cubierta por esa convención es un poco obsoleta (punto a punto), una eventual suscripción de ese acuerdo por parte de Colombia podría servir como puente para un futuro avance en las discusiones sobre radiodifusión en el contexto de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI o WIPO, por su sigla en inglés). Al igual que en el caso de los derechos morales, EE.UU. es adverso a adoptar compromisos en entidades de radiodifusión en acuerdos y convenciones internacionales, como lo demuestra que ese país no sea miembro de la Convención de Roma (1961) sobre protección a los intérpretes o ejecutantes, productores de fonogramas y los organismos de radiodifusión (ver sección II.B.1).

Para avanzar en la lucha contra la piratería, los negociadores colombianos han manifestado interés en asumir compromisos en temas relacionados con señales satelitales en tres aspectos. El primero de ellos se refiere a la introducción en el capítulo sobre propiedad intelectual de una obligación de sancionar la decodificación sin autorización de un distribuidor legítimo. El segundo aspecto es la inclusión de otro artículo que obligue la sanción de la distribución ilegal de señales, con la posibilidad de exigir reparaciones por la vía civil. Por último, el gobierno colombiano ha trabajado en la aprobación de una *Carta de Entendimiento* (o *Side Letter*) para luchar contra la piratería de señales televisivas. Esta carta busca comprometer a los empresarios y autoridades

estadounidenses correspondientes a vender señales a operadores legalmente habilitados en Colombia, con el objeto de impedirles a los operadores ilegales la transmisión de dichos canales internacionales. Estas iniciativas deben ser apoyadas.

V.A.5. Contratación pública

La negociación del capítulo de *Contratación pública* discute las condiciones para brindar acceso a los proveedores de bienes y servicios extranjeros a los procesos de adquisición de las entidades públicas de las Partes de un TLC. Para tal efecto, la mesa sobre contratación pública trabaja en la elaboración de una *lista positiva* de entidades (a nivel central de gobierno), una *lista negativa* de bienes y servicios (incluyendo construcción) a las cuales se aplicarían las obligaciones generales de este capítulo. Adicionalmente, esa mesa de negociación determina unos *umbrales*, o valores mínimos, para determinar cuáles compras o licitaciones podrían estar al alcance de la otra Parte en un TLC.

Hasta el momento de la redacción de este informe, la CNTV no ha formado parte de la lista positiva de entidades y, por ende, tampoco, de la lista negativa de bienes y servicios, para el primer intercambio de ofertas, el cual se realizó en la tercera ronda de negociaciones que tuvo lugar en Lima, Perú.

La conveniencia de incluir la CNTV o alguna de las empresas públicas del sector en este capítulo depende de ser evaluada la luz de los cambios institucionales que ha sufrido recientemente el sector. Teniendo en cuenta que la consolidación de la nueva institucionalidad tomará cierto tiempo, lo más conveniente sería no incluir las compras públicas del sector en la negociación.

V.A.6. Telecomunicaciones

Como ya se mencionó en la sección II.D.2, el capítulo de *Telecomunicaciones* no cubre medidas relativas a la radiodifusión o distribución por cable de programación de radio o televisión en los acuerdos impulsados por Estados Unidos.

Sin embargo, los operadores de televisión por cable quedarían cubiertos por este capítulo en la medida en que dichas empresas involucren dentro de sus servicios la prestación, por ejemplo, del servicio de internet, o de valor agregado en términos generales. Con ocasión

de un TLC con Estados Unidos, la convergencia en el uso de redes para la prestación de diferentes servicios llevaría a una duplicidad de competencias entre dos entidades del Estado: la Comisión Nacional de Televisión y la Comisión de Regulación de Telecomunicaciones. Por lo tanto, se sugiere una adecuada aclaración de las competencias de las autoridades reguladoras

Ahora bien, los operadores de televisión por cable, gracias a la infraestructura montada para prestar su servicio principal, han podido brindar otra clase de servicios como el de acceso a la red internet, que es un *servicio de telecomunicaciones de valor agregado* conforme con las disposiciones del Decreto Ley 1900 de 1990. Reciben el nombre también de *servidores de acceso a internet* (ISPs por sus sigla en inglés).

De esta forma, las decisiones que sobre obligaciones de los operadores de telecomunicaciones se les exijan en cuanto a sus redes, cobijarán a todos los operadores, incluyendo los ISPs. Por lo tanto, en el supuesto de que existan compromisos específicos para la administración de las redes de los operadores de telecomunicaciones, los operadores de televisión por cable que usen su misma infraestructura para prestar servicios de telecomunicaciones tendrán que estar sujetos a las disposiciones que sobre el tema se adopten para los operadores de telecomunicaciones.

En esta medida, las obligaciones adquiridas por el Gobierno Nacional para las redes de telecomunicaciones pueden afectar a los operadores de televisión por cable, siempre que sean operadores ISPs o presten cualquier clase de servicios de telecomunicaciones.

V.A.7. Política de competencia

Como ya se mencionó, Estados Unidos ha incluido un capítulo de *Política de competencia* en tres TLCs recientes: TLC Australia-EE.UU. (2004), TLC Chile-EE.UU. (2003) y TLC EE.UU.-Singapur (2002). Un capítulo sobre este tema involucra disposiciones sobre disciplinas para contrarrestar prácticas anti-competitivas, que afecten el comercio de bienes y servicios entre las Partes por parte de empresas que tengan poder de mercado.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo apoyado por las diferentes entidades afectadas como la Comisión Nacional de Televisión (CNTV), ha insistido en la importancia que reviste este capítulo como parte integral del TLC. La CNTV ha manifestado que su interés residiría en mantener la autonomía de la legislación nacional para establecer mecanismos que contrarresten y eviten las prácticas anticompetitivas de las empresas estadounidenses del sector de la televisión, para lo cual es crucial fortalecer la cooperación entre las agencias para agilizar las investigaciones y garantizar el debido proceso.

La integración de mercados, como ocurrirá en este caso, lleva a que los agentes que se disputan el mismo nicho se vean tentados a lograr una mejor posición respecto de sus competidores mediante (i) prácticas restrictivas de la competencia o (ii) acciones de competencia desleal. Así lo entendieron los países europeos, que lo plasmaron en los artículos 81¹³⁹ y 82¹⁴⁰ del Tratado Común Europeo, en donde se desarrollan los principios

¹³⁹ *Artículo 81* (antiguo artículo 85)

1. Serán incompatibles con el mercado común y quedarán prohibidos todos los acuerdos entre empresas, las decisiones de asociaciones de empresas y las prácticas concertadas que puedan afectar al comercio entre los Estados miembros y que tengan por objeto o efecto impedir, restringir o falsear el juego de la competencia dentro del mercado común y, en particular, los que consistan en:
 - a) fijar directa o indirectamente los precios de compra o de venta u otras condiciones de transacción;
 - b) limitar o controlar la producción, el mercado, el desarrollo técnico o las inversiones;
 - c) repartirse los mercados o las fuentes de abastecimiento;
 - d) aplicar a terceros contratantes condiciones desiguales para prestaciones equivalentes, que ocasionen a éstos una desventaja competitiva;
 - e) subordinar la celebración de contratos a la aceptación, por los otros contratantes, de prestaciones suplementarias que, por su naturaleza o según los usos mercantiles, no guarden relación alguna con el objeto de dichos contratos.
2. Los acuerdos o decisiones prohibidos por el presente artículo serán nulos de pleno derecho.
3. No obstante, las disposiciones del apartado 1 podrán ser declaradas inaplicables a:
 - cualquier acuerdo o categoría de acuerdos entre empresas;
 - cualquier decisión o categoría de decisiones de asociaciones de empresas;
 - cualquier práctica concertada o categoría de prácticas concertadas, que contribuyan a mejorar la producción o la distribución de los productos o a fomentar el progreso técnico o económico, y reserven al mismo tiempo a los usuarios una participación equitativa en el beneficio resultante, y sin que:
 - a) impongan a las empresas interesadas restricciones que no sean indispensables para alcanzar tales objetivos;
 - b) ofrezcan a dichas empresas la posibilidad de eliminar la competencia respecto de una parte sustancial de los productos de que se trate.

¹⁴⁰ *Artículo 82* (antiguo artículo 86) Será incompatible con el mercado común y quedará prohibida, en la medida en que pueda afectar al comercio entre los Estados miembros, la explotación abusiva, por parte de una o más empresas, de una posición dominante en el mercado común o en una parte sustancial del mismo. Tales prácticas abusivas podrán consistir, particularmente, en:

- a) imponer directa o indirectamente precios de compra, de venta u otras condiciones de transacción no equitativas;

básicos del régimen de competencia. Posteriormente, con el objeto de dinamizar la aplicación de los principios básicos, estos países han desarrollado una normatividad específica como el Reglamento CE No.1 de 2003, por medio del cual se tratan aspectos tan importantes como disposiciones generales respecto de ley aplicable y campo de aplicación.

Por lo anterior, los funcionarios colombianos deberían buscar la inclusión de un capítulo de competencia en el TLC. Este capítulo daría la tranquilidad que exigen los agentes del mercado para que sus esfuerzos comerciales se vean reflejados en el mercado capturado de una forma real y no distorsionada por actividades que van en contra de la libre y leal competencia por parte de sus competidores directos.

V.A.8. Comercio electrónico

En la sección II.D.2.h) se mencionó que en todos los TLCs recientes suscritos por Estados Unidos se ha incluido un capítulo sobre ***Comercio electrónico***, el cual se concentra en evitar la imposición de aranceles, tarifas u otras cargas al flujo de comercio electrónico. En cuanto a los contenidos electrónicos, el capítulo en mención hace referencia a que éstos se deben regir por los capítulos correspondientes según el aspecto del tema relevante en cada caso: *Servicios, Inversión, Servicios financieros o Propiedad intelectual*. Por lo tanto, la discusión en la mesa de negociación sobre este tema es de carácter eminentemente aduanero.¹⁴¹

-
- b) limitar la producción, el mercado o el desarrollo técnico en perjuicio de los consumidores;
 - c) aplicar a terceros contratantes condiciones desiguales para prestaciones equivalentes, que ocasionen a éstos una desventaja competitiva;
 - d) subordinar la celebración de contratos a la aceptación, por los otros contratantes, de prestaciones suplementarias que, por su naturaleza o según los usos mercantiles, no guarden relación alguna con el objeto de dichos contratos.

¹⁴¹ Cabe anotar que el comercio electrónico ha sido definido en Colombia por la Ley 527 de 1999, la cual ha adoptado la ley modelo de comercio electrónico elaborada por la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil (UNCITRAL por sus siglas en inglés), de la siguiente forma: el comercio electrónico abarca las cuestiones suscitadas por toda relación de índole comercial, sea o no contractual, estructurada a partir de la utilización de uno o más mensajes de datos o de cualquier otro medio similar. Las relaciones de índole comercial comprenden, sin limitarse a ellas, las siguientes operaciones: toda operación comercial de suministro o intercambio de bienes o servicios; todo acuerdo de distribución; toda operación de representación o mandato comercial; todo tipo de operaciones financieras, bursátiles y de seguros; de construcción de obras, de consultoría; de ingeniería; de concesión de licencias; todo acuerdo de concesión o explotación de un servicio público; de empresa conjunta y otras formas de cooperación

Sin embargo, la utilización creciente de internet como medio de transmisión de contenidos como televisión debería motivar a los negociadores a evaluar con extremo cuidado el contenido del capítulo de *Comercio electrónico* durante su estructuración.

Como se mencionó en la secciones III.A.1, la FCC de Estados Unidos no considera a internet como una red de distribución del servicio de televisión cerrada y, por ende, como un competidor directo de los servicios tradicionales de distribución de televisión. Sin embargo, la convergencia tecnológica y los avances en mayor facilidad para el manejo de archivos con programas de televisión puede llevar al ente regulador estadounidense a modificar su posición. De hecho, la FCC continúa analizando la evolución del tema, como se infiere de un reporte de enero de 2004 donde el ente regulador indicó que está “recopilando comentarios para analizar si requiere diseñar alguna intervención regulatoria respecto al acceso de contenidos y servicios en video (*video-streaming*) por internet”.¹⁴²

Cabe recordar que el cambio tecnológico en telecomunicaciones ha inspirado un profundo y largo proceso de convergencia tecnológica, en la que todos los componentes de imágenes, videos, datos, voz, etc. tienden a ser transportados a través de las mismas redes para que los usuarios accedan a ellos en una variedad de puntos terminales. Según Piedras (2005), las llamadas *redes multiservicios* implican que los usuarios cuentan con cada vez más alternativas para ver un mismo programa de televisión, entre las cuales menciona la TV abierta, la TV mediante un operador de cable, la TV por satélite, la televisión a través de una página en internet de una estación de TV, la TV mediante reproductoras de DVD, grabadoras de programas en el disco duro de un computador y, eventualmente, un operador celular gracias a redes de tercera generación.

El acceso a programas de televisión por internet es hoy una realidad económica y tecnológica, un fenómeno que podría compararse con el proceso surtido por la digitalización e intercambio de música por esa red que implicará retos regulatorios.¹⁴³ En

industrial o comercial, de transporte de mercancías o de pasajeros por vía aérea, marítima y férrea, o por carretera (subrayado nuestro).

¹⁴² Federal Communications Commission (2004), *Tenth Annual Report*, enero.

¹⁴³ New York Times, The (2005). “Steal this Show”, por L.Manley y J.Markoff, sección Arts/Televisión, enero 30.

la actualidad existen varios programas o *software*, de creciente popularidad en Estados Unidos, que permiten acceder a contenidos de televisión en internet y, además, manejar sus archivos de gran tamaño con relativa facilidad.¹⁴⁴ La difusión de esta innovación tecnológica ha sido más lenta que en el caso de la música por internet ya que la televisión es comparativamente menos costosa que la música. Sin embargo, el cambio en la demanda de los consumidores, quienes buscan usar las distintas alternativas de entretenimiento en el lugar y tiempo que más les favorezca, ha fomentado su utilización.

Cabe recordar que según Levy *et. al* (2002), 41 millones de usuarios de internet accedieron video en 2001 por esa red, año en el cual se inició *Movielink* como empresa dedicada a distribuir películas por demanda a través de Internet (ver sección III.A). Según información de prensa, en 2004 el programa BitTorrent, que complementa programas que manejan archivos de video de tamaño considerable, contó con 20 millones de nuevos usuarios.¹⁴⁵ Por lo tanto, existe alguna evidencia de la creciente utilización de internet como medio para acceder video.

De hecho, conforme las experiencias internacionales y el desarrollo esperado de la internet, la televisión por demanda (que implica el acceso a medios audiovisuales fácilmente programables por el usuario) será una realidad comercial en pocos años en América Latina. Por lo tanto, los desarrolladores de servicios accederán mediante esta vía al mismo mercado objetivo de los operadores de televisión local.

En este contexto, los negociadores deberían tomar todas las precauciones necesarias para evitar que un capítulo de *Comercio electrónico* limitado o incompleto abra la puerta para que las precauciones tomadas en otros capítulos en el futuro se vuelvan nugatorias. En particular, los contenidos del Tratado deben garantizar que el acceso a televisión por internet esté sujeto a las mismas regulaciones acordadas para otros mecanismos de distribución del servicio. Esto significa que el Tratado debe garantizar que la distribución

¹⁴⁴ Los programas de *software* que permiten convertir un computador en un programador personal de televisión son MythTV, que se complementa con KnoppMyth y BitTorrent para manejar con facilidad archivos digitales de gran tamaño. Recientemente apareció el programa Videora, al igual que el programa TiVoToGo. Este último cuenta entre sus capacidades distribuir programas de televisión grabados por internet a otros 9 tipos de reproductores, cuya tecnología se limita actualmente a una red de transmisión instalada en el hogar.

¹⁴⁵ New York Times, The (2005), *ibid*.

de contenidos de televisión por internet no vulnere las obligaciones pactadas en los capítulos de Servicios e Inversión. A modo de ejemplo, el acceso a servicios de televisión por internet debe tener la misma regulación que cualquier otro mecanismo transfronterizo de prestación del servicio.

Está claro que el mayor reto que impone internet, una vez se haya estandarizado la tecnología de transmisión de contenidos de televisión por la red, está asociado con la determinación de la legalidad o ilegalidad de la prestación de cierto servicio y la identificación del responsable de la misma. Para que estas provisiones sean efectivas, el Tratado también debe prever mecanismos para establecer la legalidad de los servicios de televisión que se transmitan por la red, y los pasos que las Partes debe seguir en aquellos casos en los que se registren transacciones ilegales. La forma como se incluyan estos mecanismos dentro del Tratado dependerá de la redacción jurídica específica que acuerden las Partes.

Como complemento a lo anterior, adicionalmente se sugiere adoptar una *reserva futura* que permita guardar un margen de maniobra apropiado para que el ente regulador pueda evaluar e implementar la intervención óptima en el mercado de televisión por internet. El análisis de las reservas adoptadas por Australia en temas relacionados con las nuevas tecnologías puede servir de modelo para encarar esta negociación (véase Gobierno de Australia (2004) y la sección III.H de este documento).¹⁴⁶

V.A.9. Contratos de agencia comercial

En la mesa de *Comercio transfronterizo de servicios* ha cobrado importancia el tema de contratos de distribución o *Dealer's Act*, que en términos de la legislación colombiana equivale a un contrato de agencia comercial (Art.1317 y siguientes del Código de Comercio). Estados Unidos ha solicitado a Colombia que se modifiquen algunos aspectos de estos contratos de agencia comercial. En particular, los negociadores estadounidenses

¹⁴⁶ Por ejemplo, Australia incluye en su reserva futura el tema de manejo del espectro, que será crítico en el futuro en la medida en que se difunde la tecnología Wi-Max. Según Piedras (2004), este avance permite ofrecer servicios universales (fijos y móviles, de voz, datos y video) en la misma red en frecuencias de 2 a 10 Ghz.

han manifestado su interés que estos contratos no presuman exclusividad y que los mecanismos contemplados para generar indemnizaciones sean transparentes y objetivos.

La atención de estas solicitudes estadounidenses conllevaría a cambios en las condiciones actuales que enfrentan los agentes que operan en Colombia bajo esta figura. Entre los potenciales afectados por los mismos estarían los prestadores del servicio público de televisión en la modalidad de televisión satelital, que están regidos por contratos de agencias comerciales. Por lo tanto, para la negociación se sugiere que un eventual cambio en la normativa sobre contratos de agencia comercial no erosione la figura de presencia comercial y no abra la posibilidad de apertura al modo transfronterizo de suministro de esos servicios.

V.B. Potenciales reservas o medidas disconformes en Servicios e Inversión en televisión

Como se mencionó en la sección II.B.2.b) de este trabajo, para enfrentar con éxito las negociaciones comerciales con Estados Unidos bajo el mecanismo de *lista negativa* se requiere de la revisión comprehensiva de todas las medidas que afectan los servicios y la inversión de nuestro país. De hecho, el método de *lista negativa* implica que Colombia como país menos avanzado es más vulnerable durante las negociaciones comerciales, pues debe comprender en detalle el universo de negociación así como sobre su futuro desarrollo.

En consideración a lo anterior, esta sección presenta una revisión exhaustiva de potenciales *reservas o medidas disconformes* de Colombia en cuanto al sector televisión. Con este ejercicio, Fedesarrollo busca apoyar el proceso de formación de una posición de negociación por parte de la Comisión Nacional de Televisión (CNTV). Estas reservas son medidas de política actualmente vigentes en la normativa del sector en Colombia que, en principio, serían incompatibles con las obligaciones generales o principios básico de los capítulos de *Inversión y Comercio transfronterizo de servicios* de un Tratado de Libre Comercio (TLC) con Estados Unidos. Entre las obligaciones mencionadas, incluidas en esos capítulos, se encuentran las siguientes: *Trato Nacional*, *trato Nación Más*

Favorecida (NMF), *Acceso a Mercados*, *Requisitos de Desempeño*, *Altos ejecutivos y directivos*, y *Presencia Local*.¹⁴⁷ En caso de que la CNTV quisiera reservar dichas medidas de política del sector de televisión una vez entre en vigor un Tratado de Libre Comercio (TLC) con Estados Unidos, las *reservas* o *medidas disconformes* respecto a las anteriores disciplinas tendrían que incluirse en el desarrollo de la negociación del TLC en los anexos establecidos para este propósito.

Adicionalmente, las reservas o medidas disconformes también pueden referirse a políticas que no necesariamente estén vigentes en la actualidad, sino que puedan adoptarse en el futuro. Este tipo de reservas, que se situarían en el denominado “Anexo II”, no son objeto del ejercicio expuesto en esta sección.¹⁴⁸ Cabe reiterar una vez más que en ese Anexo II debería incluirse una reserva similar a la consignada por Australia, que permita a las autoridades el espacio para expedir en el futuro normas que respondan a los cambios tecnológicos que se avecinan. Además, en el Anexo II podrían incluirse reservas de interés para algunos agentes del sector de la televisión que por su condición no tendrían cabida dentro del Anexo I, tales como las cláusulas específicas de los contratos con los canales nacionales de operación privada.

La lista de *medidas disconformes* con las disciplinas u obligaciones generales presentada a continuación contiene los siguientes elementos: el sector sobre el que se aplica la medida; el tipo de reserva u obligación respecto de la cual se formula la reserva; el nivel de gobierno o ámbito territorial de la medida; la medida o disposición legal que sustenta la misma; una referencia destacada en azul claro que ubica el tema al que se refiere la medida y su inclusión en el grupo de medidas disconformes presentadas inicialmente por el gobierno en la ronda de negociación con Estados Unidos en julio de 2004; por último, la descripción contiene la referencia al capítulo al cual se refiere la medida (Inversión, Servicios o los dos capítulos anteriores) y una transcripción del texto de la disposición

¹⁴⁷ Véase la sección II.B.2.b) de este documento para definiciones de estas disciplinas. A manera de ejemplo, una ley que prohíba al inversionista de otro país miembro ser propietario de una empresa de telecomunicaciones no es conforme con el artículo sobre *Trato Nacional* del capítulo *Inversión* del TLC planteado. Si el país quiere mantener esta medida, tendría que ser listada como reserva en un Anexo del texto jurídico del TLC.

¹⁴⁸ Como ya se mencionó en la sección II.B.2.b), las reservas o medidas disconformes en cuanto a las obligaciones derivadas de los capítulos de Servicios e Inversión son listadas en los TLCs recientes

legal. Por supuesto, las medidas disconformes que finalmente se incorporen al texto final del TLC contendrían un resumen de la norma y no su contenido textual tal como se presenta en esta sección, puesto que este ejercicio de revisión tiene como objeto ilustrar en profundidad el alcance de la norma.

La elaboración de esta lista de potenciales medidas disconformes de Anexo I se benefició de los valiosos comentarios de los principales representantes del sector de la televisión que asistieron a los foros realizados el 22 de julio de 2004, en el Auditorio de la Federación Nacional de Cafeteros, y el 3 de septiembre de 2004, en el Hotel Casa Medina, así como de los comentarios y sugerencias de los Comisionados y de Juan Blanco, Asesor de la CNTV.

V.B.1. Lista de potenciales medidas disconformes

Medida # 1

Fondo para el desarrollo de la televisión. No incluida por el gobierno en la lista de Julio-04.

Sector: Servicios de Comunicaciones – Servicios Audiovisuales – Radio y Televisión

Obligaciones afectadas: Trato nacional

Nivel de gobierno:

Medidas: Ley 182 de 1995, Art. 17; Acuerdo 001 de 2002 de la CNTV, Art.2 y Art.3; y Acuerdo 001 de 2003 de la CNTV, Art.1.

Descripción: Inversión y Comercio transfronterizo de servicios

Ley 182 de 1995

Art.17.—De la promoción de la televisión pública. La Comisión Nacional de Televisión efectuará el recaudo de las sumas a que tiene derecho y llevará su contabilidad detalladamente. Una vez hecha la reserva prevista en esta ley para absorber sus pérdidas eventuales, un porcentaje de las utilidades de cada ejercicio se depositará en un fondo denominado "fondo para el desarrollo de la televisión", constituido como cuenta especial en los términos del artículo 2º del Decreto 3130 de 1968, adscrito y administrado por la comisión, el cual se invertirá prioritariamente en el fortalecimiento de los operadores públicos del servicio de televisión y en la programación cultural a cargo del Estado, con el propósito de garantizar el pluralismo informativo, la competencia, la inexistencia de prácticas monopolísticas en el uso del espectro electromagnético utilizado para el servicio de televisión y la prestación eficiente de dicho servicio.

La Comisión reglamentará lo establecido en este artículo.

Acuerdo 001 de 2002

Art.2. OBJETIVO. El Fondo para el Desarrollo de la Televisión tendrá como objetivo la promoción de la televisión pública a través de la asignación de recursos para el fortalecimiento de

suscritos por Estados Unidos en el llamado “Anexo I”. Las futuras medidas disconformes se encuentran en el denominado “Anexo II”.

los operadores públicos del servicio de televisión y la programación cultural a cargo del Estado, con el propósito de garantizar el pluralismo informativo, la competencia, la inexistencia de prácticas monopolísticas en el uso del espectro electromagnético utilizado para el servicio de televisión y la prestación eficiente de dicho servicio.

ARTICULO 3°. DEFINICION DE TELEVISION PUBLICA. Es aquel servicio público de televisión abierta, de carácter educativo y cultural, programada y administrada por el Estado, con miras a la satisfacción del interés público y a su preeminencia sobre el privado, bajo criterios de plena independencia del gobierno y de las fuerzas políticas y económicas, para ser emitida a través de Señal Colombia y los canales regionales, y dirigida a garantizar en forma idónea, eficaz e imparcial, el pluralismo informativo, cultural y social, el fortalecimiento de la identidad nacional y regional, la formación democrática y participativa de los ciudadanos, y el acceso al conocimiento.

Acuerdo 001 de 2003

Artículo 1° - El Artículo 7° del Acuerdo 001 del 5 de febrero de 2002 quedará así: **BENEFICIARIOS DE LOS RECURSOS DEL FONDO PARA EL DESARROLLO DE LA TELEVISIÓN:** Las siguientes entidades serán beneficiarias de los recursos del Fondo para el Desarrollo de la Televisión:

El Instituto Nacional de Radio y Televisión –INRAVISIÓN-, o quién haga sus veces.

Las Organizaciones Regionales de Televisión (Canales Regionales de Televisión).

La Compañía de Informaciones Audiovisuales, en su calidad de productor de programación educativa y cultural a cargo del Estado, de acuerdo con el parágrafo primero del artículo 61 de la Ley 182 de 1995.

Parágrafo. Para tener acceso a recursos del Fondo para el Desarrollo de la Televisión, las entidades del Estado que incluyan dentro de su objeto la producción de televisión de carácter educativo y cultural, deberán asociarse para la presentación del respectivo proyecto con Inravisión, la Compañía de Informaciones Audiovisuales o con una organización regional de televisión. En este caso los recursos se asignarán y entregarán al operador público o a Audiovisuales.

- - -

Medida # 2

Restricción a la IED en el sector de televisión. Incluida por el gobierno en la lista de Julio-04, Anexo I-38.

Sector: Servicios de Comunicaciones – Servicios Audiovisuales – Radio y Televisión

Obligaciones afectadas: Acceso a mercados, nación más favorecida, requisitos de desempeño

Nivel de gobierno:

Medidas: Ley 680 de 2001, Art.1

Descripción: Inversión y Comercio transfronterizo de servicios

Ley 680 de 2001

ARTICULO 1. El artículo 34 de la Ley 182 de 1995, quedará así: Se autoriza la inversión extranjera en sociedades concesionarias de televisión cualquiera que sea su ámbito territorial hasta en el cuarenta por ciento (40%) del total del capital social del concesionario.

El país de origen del inversionista deberá ofrecer la misma posibilidad de inversión a las empresas colombianas en condiciones de reciprocidad y llevará implícita una transferencia de

tecnología que, conforme con el análisis que efectúe la Comisión Nacional de Televisión, contribuya al desarrollo de la industria nacional de televisión.

La inversión extranjera no podrá hacerse a través de sociedades con acciones al portador. No se aceptará la inversión de una sociedad cuyos socios sean sociedades con acciones al portador.

- - -

Medida # 3

Trabajadores colombianos y extranjeros (Mínimo de trabajadores). Incluida por el gobierno en la lista de Julio-04, Anexo I-4.

Sector: Todos los sectores

Obligaciones afectadas: Trato nacional y altos ejecutivos y directorios

Nivel de gobierno:

Medidas: Código del Trabajo, Art.74

Descripción: Inversión y Comercio transfronterizo de servicios

Art.74. Proporción e igualdad de condiciones. 1. Todo patrono que tenga a su servicio más de diez (10) trabajadores debe ocupar colombianos en proporción no inferior al 90% del personal de trabajadores ordinarios y no menos del 80% del personal calificado o especialista o de dirección o confianza. 2. Los trabajadores nacionales que desempeñan iguales funciones que los extranjeros, en una misma empresa o establecimiento, tienen derecho de exigir remuneración y condiciones iguales.

- - -

Medida # 4

Cuota de pantalla. Incluida por el gobierno en la lista de Julio-04, Anexo I-36.

Sector: Servicios de Comunicaciones – Servicios Audiovisuales – Radio y Televisión

Obligaciones afectadas: Acceso a mercados, trato nacional y requisitos de desempeño

Nivel de gobierno:

Medidas: Ley 680 de 2001, Art. 4 y Acuerdo 042 de 1998 de la CNTV, Artículos 6-9

Descripción: Inversión y Comercio transfronterizo de servicios

Ley 680 de 2001

Artículo 4. El artículo 33 de la ley 182 de 1995 quedará así:

Cada operador de televisión abierta y concesionario de espacios en los canales de cubrimiento nacional, deberá cumplir trimestralmente los siguientes porcentajes mínimos de programación de producción nacional.

a) Canales nacionales De las 19:00 horas a las 22:30 horas (triple A), el 70% de la programación será producción nacional. De las 22:30 horas a las 24:00 horas, el 50% de la programación será de producción nacional. De las 00:00 horas a las 10:00 horas, el 100% de la programación será libre. De las 10:00 horas a las 19:00 horas el 50% será programación de producción nacional.

Parágrafo: En sábados, domingos y festivos el porcentaje de producción nacional será mínimo del 50% en horario triple A.

b) Canales regionales y estaciones locales. En los canales regionales y estaciones locales, la emisión de programación de producción nacional deberá ser el 50% de la programación total.

Para efecto de esta Ley se establecerán las siguientes definiciones:

a) **PRODUCCION NACIONAL:** Se entiende por producciones de origen nacional aquellas de cualquier género realizadas en todas sus etapas por personal artístico y técnico colombiano, con la participación de actores nacionales en roles protagónicos y de reparto. La participación de actores extranjeros no alterará el carácter de nacional siempre y cuando, esta no exceda el 10% del total de los roles protagónicos.

b) La participación de artistas extranjeros se permitirá siempre y cuando la normatividad de su país de origen permita la contratación de artistas colombianos.

c) **COPRODUCCION:** Se entenderá por coproducción, aquella en donde la participación nacional en las áreas artística y técnica no sea inferior a la de cualquier otro país.

El incumplimiento de estas obligaciones dará lugar a la imposición de sanciones por parte de la Comisión Nacional de Televisión (CNTV), que según la gravedad y reincidencia pueden consistir en la suspensión del servicio por un período de tres (3) a seis (6) meses o a la declaratoria de caducidad de la concesión respectiva sin perjuicio de las acciones judiciales a que haya lugar y del incumplimiento de la norma y principios del debido proceso.

Acuerdo 042 de 1998, Artículos 6 a 9

ARTICULO 6o. PARTICIPACION DE ACTORES EXTRANJEROS. Sin perder el carácter de Producción Nacional, los programas dramatizados podrán incluir un (1) actor extranjero en rol protagónico y uno (1) en personaje de reparto.

ARTICULO 7o. PARTICIPACION ESPECIAL DE ACTORES EXTRANJEROS. Sin perder el carácter de Producción Nacional, los programas dramatizados podrán incluir un (1) actor extranjero en calidad de invitado especial. Esta participación no podrá ser superior a diez (10) capítulos o al diez (10) por ciento de los capítulos o del tiempo que constituyan el total del programa.

ARTICULO 8o. PARTICIPACION DE DIRECTORES EXTRANJEROS. Sin perder el carácter de Producción Nacional, la dirección general de los programas dramatizados podrá ser realizada por persona extranjera, siempre y cuando el libretista y los actores en roles protagónicos sean colombianos. En todo caso sólo podrá haber un (1) extranjero como actor de reparto.

ARTICULO 9o. PARTICIPACION DE LIBRETISTAS EXTRANJEROS. Sin perder el carácter de Producción Nacional, los programas dramatizados podrán basarse en un libreto o guión original de autor extranjero, siempre y cuando el director general y los actores en roles protagónicos sean colombianos y sólo participe un (1) extranjero interpretando personajes de reparto.

Los libretos o guiones adaptados de reconocidas obras de la literatura universal, latinoamericana o colombiana, a juicio de la Junta Directiva de la CNTV, podrán ser autoría de personas extranjeras sin ningún condicionamiento.

- - -

Medida # 5

Comerciales extranjeros. Incluida por el gobierno en la lista de Julio-04, Anexo I-37.

Sector: Servicios de Comunicaciones – Servicios Audiovisuales – Radio y Televisión

Obligaciones afectadas: Acceso a mercados, trato nacional y requisitos de desempeño

Nivel de gobierno:

Medidas: Acuerdo 002 de 1995 de la CNTV, Art. 10

Descripción: Inversión y Comercio transfronterizo de servicios

Acuerdo 002 de 1995

Art.10 Anuncios comerciales nacionales y extranjeros. Los anuncios comerciales se clasifican según su origen, en nacionales, extranjeros y mixtos.

Son nacionales aquellos realizados en su totalidad con la utilización de recursos de origen nacional.

Son extranjeros aquellos realizados en su totalidad con la utilización de recursos de origen extranjero.

Son mixtos aquellos que en su realización cuenten con la combinación de recursos de origen nacional y extranjero.

Parágrafo: Los anuncios comerciales mixtos y extranjeros tendrán recargo en las tarifas que fijen los operadores del servicio público de televisión regional.

- - -

Medida # 6

Reciprocidad en contratación de artistas extranjeros. No incluida por el gobierno en la lista de Julio-04.

Sector: Servicios de Comunicaciones – Servicios Audiovisuales – Radio y Televisión

Obligaciones afectadas: Acceso a mercados, trato nacional.

Nivel de gobierno:

Medidas: Acuerdo 042 de 1998 de la CNTV, Art.10.

Descripción: Inversión y Comercio transfronterizo de servicios

Acuerdo 042 de 1998

Art.10 – Reciprocidad en la contratación. La participación de artistas extranjeros en el servicio público de televisión se permitirá siempre y cuando la normatividad de su país de origen permita la contratación de artistas colombianos.

- - -

Medida # 7

Programación nacional y producción propia en TV por suscripción. Incluida por el gobierno en la lista de Julio-04, Anexo I-39.

Sector: Servicios de Comunicaciones – Servicios Audiovisuales – Radio y Televisión

Obligaciones afectadas: Requisitos de desempeño

Nivel de gobierno:

Medidas: Ley 680 de 2001, Art. 11; Acuerdo 014 de 1997 de la CNTV, Art.12, Art. 13 y Art. 14

Descripción: Inversión

Ley 680 de 2001.

Art. 11. Los operadores de Televisión por Suscripción deberán garantizar sin costo alguno a los suscriptores, la recepción de los canales colombianos de televisión abierta de carácter nacional, regional y municipal que se sintonicen en VHF, UHF o vía satelital en el área de cubrimiento únicamente. Sin embargo, la transmisión de canales locales por parte de los operadores de Televisión por Suscripción estará condicionada a la capacidad técnica del operador.

Acuerdo 014 de 1997.

Artículo 12. Programación Nacional. Los operadores del servicio de televisión por suscripción deberán garantizar sin costo alguno a los suscriptores la recepción, sin interferencia, de los canales colombianos de televisión abierta que se sintonicen en el área de cubrimiento autorizada.

Artículo 13. Producción Propia. Para efectos del presente Acuerdo, es la programación nacional realizada directamente por el concesionario de televisión por suscripción o contratada con terceros para primera emisión en el área de cubrimiento autorizada.

Artículo 14. Programación de Producción Propia. Con el objeto de fomentar la industria de la producción nacional de televisión, el concesionario deberá emitir como mínimo una hora diaria de producción propia, en el horario comprendido entre las 18:00 a las 24:00 horas. Parágrafo: La Comisión Nacional de Televisión previo análisis y evaluación del desarrollo de la industria de la televisión por suscripción, podrá aumentar de manera gradual la producción propia

- - -

Medida # 8

TV Comunitaria. Límite de señales codificadas, porcentaje de producción propia y su programación. Incluida por el gobierno en la lista de Julio-04, Anexo I-44.

Sector: Servicios de Comunicaciones – Servicios Audiovisuales – Radio y Televisión

Obligaciones afectadas: Acceso a mercados y requisitos de desempeño

Nivel de gobierno:

Medidas: Ley 182 de 1995, Art.26 y Art.37 numeral 4; Acuerdo 006 de 1999 de la CNTV, Art. 7, 13 y 14.

Descripción: Inversión y Comercio transfronterizo de servicios

Ley 182 de 1995

Art.26. De la recepción directa de señales vía satélite. Los operadores, contratistas y concesionarios del servicio podrán recibir directamente y decodificar señales de televisión vía satélite, siempre que cumplan con las disposiciones relacionadas con los derechos de uso y redistribución de las mismas y con las normas que expida la comisión nacional de televisión sobre el recurso satelital.

Art.37 numeral 4. Régimen de prestación. Nivel local. El servicio de televisión será prestado por las comunidades organizadas, las instituciones educativas, tales como colegios y universidades, fundaciones, corporaciones y asociaciones sin ánimo de lucro, y personas jurídicas con ánimo de lucro en municipios hasta de trescientos mil (300.000) habitantes, con énfasis en programación de contenido social y comunitaria y podrá ser comercializado gradualmente, de acuerdo a la reglamentación que al efecto expida la comisión nacional de televisión.

Para los efectos de esta ley, se entiende por comunidad organizada la asociación de derecho, integrada por personas naturales residentes en un municipio o distrito o parte de ellos, en la que sus miembros estén unidos por lazos de vecindad o colaboración mutuos para operar un servicio de televisión comunitaria, con el propósito de alcanzar fines cívicos, cooperativos, solidarios, académicos, ecológicos, educativos, recreativos, culturales o institucionales. El servicio de televisión comunitario será prestado, autofinanciado y comercializado por las comunidades organizadas de acuerdo al reglamento que expida la comisión nacional de televisión.

PAR. 1º—En la ciudad de Santafé de Bogotá, los operadores de televisión local con comercialización, no podrán exceder los límites de una localidad según reglamentación que expida la comisión nacional de televisión.

PAR. 2º— Ningún concesionario de Inravisión, ni ningún operador de televisión zonal, podrán ser operadores de televisión local.

PAR. 3º—Las entidades competentes celebrarán contratos de concesión de canales y espacios de televisión o de programación regional con asociaciones o fundaciones privadas sin ánimo de lucro, para la explotación de la televisión cultural tal como ésta se entiende en la presente ley; el cultivo de los valores ético-religiosos también estará comprendido en dicha televisión. Estos espacios podrán tener tarifas diferenciales a juicio de la comisión nacional de televisión.

PAR. 4º—Ningún concesionario del servicio de televisión local podrá ser titular de más de una concesión en dicho nivel.

Acuerdo 006 de 1999

Art.7: El operador de televisión comunitaria sin ánimo de lucro podrá distribuir hasta siete (7) señales codificadas distribuidas por géneros o formatos de canales de la siguiente manera: un canal educativo, un canal cultural o científico, un canal infantil, un canal de noticias, un canal de deportes, un canal de películas y un canal musical.

Art. 13: Los operadores del servicio de televisión comunitaria sin ánimo de lucro deberán emitir programación de producción propia. En ningún caso se podrán transmitir programas de contenido pornográfico, así provengan de la señal de origen.

Art.14: ...el operador del servicio de televisión comunitaria sin ánimo de lucro deberá emitir mínimo catorce horas semanales de producción propia, de las cuales se deberá programar una hora diaria entre las 18:00 y las 23:00 horas.

- - -

Medida # 9

Comercialización por el Canal de Producción propia en TV comunitaria. No incluida por el gobierno en la lista de Julio-04.

Sector: Servicios de Comunicaciones – Servicios Audiovisuales – Radio y Televisión

Obligaciones afectadas: Requisitos de Desempeño

Nivel de gobierno:

Medidas: Ley 182 de 1995, Art.37 Num.4, Acuerdo 006 de 1999 de la CNTV, Art.16

Descripción: Inversión

Ley 182 de 1995 Art. 37 Régimen de prestación. En cada uno de los niveles territoriales antes señalados, el servicio público de televisión será prestado en libre y leal competencia, de conformidad con las siguientes reglas:...

4. Nivel local. El servicio de televisión será prestado por las comunidades organizadas, las instituciones educativas, tales como colegios y universidades, fundaciones, corporaciones y

asociaciones sin ánimo de lucro, y personas jurídicas con ánimo de lucro en municipios hasta de trescientos mil (300.000) habitantes, con énfasis en programación de contenido social y comunitaria y podrá ser comercializado gradualmente, de acuerdo a la reglamentación que al efecto expida la comisión nacional de televisión.

Acuerdo 006 de 1999

Artículo 16°. COMERCIALIZACION. Los operadores del servicio de televisión comunitaria sin ánimo de lucro podrán comercializar por su canal de producción propia, hasta seis (6) minutos por cada media hora de emisión.

Los anuncios comerciales que se incluyan tendrán la posibilidad de escoger cualquiera de las formas definidas por la Comisión Nacional de Televisión en las normas que regulan la utilización, explotación y operación de las cadenas comerciales de televisión en el nivel de cubrimiento nacional.

El contenido de esa comercialización deberá ser el idóneo exigido conforme a la franja en que se emita y de acuerdo con la reglamentación expedida para el efecto por la Comisión Nacional de Televisión en el nivel de cubrimiento nacional.

En ningún caso podrán interrumpir la señal de los canales incidentales y codificados para la transmisión de comerciales distintos de los de origen.

- - -

Medida # 10

Régimen de prestación de la TV por cable y TV municipal (zonificación). No incluida por el gobierno en la lista de Julio-04.

Sector: Servicios de Comunicaciones – Servicios Audiovisuales – Radio y Televisión

Obligaciones afectadas: Acceso a mercados y requisitos de desempeño

Nivel de gobierno:

Medidas: Ley 335 de 1996, Art.8., Acuerdo 014 de 1997, Art.21.

Descripción: Inversión y Comercio transfronterizo de servicios

Ley 335 de 1996

ART. 8°—El artículo 43 de la Ley 182 de 1995 quedará así:

“Artículo 43. Régimen de prestación del servicio de televisión por suscripción. A partir de la presente ley la comisión reglamentará las condiciones de los contratos que deban prorrogarse, los requisitos de las licitaciones y nuevos contratos que deban suscribirse. Cada canal de un concesionario de televisión por suscripción, que transmita comerciales distintos de los de origen, deberá someterse a lo que reglamente la Comisión Nacional de Televisión al respecto.

PAR. 1°— Con el fin de fomentar la formalización de la prestación del servicio de televisión por suscripción, de manera tal que la Comisión Nacional de Televisión pueda así efectuar los recaudos de los derechos que corresponden al Estado y velar porque se respeten los derechos de autor de acuerdo a la legislación nacional y a los acuerdos internacionales sobre la materia; y a fin de que esta entidad pueda regular y controlar la calidad de tal servicio en forma efectiva, dentro de los tres (3) meses siguientes a la vigencia de la presente ley, la Comisión Nacional de Televisión deberá elaborar e implementar un plan de promoción y normalización del servicio de televisión por suscripción cableada a un plazo de cinco (5) años, el cual debe consultar, además de los mandatos generales de la presente ley, las siguientes directrices:

1. Nivel zonal.

A partir de la vigencia de la presente ley, se crean las siguientes zonas para la prestación del servicio de televisión por suscripción:

- a) Zona norte. Compuesta por los departamentos de Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, Guajira, Magdalena, San Andrés y Providencia y Sucre;
- b) Zona central. Compuesta por los departamentos de Amazonas, Arauca, Boyacá, Caquetá, Casanare, Cundinamarca, Guainía, Guaviare, Huila, Meta, Norte de Santander, Putumayo, Santander, Tolima, Vaupés, Vichada y el Distrito Capital de Santafé de Bogotá, y
- c) Zona occidental. Compuesta por los departamentos de Antioquia, Caldas, Cauca, Chocó, Nariño, Quindío, Risaralda y Valle del Cauca.

En cada una de las zonas anteriormente señaladas y considerando su población total, la Comisión Nacional de Televisión adjudicará una concesión por cada 3.000.000 de habitantes.

Los prestatarios del nivel zonal podrán extenderse a otras zonas y cubrir la totalidad del territorio, siempre y cuando hayan cumplido con los programas planteados a la Comisión Nacional de Televisión en el marco de la respectiva licitación pública.

2. Nivel municipal o distrital

- a) Se adjudicará una concesión en municipios cuya población sea inferior a un millón (1.000.000) de habitantes;
- b) Se adjudicarán hasta dos concesiones en municipios o distritos cuya población esté comprendida entre un millón uno (1.000.001) y tres millones (3.000.000) de habitantes, y
- c) Se adjudicarán hasta tres concesiones en municipios o distritos cuya población supere los tres millones (3.000.000) de habitantes.

PAR. 2º—Hasta la fecha de cesión de los contratos a la Comisión Nacional de Televisión, los concesionarios del servicio de televisión cerrada o por suscripción, seguirán cancelando la compensación a que refiere el artículo 49 de la Ley 14 de 1991.

Si la comisión decidiere prorrogar tales contratos por haberse satisfecho las condiciones contractuales para tal evento y por satisfacer los objetivos de las políticas que trace tal ente autónomo, la comisión percibirá la compensación que fije en idénticas condiciones de los operadores nuevos y la destinará a la promoción de la televisión pública.

PAR.—Los actuales concesionarios de televisión por suscripción, continuarán prestando el servicio en las condiciones pactadas en sus respectivos contratos. En el caso de que ellos deseen prestar el servicio en el nivel zonal, deberán someterse a los requisitos establecidos por la Comisión Nacional de Televisión en la respectiva licitación pública.

ACUERDO 014 DE 1997 Art. 21.

Artículo 21. *Niveles de prestación del servicio.* El servicio de televisión por suscripción se prestará en los siguientes niveles:

1. Nivel Zonal. Este nivel comprende las siguientes zonas:

- a) Zona Norte, compuesta por los Departamentos de Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, Guajira, Magdalena, San Andrés y Providencia y Sucre;
- b) Zona Central, compuesta por los Departamentos de Amazonas, Arauca, Boyacá, Caquetá, Casanare, Cundinamarca, Guainía, Guaviare, Huila, Meta, Norte de Santander, Putumayo, Santander, Tolima, Vaupés, Vichada y el Distrito Capital de Santa Fe de Bogotá, D. C.;

c) Zona Occidental, compuesta por los Departamentos de Antioquia, Caldas, Cauca, Chocó, Nariño, Quindío, Risaralda y Valle del Cauca.

En cada una de las zonas anteriormente señaladas y considerando su población total, la Comisión Nacional de Televisión adjudicará una concesión por cada tres millones (3.000.000) de habitantes.

Los prestatarios del nivel zonal podrán extenderse a otras zonas y cubrir la totalidad del territorio, siempre y cuando hayan cumplido con los programas planteados por la Comisión Nacional de Televisión en el marco de la respectiva licitación pública.

2. Nivel municipal o distrital

a) Se adjudicará una concesión en municipios cuya población sea inferior a un millón (1.000.000) de habitantes;

b) Se adjudicará hasta dos concesiones en municipios o distritos cuya población esté comprendida entre un millón uno (1.000.001) y tres millones (3.000.000) de habitantes.

c) Se adjudicarán hasta tres concesiones en municipios o distritos cuya población supere los tres millones (3.000.000) de habitantes.

Parágrafo 1°. Los actuales concesionarios de Televisión por suscripción, continuarán prestando el servicio en las condiciones pactadas en sus respectivos contratos. En el caso de que ellos deseen prestar el servicio en el nivel zonal, deberán someterse a los requisitos establecidos por la Comisión Nacional de Televisión en la respectiva licitación pública.

- - -

Medida # 11

Exigencia de registro televisión privada (RUO) de cubrimiento nacional. No incluida por el gobierno en la lista de Julio-04.

Sector: Servicios de Comunicaciones – Servicios Audiovisuales – Radio y Televisión

Obligaciones afectadas: Acceso a mercados

Nivel de gobierno:

Medidas: Ley 182 de 1995, Art.48, Acuerdo 016 de 1997 de la CNTV, Art.1, Ley 335 Art.10 y Art.23

Descripción: Inversión y Comercio transfronterizo de servicios

Ley 182 de 1995, Art. 48. De las concesiones a los operadores zonales. La escogencia de los operadores zonales, se hará siempre y sin ninguna excepción por el procedimiento de licitación pública. La adjudicación se hará en audiencia pública. De ninguna manera la concesión se hará por subasta pública.

Para tales efectos, la junta directiva de la comisión nacional de televisión tendrá en cuenta las siguientes disposiciones especiales, sin perjuicio de las que ordene incluir en los correspondientes pliegos de condiciones:

a) Sólo podrán participar en la licitación respectiva y celebrar contratos, las personas que se encuentren debidamente inscritas, calificadas y clasificadas con anterioridad a la apertura de la licitación en el registro único de operadores del servicio de televisión, que estará a cargo de la comisión nacional de televisión y cuya reglamentación corresponderá a la junta directiva de ésta.

b)

Acuerdo 016 de 1997

Art. 1. El Registro Único de Operadores Privados del Servicio Público de Televisión será público y en él obligatoriamente deben estar inscritos, calificados y clasificados quienes pretendan ser Operadores del Servicio Público de Televisión Privada de Cubrimiento Nacional.
Este registro será público y en él obligatoriamente deben estar inscritos, calificados y clasificados quienes pretendan ser Operadores del Servicio Público de Televisión Privada de Cubrimiento Nacional.

Ley 335 de 1996

ART. 10.—El artículo 49 de la Ley 182 de 1995 quedará así:

"Todos los contratos de concesión que se celebren a partir de la vigencia de la presente ley, serán adjudicados por las dos terceras partes de la junta directiva de la Comisión Nacional de Televisión y ésta podrá delegar su firma en el director de la entidad.

El término de duración de los contratos de concesión de espacios de televisión en canales nacionales de operación pública, que se adjudiquen para programación general y para realización de noticieros a partir del primero de enero de 1998, será de seis (6) años, de acuerdo con la reglamentación que expida la Comisión Nacional de Televisión, para el efecto.

En todo caso los contratos de concesión de espacios de televisión pública son improrrogables.

Además de las causales de caducidad previstas en el ley, darán lugar a la terminación del contrato y al cobro de la cláusula penal pecuniaria, aquellas causales pactadas por las partes.

Hasta el primero de enero de 1998, el registro de empresas concesionarias de espacios de televisión a que se refiere la Ley 14 de 1991, seguirá siendo manejado por el Instituto Nacional de Radio y Televisión. A partir de esta fecha, los concesionarios con contratos vigentes, deberán estar inscritos en el registro único de operadores del servicio de televisión a que se refiere el literal a) del artículo 48 de la Ley 182 de 1995. Para este efecto, Inravisión deberá remitir la información correspondiente a la Comisión Nacional de Televisión.

La Comisión Nacional de Televisión deberá determinar las condiciones, requisitos, mecanismos y procedimientos que deberán cumplir los aspirantes a ser concesionarios de los espacios de televisión, teniendo en cuenta para ello criterios que garanticen la igualdad de oportunidades en el acceso de los servicios de televisión, el pluralismo informativo y que eviten las prácticas monopolísticas, así como el aprovechamiento indebido de posiciones dominantes en el mercado.

PAR. TRANS.—Sin perjuicio de lo estipulado en la presente ley con relación a los contratos de concesión de espacios en los canales nacionales comerciales actualmente vigentes, otorgados mediante licitación pública 01/94, 01/95 y 01/96, se respetarán los términos originalmente convenidos para su vigencia pero sin opción de prórroga alguna.

ART. 23.—Para efectos de la interpretación de la Ley 182 de 1995, cuando quiera que se encuentre en su texto la expresión "canal zonal o canales zonales", entiéndase que se trata de canales nacionales de operación privada. Igualmente, cuando la ley se refiera a canales nacionales, deberá entenderse que se trata de los canales nacionales de operación pública, esto es, los que están constituidos por los concesionarios de espacios de televisión.

- - -

Medida # 12

Presencia comercial concesiones TV por suscripción. Incluida por el gobierno en la lista de Julio-04, Anexo I-45.

Sector: Servicios de Comunicaciones – Servicios Audiovisuales – Radio y Televisión

Obligaciones afectadas: Presencia local

Nivel de gobierno:

Medidas: Acuerdo 014 de 1997 de la CNTV, Art.30

Descripción: Comercio transfronterizo de servicios

Art.30. Requisitos para licitación pública. Para acceder a la concesión para prestar el servicio público de televisión por suscripción mediante el procedimiento de licitación pública, se deberá cumplir por lo menos con los siguientes requisitos:

1. Ser persona jurídica constituida en Colombia.
2. Tener como objeto social la prestación del servicio público de telecomunicaciones.
3. Presentar certificado de existencia y representación legal o el documento que haga sus veces.
4. Demostrar la capacidad financiera que exija la Comisión Nacional de Televisión en el pliego de condiciones.
5. Cumplir con los requisitos que exija el pliego de condiciones.

- - -

Medida # 13

Presencia comercial para el otorgamiento de espacios de televisión. Incluida por el gobierno en la lista de Julio-04, Anexo I-46 y ver además I-43.

Sector: Servicios de Comunicaciones – Servicios Audiovisuales – Radio y Televisión

Obligaciones afectadas: Acceso a mercados, presencia local

Nivel de gobierno:

Medidas: Ley 335 de 1996, Art. 10, Ley 680 de 2001 Art. 3, Acuerdo 020 de 1997 de la CNTV, Art.5

Descripción: Inversión y Comercio transfronterizo de servicios

Ley 335 de 1996, Art. 10. El artículo 49 de la Ley 182 de 1995 quedará así

“Todos los contratos de concesión que se celebren a partir de la vigencia de la presente ley, serán adjudicados por las dos terceras partes de la junta directiva de la Comisión Nacional de Televisión y ésta podrá delegar su firma en el director de la entidad.

El término de duración de los contratos de concesión de espacios de televisión en canales nacionales de operación pública, que se adjudiquen para programación general y para realización de noticieros a partir del primero de enero de 1998, será de seis (6) años, de acuerdo con la reglamentación que expida la Comisión Nacional de Televisión, para el efecto.(Modificado por el Art.3 de la Ley 680 de 2001)

En todo caso los contratos de concesión de espacios de televisión pública son improrrogables.

Además de las causales de caducidad previstas en el ley, darán lugar a la terminación del contrato y al cobro de la cláusula penal pecuniaria, aquellas causales pactadas por las partes.

Hasta el primero de enero de 1998, el registro de empresas concesionarias de espacios de televisión a que se refiere la Ley 14 de 1991, seguirá siendo manejado por el Instituto Nacional de Radio y Televisión. A partir de esta fecha, los concesionarios con contratos vigentes, deberán estar inscritos en el registro único de operadores del servicio de televisión a que se refiere el literal a) del artículo 48 de la Ley 182 de 1995. Para este efecto, Inravisión deberá remitir la información correspondiente a la Comisión Nacional de Televisión.

La Comisión Nacional de Televisión deberá determinar las condiciones, requisitos, mecanismos y procedimientos que deberán cumplir los aspirantes a ser concesionarios de los espacios de televisión, teniendo en cuenta para ello criterios que garanticen la igualdad de oportunidades en el acceso de los servicios de televisión, el pluralismo informativo y que eviten las prácticas monopolísticas, así como el aprovechamiento indebido de posiciones dominantes en el mercado.

PAR. TRANS.—Sin perjuicio de lo estipulado en la presente ley con relación a los contratos de concesión de espacios en los canales nacionales comerciales actualmente vigentes, otorgados mediante licitación pública 01/94, 01/95 y 01/96, se respetarán los términos originalmente convenidos para su vigencia pero sin opción de prórroga alguna.

Ley 680 de 2001. Art.3. A partir del año 2004, las concesiones que se adjudiquen mediante licitación pública en los canales nacionales de operación pública, tendrán una duración de 10 años.

Acuerdo 020 de 1997

Art.5. Condiciones de los proponentes. Los requisitos de los aspirantes a ser concesionarios de espacios de televisión son:1- Encontrarse inscrito, calificado y clasificado en el registro de empresas concesionarias de espacios de televisión, con anterioridad a la fecha de presentación de la propuesta. 2- Ser nacional colombiano, o en caso de tratarse de una persona jurídica, encontrarse debidamente constituida conforme a la ley nacional. El término de duración de la persona jurídica no podrá ser inferior a siete años contados a partir de la fecha de suscripción del contrato.

- - -

Medida # 14

Presencia comercial para prestar el servicio de televisión de operación privada en los canales nacionales. Incluye tema de las concesiones. Incluida por el gobierno en la lista de Julio-04, Anexo I-41.

Sector: Servicios de Comunicaciones – Servicios Audiovisuales – Radio y Televisión

Obligaciones afectadas: Acceso a mercados, presencia local

Nivel de gobierno:

Medidas: Ley 182 de 1995 Art.48 Literal a), Ley 335 de 1996, Art.13. Acuerdo 016 de 1997 Art.2

Descripción: Inversión y Comercio transfronterizo de servicios

Ley 182 de 1995

ART. 48.—De las concesiones a los operadores zonales. La escogencia de los operadores zonales, se hará siempre y sin ninguna excepción por el procedimiento de licitación pública. La adjudicación se hará en audiencia pública. De ninguna manera la concesión se hará por subasta pública.

Para tales efectos, la junta directiva de la comisión nacional de televisión tendrá en cuenta las siguientes disposiciones especiales, sin perjuicio de las que ordene incluir en los correspondientes pliegos de condiciones:

a) Sólo podrán participar en la licitación respectiva y celebrar contratos, las personas que se encuentren debidamente inscritas, calificadas y clasificadas con anterioridad a la apertura de la licitación en el registro único de operadores del servicio de televisión, que estará a cargo de la comisión nacional de televisión y cuya reglamentación corresponderá a la junta directiva de ésta.

En dicho registro se evaluará fundamentalmente la estructura organizacional de los participantes, su capacidad financiera y técnica, los equipos de que disponga, su experiencia y la de sus socios mayoritarios o con capacidad de decisión en los aspectos fundamentales de la compañía. La

calificación y clasificación de los inscritos tendrá una vigencia de dos (2) años. Esta vigencia es lo que se exigirá para participar en la licitación.

Esta vigencia solo se exigirá para participar en la licitación, o la celebración del contrato o licencia respectiva. Los factores calificados del registro, no podrán ser materia de nuevas evaluaciones durante el proceso licitatorio;

Ley 335 de 1996

Art.13. A partir del 1 de enero de 1998, el servicio de televisión será prestado a nivel nacional por los canales nacionales de operación pública y por los canales nacionales de operación privada. Los concesionarios de los canales nacionales de operación privada deberán ser Sociedades Anónimas con un mínimo de 300 accionistas. Dichas sociedades deberán inscribir sus acciones en la bolsa de valores. Quien participe como socio en un canal nacional de operación privada, no podrá ser concesionario en los canales nacionales de operación pública, ni operador ni contratista de los canales regionales, ni operador ni contratista de estaciones locales de televisión. En aras de la democratización en el acceso al uso del espectro electromagnético y sin perjuicio de los contratos de concesión de espacios de televisión vigentes, ningún concesionario en los canales nacionales de operación pública o privada o beneficiario real de la inversión de éstos en los términos del artículo 52 de la Ley 182 de 1995, podrá ser concesionario en un nivel territorial distinto del que sea titular, ni participar directamente o como beneficiario real de la inversión en los términos mencionados, en el capital de cualquier sociedad que preste el servicio en un nivel territorial distinto del que sea titular. De igual forma nadie podrá resultar adjudicatario de más de una concesión dentro del nivel territorial que le ha sido asignado (...)

Acuerdo 016 de 1997

Art. 2 Artículo 2°. *Campo de aplicación.* Sólo podrán licitar, ser adjudicatarios y celebrar contratos de concesión para ser Operadores Privados del Servicio Público de Televisión en el Nivel de Cubrimiento Nacional, las personas jurídicas que se hallen debidamente calificadas, clasificadas y por ende inscritas en el Registro Unico de Operadores Privados del Servicio Público de Televisión en el Nivel de Cubrimiento Nacional.

Parágrafo. Para prestar el servicio de televisión de operación privada en los canales nacionales, los concesionarios deberán ser sociedades anónimas, con un mínimo de 300 accionistas, de conformidad con el artículo 13 de la Ley 335 de 1996.

- - -

Medida # 15

Presencia comercial servicio de televisión satelital (DTH). Incluida por el gobierno en la lista de Julio-04, Anexo I-42.

Sector: Servicios de Comunicaciones – Servicios Audiovisuales – Radio y Televisión

Obligaciones afectadas: Presencia local, requisitos de desempeño

Nivel de gobierno:

Medidas: Ley 335 de 1996, Art.21; Acuerdo 032 de 1998 de la CNTV, Art. 6 y 7.

Descripción: Inversión y Comercio transfronterizo de servicios

Ley 335 de 1996, Art.21. El servicio de televisión satelital denominado (DBS) o televisión directa al hogar, o cualquier otra denominación que se emplee para este sistema, deberá prestarse por permiso otorgado por la Comisión Nacional de Televisión y bajo las normas que para tal efecto dicha entidad establezca. Cuando a través de este sistema se presten otros servicios de telecomunicaciones se requerirá autorización previa del Ministerio de Comunicaciones.

En todo caso cualquiera que sea la reglamentación o permiso siempre causará el pago de las tasas, tarifas y derechos que señale la Comisión Nacional de Televisión para el servicio de televisión por suscripción, así como el cumplimiento de las obligaciones que determine.

Acuerdo 032 de 1998, Art.6. Solicitud. Para ser prestatario del servicio definido y regulado en el presente acuerdo se requiere permiso otorgado por la Comisión Nacional de Televisión, previa presentación de solicitud escrita ante esta entidad. El servicio se prestará en condiciones de competencia.

Art.7. Requisitos. El interesado en la prestación del servicio que se regula por el presente acuerdo, deberá cumplir los siguientes requisitos para obtener el respectivo permiso.1. Tener la calidad de persona jurídica colombiana y anexar certificado de existencia y representación legal del solicitante, expedido de conformidad con las normas vigentes que regulan la materia. 2. Acreditar convenio o acuerdo con el propietario y/o operador del sistema de televisión directa por satélite.

- - -

Medida # 16

Utilización estatal de espacios de televisión. (Presidente de la República; protección al consumidor; protección al menor ICBF; acceso a partidos políticos; institucionales CNTV). Incluida por el gobierno en la lista de Julio-04, Anexo I-40.

Sector: Servicios de Comunicaciones – Servicios Audiovisuales – Radio y Televisión

Obligaciones afectadas: Requisitos de Desempeño

Nivel de gobierno:

Medidas: Ley 14 de 1991 art. 50, Ley 182 de 1995, artículos 31, 32, 51 y 55; Acuerdo 004 de 2002 de la CNTV, Arts.1 y 2.

Descripción: Inversión

Ley 14 de 1991. Art. 50.- El Congreso de la República tendrá acceso a los canales de televisión, tanto nacionales como regionales, en los términos de la reglamentación actualmente vigente.

Ley 182 de 1995

Art. 31.—Espacios para partidos o movimientos políticos. Los partidos y movimientos políticos con personería jurídica y reconocimiento de la autoridad electoral, tendrán acceso a la utilización de los servicios de televisión operados por el Estado, en los términos que determinen las leyes y reglamentos que expida la comisión nacional de televisión y el Consejo Nacional Electoral.

Art. 32.—Acceso del Gobierno Nacional a los canales de televisión. El Presidente de la República podrá utilizar, para dirigirse al país, los servicios de televisión, en cualquier momento y sin ninguna limitación.

El vicepresidente, los ministros del despacho y otros funcionarios públicos podrán utilizar con autorización del Presidente de la República, el canal de interés público. Igualmente el Congreso de la República, la rama judicial y organismos de control, conforme a la reglamentación que expida para tal efecto la comisión nacional de televisión.

PAR.—Cuando las plenarias de Senado o Cámara de Representantes consideren que un debate en la plenaria o en cualquiera de sus comisiones es de interés público, a través de proposición aprobada en las plenarias, solicitará a Inravisión la transmisión del mismo, a través de la cadena de interés público.

Art. 51.—De la protección al usuario y al consumidor. Los espacios de televisión asignados actualmente en las cadenas 1, A, 3 y en los canales regionales a las asociaciones de consumidores

debidamente reconocidas por la ley, se mantendrán de manera permanente, a fin de que dichas organizaciones presenten programas institucionales de información a la ciudadanía, relacionados con sus derechos y mecanismos de protección.

En ningún caso se permitirá realizar proselitismo político, ni destacar la gestión de determinadas personas en dichos espacios. La violación a la presente prohibición dará lugar a la revocación de la autorización para utilizar el espacio.

En casos de pluralidad de solicitudes para la emisión de programas institucionales, la comisión nacional de televisión determinará el reparto de espacios entre ellas teniendo en cuenta el volumen de afiliados que agrupe cada organización, de suerte que la representación se otorgará a la organización de consumidores que reúna el mayor número de afiliados.

Art. 55.—Obligatoriedad de dedicar tiempo de programación a temas de interés público. Los canales nacionales, regionales, zonales y locales de televisión estarán obligados a dedicar un porcentaje de su tiempo a temas de interés público. El cubrimiento de éstos, debe hacerse con criterio de equidad, en el sentido de que, en éste, se provea igualdad de oportunidades para la presentación de puntos de vista contrastantes. La comisión nacional de televisión reglamentará los términos para el cumplimiento de la obligación prevista en el presente artículo.

ACUERDO 004 DE 2002.

ARTICULO PRIMERO.- El Presidente de la República utilizará los servicios de televisión cuando lo considere necesario. Para éstos efectos y sólo con la finalidad de garantizar la emisión respectiva, la Presidencia de la República comunicará a la Comisión Nacional de Televisión y a Inravisión la fecha y hora en que se va a dirigir al país. PARAGRAFO.- Todos los canales de televisión abierta de operación pública y privada, serán informados previamente por la Comisión Nacional de Televisión y deberán emitir simultáneamente la alocución presidencial cuando ésta se produzca, so pena de las sanciones a que haya lugar.

ARTICULO SEGUNDO.- El Vicepresidente, los Ministros de Despacho y los Jefes de Departamentos Administrativos, previa autorización del Presidente, podrán utilizar el canal de Interés Público con el fin de informar a la ciudadanía sobre temas de interés público; para tal efecto y sólo con la finalidad de garantizar la emisión respectiva, la continuidad y organización de la programación del canal, la Presidencia de la República comunicará, cuando menos con doce horas de anticipación, a la Comisión Nacional de Televisión y a Inravisión la fecha y hora en que el respectivo funcionario se dirigirá al país.

Medida # 17

Reglamentación contenidos de violencia y sexo en los programas de televisión. Aplica a operadores públicos y privados, a los concesionarios de espacios, a los contratistas de los canales regionales y a los concesionarios de televisión por suscripción. No incluida por el gobierno en la lista de Julio-04.

Sector: Servicios de Comunicaciones – Servicios Audiovisuales – Radio y Televisión

Obligaciones afectadas: Requisitos de Desempeño

Nivel de gobierno:

Medidas: Constitución Política, Art.44; Ley 14 de 1991, Art. 4; Ley 182 de 1995, Art.2 literal e); Acuerdo 017 de 1997 de la CNTV.

Descripción: Inversión

C.P., Artículo 44º.- Son derechos fundamentales de los niños: la vida, la integridad física, la salud y la seguridad social, la alimentación equilibrada, su nombre y nacionalidad, tener una familia y

no ser separados de ella, el cuidado y amor, la educación y la cultura, la recreación y la libre expresión de su opinión. Serán protegidos contra toda forma de abandono, violencia física o moral, secuestro, venta, abuso sexual, explotación laboral o económica y trabajos riesgosos. Gozarán también de los demás derechos consagrados en la Constitución, en las leyes y en los tratados internacionales ratificados por Colombia.

La familia, la sociedad y el Estado tienen la obligación de asistir y proteger al niño para garantizar su desarrollo armónico e integral y el ejercicio pleno de sus derechos. Cualquier persona puede exigir de la autoridad competente su cumplimiento y la sanción de los infractores. Los derechos de los niños prevalecen sobre los derechos de los demás.

Ley 14 de 1991. Art. 4. Obligación de protección al menor. Los concesionarios y los contratistas de los servicios de radiodifusión sonora y de espacios de televisión, están obligados a dar estricto cumplimiento a las disposiciones especiales consagradas en el Código del Menor o Decreto 2737 de 1989, en materia de responsabilidad de los medios de comunicación con los menores.

Ley 182 de 1995

Art. 2º—Fines y principios del servicio. Los fines del servicio de televisión: son formar, educar, informar veraz y objetivamente y recrear de manera sana. Con el cumplimiento de los mismos, se busca satisfacer las finalidades sociales del Estado, promover el respeto de las garantías, deberes y derechos fundamentales y demás libertades, fortalecer la consolidación de la democracia y la paz, y propender por la difusión de los valores humanos y expresiones culturales de carácter nacional, regional y local.

Dichos fines se cumplirán con arreglo a los siguientes principios:

a) ...e) La protección de la juventud, la infancia y la familia;

Acuerdo 017 de 1997. Art.1. Campo de aplicación. Este reglamento se aplica a los operadores públicos y privados, a los concesionarios de espacios, a los contratistas de los canales regionales y los concesionarios de televisión por suscripción. Art.2. Aviso sobre el contenido de los programas. Cada vez que se inicie la transmisión de un programa en la franja familiar y de adultos, se le deberá avisar a la audiencia, tanto por vídeo como por audio, la edad mínima apta para presenciar el respectivo programa, si contiene violencia o escenas sexuales, y si por el contenido del programa a los menores se les recomienda la compañía de padres o adultos.

Medida # 18

Plazos de las concesiones de espacios de televisión y servicio de televisión por suscripción. Incluida por el gobierno en la lista de Julio-04, Anexo I-46.

Sector: Servicios de Comunicaciones – Servicios Audiovisuales – Radio y Televisión

Obligaciones afectadas: Acceso a mercados y presencia local

Nivel de gobierno:

Medidas: Ley 182 de 1995 Art.48 Literal e); Ley 335 de 1996, Art.10; Ley 680 de 2001, Art.3; Acuerdo 014 de 1997 de la CNTV, Art.32

Descripción: Inversión y Comercio Transfronterizo de Servicios

Ley 182 de 1995

Art.48 De las concesiones a los operadores zonales. La escogencia de los operadores zonales, se hará siempre y sin ninguna excepción por el procedimiento de licitación pública. La adjudicación se hará en audiencia pública. De ninguna manera la concesión se hará por subasta pública.

Para tales efectos, la junta directiva de la comisión nacional de televisión tendrá en cuenta las siguientes disposiciones especiales, sin perjuicio de las que ordene incluir en los correspondientes pliegos de condiciones: ...e) La concesión se conferirá por un término de hasta diez (10) años prorrogables. La prórroga se conferirá de conformidad con las normas que expida la comisión nacional de televisión;

Ley 335 de 1996

Art.10. El artículo 49 de la Ley 182 de 1995 quedará así: “Todos los contratos de concesión que se celebren a partir de la vigencia de la presente ley, serán adjudicados por las dos terceras partes de la junta directiva de la Comisión Nacional de Televisión y ésta podrá delegar su firma en el director de la entidad.

El término de duración de los contratos de concesión de espacios de televisión en canales nacionales de operación pública, que se adjudiquen para programación general y para realización de noticieros a partir del primero de enero de 1998, será de seis (6) años, de acuerdo con la reglamentación que expida la Comisión Nacional de Televisión, para el efecto.(Modificado por el Art.3 de la Ley 680 de 2001)

En todo caso los contratos de concesión de espacios de televisión pública son improrrogables.

Además de las causales de caducidad previstas en el ley, darán lugar a la terminación del contrato y al cobro de la cláusula penal pecuniaria, aquellas causales pactadas por las partes.

Hasta el primero de enero de 1998, el registro de empresas concesionarias de espacios de televisión a que se refiere la Ley 14 de 1991, seguirá siendo manejado por el Instituto Nacional de Radio y Televisión. A partir de esta fecha, los concesionarios con contratos vigentes, deberán estar inscritos en el registro único de operadores del servicio de televisión a que se refiere el literal a) del artículo 48 de la Ley 182 de 1995. Para este efecto, Inravisión deberá remitir la información correspondiente a la Comisión Nacional de Televisión.

La Comisión Nacional de Televisión deberá determinar las condiciones, requisitos, mecanismos y procedimientos que deberán cumplir los aspirantes a ser concesionarios de los espacios de televisión, teniendo en cuenta para ello criterios que garanticen la igualdad de oportunidades en el acceso de los servicios de televisión, el pluralismo informativo y que eviten las prácticas monopolísticas, así como el aprovechamiento indebido de posiciones dominantes en el mercado.

PAR. TRANS.—Sin perjuicio de lo estipulado en la presente ley con relación a los contratos de concesión de espacios en los canales nacionales comerciales actualmente vigentes, otorgados mediante licitación pública 01/94, 01/95 y 01/96, se respetarán los términos originalmente convenidos para su vigencia pero sin opción de prórroga alguna.

Ley 680 de 2001. Art.3. A partir del año 2004, las concesiones que se adjudiquen mediante licitación pública en los canales nacionales de operación pública, tendrán una duración de 10 años.

Televisión por suscripción.

Acuerdo 014 de 1997. Artículo 32. Duración de la concesión. La concesión se otorgará por diez (10) años, prorrogables por el mismo término. Dicha prórroga será conferida de conformidad con lo dispuesto en la ley y en el presente Acuerdo. El término de diez (10) años se contará a partir del momento en que el concesionario comience a facturar por concepto de la prestación del servicio a sus usuarios.

Medida # 19

Derecho a la rectificación (para el caso de comercio transfronterizo). No incluida por el gobierno en la lista de Julio-04.

Sector: Servicios de Comunicaciones – Servicios Audiovisuales – Radio y Televisión

Obligaciones afectadas: Requisitos de desempeño

Nivel de gobierno:

Medidas: Constitución Política, Art.20; Ley 182 de 1995, Art.30

Descripción: Inversión

C.P., Art. 20. Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación.

Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura.

Ley 182 de 1995, Art.30.

El Estado garantiza el derecho a la rectificación, en virtud del cual, a toda persona natural o jurídica o grupo de personas se les consagra el derecho inmediato del mismo, cuando se vean afectadas públicamente en su buen nombre u otros derechos e intereses, por informaciones que el afectado considere inexactas, injuriosas o falsas transmitidas en programas de televisión cuya divulgación pueda perjudicarlo.

Podrán ejercer o ejecutar el derecho a la rectificación el afectado o perjudicado o su representante legal y si hubiere fallecido el afectado, sus herederos o los representantes de éstos, de conformidad con las siguientes normas:

1. Dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la transmisión del programa donde se originó el mensaje motivo de la rectificación, salvo fuerza mayor, el afectado solicitará por escrito la rectificación ante el director o responsable del programa, para que se pronuncie al respecto; éste dispondrá de un término improrrogable de siete (7) días hábiles contados a partir de la fecha de la solicitud para hacer las rectificaciones a que hubiere lugar. El afectado elegirá la fecha para la rectificación en el mismo espacio y hora en que se realizó la transmisión del programa motivo de la rectificación. En la rectificación el director o responsable del programa, no podrá adicionar declaraciones ni comentarios ni otros temas que tengan que ver con el contenido de la rectificación.

2. En caso de negativa a la solicitud de rectificación, o si el responsable del programa no resuelve dentro del término señalado en el numeral anterior, el medio, tendrá la obligación de justificar su decisión, dentro de los tres (3) días hábiles siguientes a través de un escrito dirigido al afectado acompañado de las pruebas que respalden su información. El afectado podrá presentar inmediatamente su reclamo ante la junta directiva de la comisión nacional de televisión, la cual decidirá definitivamente dentro de un término de tres (3) días hábiles. Lo anterior sin perjuicio de las acciones judiciales a que pueda haber lugar.

No obstante lo anterior, se garantizan el secreto profesional y la reserva de las fuentes de información previstas en la Ley 51 de 1975, artículo 11. En este caso, no podrá solicitarse la valoración del testimonio de persona no identificada.

3. Si recibida la solicitud de rectificación no se produjese pronunciamiento tanto del responsable de la información o director del programa controvertido, como de la junta directiva de la comisión nacional de televisión, la solicitud se entenderá como aceptada, para efectos de cumplir con la rectificación.

4. El derecho a la rectificación se garantizará en los programas en que se transmitan informaciones inexactas, injuriosas o falsas, o que lesionan la honra, el buen nombre u otros derechos.

PAR. 1º—El incumplimiento por parte del medio de lo consagrado en este artículo dará lugar, según la gravedad de la falta y sin perjuicio de otros tipos de responsabilidad, a una de las siguientes sanciones:

1. Multas que impondrá la comisión nacional de televisión entre 100 y 1.000 salarios mínimos mensuales.
2. Suspensión del servicio por el término de uno (1) a treinta (30) días.
3. Revocatoria de la licencia para operar la concesión.
4. Caducidad administrativa del contrato.

Los miembros de la junta directiva de la comisión nacional de televisión que se sustraigan a la obligación de velar por la realización del libre ejercicio de este derecho, incurrirá en causal de mala conducta.

Las sanciones descritas en el párrafo anterior estarán precedidas del procedimiento y garantías establecidos en la Constitución Política.

PAR. 2º—Cuando por orden de la comisión nacional de televisión o de un juez competente en decisión definitiva, un operador del servicio de televisión a cualquier nivel o concesionario de espacios de televisión o contratista de televisión regional deba rectificar por más de tres veces informaciones inexactas, injuriosas o falsas, o lesivas de la honra o del buen nombre de personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, se hará acreedor a una reconvencción pública por parte de la comisión nacional de televisión. Esta será suficientemente difundida y divulgada por los medios de comunicación, con cargo al presupuesto de la comisión nacional de televisión. Lo anterior, sin perjuicio de las sanciones establecidas en el presente artículo.

- - -

Medida # 20

Requisitos de subtitulación cerrada (*closed caption*). No incluida por el gobierno en la lista de Julio-04.

Sector: Servicios de Comunicaciones – Servicios Audiovisuales – Radio y Televisión

Obligaciones afectadas: Requisitos de desempeño

Nivel de gobierno: .

Medidas: Ley 324 de 1996 Arts 4 y 5; Ley 361 de 1997, Art.66 y Art.67; Acuerdo 024 de 1997 de la CNTV, Art.28. Resolución 1080 de 2002 del Ministerio de Comunicaciones Art. 7; Acuerdo 005 de 2003 Arts. 1 y 2.

Descripción: Inversión

Ley 324 de 1996.

Artículo 4º. El Estado garantizará que por lo menos en uno de los programas informativos diarios de audiencia nacional se incluya traducción a la Lengua Manual Colombiana. De igual forma el Estado garantizará traducción a la Lengua Manual Colombiana de Programas de interés general, cultural, recreativo, político, educativo y social.

Artículo 5º. El Estado garantizará los medios económicos, logísticos de infraestructura y producción para que la comunidad sorda tenga acceso a los canales locales, regionales y nacionales de la televisión colombiana para difundir sus programas, su cultura, sus intereses, etc.

Ley 361 de 1997.

Artículo 66. El Gobierno Nacional a través del Ministerio de Comunicaciones, adoptará las medidas necesarias para garantizarle a las personas con limitación el derecho a la información.

Artículo 67. De acuerdo con lo establecido en el artículo anterior, las emisiones televisivas de interés cultural e informativo en el territorio nacional, deberán disponer de servicios de intérpretes o letras que reproduzcan el mensaje para personas con limitación auditiva. El Ministerio de Comunicaciones en un término de seis meses a partir de la promulgación de esta ley deberá expedir resolución que especifique los criterios para establecer qué programas están obligados por lo dispuesto en este artículo.

La empresa Programadora que no cumpla con lo dispuesto en este artículo se hará acreedora de multas sucesivas de 100 salarios mínimos mensuales legales vigentes hasta que cumplan con su obligación. La sanción la impondrá el Ministerio de Comunicaciones y los dineros ingresarán al Tesoro Nacional.

Acuerdo 024 de 1997 TV local, Art.28.

Sistemas de subtítulos cerrada. En beneficio de las personas con limitaciones auditivas, los concesionarios del servicio de televisión local deberán incluir el sistema de lenguaje manual o de subtítulos cerrada y sus posteriores evoluciones tecnológicas.

Resolución 1080 de 2002 del Ministerio de Comunicaciones

Artículo 7°. De los diversos géneros y horarios de los programas de televisión. Debido a que la población con limitación auditiva incluye todo tipo de edades, sexos, clases sociales y niveles culturales, la Comisión Nacional de Televisión deberá garantizar que los programas que se emitan con cualquiera de los sistemas de acceso a la información para personas con este tipo de discapacidad, sean de acceso masivo, es decir, que cubran diversidad de horarios.

De igual forma, se deberá garantizar que estos programas representen la variedad de géneros televisivos que hoy en día ofrece la televisión.

Teniendo en cuenta lo anterior, los operadores privados, los concesionarios de los canales Uno y A, los canales regionales y los canales locales, deberán garantizar que dentro de su programación mensual se emita por lo menos un programa de cada uno de los siguientes géneros que incluya alguno de los sistemas de comunicación para limitados auditivos:

- Largometraje
- Programa dramatizado
- Programa infantil.

Acuerdo 05 de 2003

Art. 1 El presente Acuerdo tiene por objeto establecer los sistemas que permitan el acceso de las personas con limitaciones auditivas al servicio público de televisión y señalar las condiciones para la implementación de dichos sistemas.

Art. 2 El presente Acuerdo se aplica a los canales locales con ánimo de lucro, regionales, nacionales de operación privada, concesionarios de espacios de televisión y a Señal Colombia.

- - -

Medida # 21

Reserva del Estado sobre servicios de TV regionales. No incluida por el gobierno en la lista de Julio-04.

Sector: Servicios de Comunicaciones – Servicios Audiovisuales – Radio y Televisión

Obligaciones afectadas: Acceso a mercados

Nivel de gobierno:

Medidas: Ley 182 de 1995, Art.37.

Descripción: Inversión y Comercio transfronterizo de servicios

Art. 37.—Régimen de prestación. En cada uno de los niveles territoriales antes señalados, el servicio público de televisión será prestado en libre y leal competencia, de conformidad con las siguientes reglas:

1. Nivel nacional. Para garantizar que la competencia con los operadores zonales se desarrolle a partir del primero de enero de 1998, en condiciones de igualdad efectiva y real, y prevenir cualquier práctica monopolística en la prestación del servicio, así como para velar por la protección de la industria de televisión constituida al amparo de la legislación expedida hasta la vigencia de esta ley, el Estado se reservará, hasta dicha fecha, la prestación del servicio público de televisión en el nivel nacional, el cual estará a cargo del Instituto Nacional de Radio y Televisión. Este operará los canales nacionales que determine la junta directiva de la comisión nacional de televisión, de acuerdo con las posibilidades del espectro, las necesidades del servicio y la prestación eficiente y competitiva del mismo...

3. Nivel regional. El servicio público de televisión también será reserva del Estado y será prestado por las organizaciones o canales regionales de televisión existentes al entrar en vigencia la presente ley y por los nuevos operadores que se constituyan con la previa autorización de la comisión nacional de televisión, mediante la asociación de al menos dos departamentos contiguos, o en su nombre, de entidades descentralizadas del orden departamental, o empresas estatales de telecomunicaciones de cualquier orden, o bien del distrito capital, o entidades descentralizadas del orden distrital, salvo aquellos que estén funcionando a la fecha de la vigencia de la presente ley. Los municipios y sus entidades descentralizadas también podrán participar como socios de estos canales....

Medida # 22

Negocios permanentes de sociedad extranjera en Colombia. Incluida por el gobierno en la lista de Julio-04, Anexo I-1.

Sector: Todos los sectores

Obligaciones afectadas: Acceso a mercados, trato nacional y presencia local

Nivel de gobierno:

Medidas: Código de Comercio, Arts. 471, 472 y 473 de 1993. Rev. 1995

Descripción: Inversión y Comercio transfronterizo de servicios

Art. 471: A menos que se establezca de otra forma para algún sector específico, “Para que una sociedad extranjera pueda emprender negocios permanentes en Colombia establecerá una sucursal con domicilio en el territorio nacional (...)

Art. 472: “La resolución o acto en que la sociedad acuerde conforme a la ley de su domicilio principal establecer negocios permanentes en Colombia, expresará: 5°. La designación de un mandatario general, con uno o más suplentes, que represente a la sociedad en todos los negocios que se proponga desarrollar en el país. Dicho mandatario se entenderá facultado para realizar todos los actos comprendidos en el objeto social, y tendrá la personería judicial y extrajudicial de la sociedad para todos los efectos legales 6°. La designación del revisor fiscal, quien será persona natural con residencia permanente en Colombia.”

Art. 473: “Cuando la sociedad tuviere por objeto explotar, dirigir o administrar un servicio público o una actividad declarada por el Estado de interés para la seguridad nacional, el

representante y los suplentes de que trata el ordinal 5° del artículo anterior serán ciudadanos colombianos.”

- - -

Medida # 23

Personas jurídicas extranjeras y de las sociedades extranjeras. Incluida por el gobierno en la lista de Julio-04, Anexo I-2.

Sector: Todos los sectores

Obligaciones afectadas: Acceso a mercados, trato nacional y presencia local

Nivel de gobierno:

Medidas: Código de Procedimiento Civil. Art. 48 y Código de Comercio Art. 477

Descripción: Inversión y Comercio transfronterizo de servicios

Art. 48: A menos que se establezca de otra forma para algún sector específico, "Las personas jurídicas extranjeras de derecho privado con domicilio en el exterior, que establezcan negocios permanentes en Colombia, deberán constituir en el lugar donde tengan tales negocios, apoderados con capacidad para representarlas judicialmente. Las personas jurídicas extranjeras que no tengan negocios permanentes en Colombia, estarán representadas en los procesos por un apoderado que se constituya con las formalidades prescritas por el Código de Comercio.

Art. 477: Las personas naturales extranjeras no residentes en el país que pretendan realizar negocios permanentes en Colombia constituirán un apoderado, que cumplirá las normas relativas de este título ("De las sociedades extranjeras"), en cuanto fueren compatibles con la naturaleza de una empresa individual.

- - -

Medida # 24

Ejercicio de profesión, oficio o actividad. Incluida por el gobierno en la lista de Julio-04, Anexo I-3.

Sector: Todos los sectores

Obligaciones afectadas: Acceso a mercados, trato nacional y presencia local

Nivel de gobierno:

Medidas: Decreto 2107 de Octubre 8 de 2001

Descripción: Inversión y Comercio transfronterizo de servicios

Artículo 153. El extranjero deberá ejercer la profesión, oficio, actividad u ocupación indicada en la visa.

Parágrafo 2°. Para aquellas profesiones u oficios no regulados, que el extranjero pretenda desarrollar en Colombia, deberá acreditar experiencia o idoneidad.

Parágrafo 3°. El extranjero no podrá ejercer dentro del territorio nacional, más de una profesión, oficio u ocupación debidamente autorizada en la visa, salvo cuando se trate de la docencia universitaria hasta por ocho (8) horas semanales, previa comprobación de la idoneidad académica. (...)

- - -

Medida # 25

Titularidad, reserva y control del Estado sobre el servicio público de TV. No incluida por el gobierno en la lista de Julio-04.

Sector: Servicios de Comunicaciones – Servicios Audiovisuales – Radio y Televisión

Obligaciones afectadas: Acceso a mercados

Nivel de gobierno:

Medidas: Art. 77 y 365 de la Constitución Ley 182 de 1995, Art. 2

Descripción: Inversión y Comercio transfronterizo de servicios

Constitución Política. Art. 77. La dirección de la política que en materia de televisión determine la ley sin menoscabo de las libertades consagradas en esta Constitución, estará a cargo del Organismo mencionado.

La televisión será regulada por una entidad autónoma del orden nacional, sujeta a un régimen propio. La dirección y ejecución de las funciones de la entidad estarán a cargo de una Junta Directiva integrada por cinco (5) miembros, la cual nombrará al Director. Los miembros de la Junta tendrán período fijo. El Gobierno Nacional designará dos de ellos. Otro será escogido entre los representantes legales de los canales regionales de televisión. La Ley dispondrá lo relativo al nombramiento de los demás miembros y regulará la organización y funcionamiento de la Entidad.

PARAGRAFO. Se garantizarán y respetarán la estabilidad y los derechos de los trabajadores de Inravisión.

Art. 365. Los servicios públicos son inherentes a la finalidad social del Estado. Es deber del Estado asegurar su prestación eficiente a todos los habitantes del territorio nacional.

Ley 182 de 1995

Art.2. Fines y principios del servicio. Los fines del servicio de televisión: son formar, educar, informar veraz y objetivamente y recrear de manera sana. Con el cumplimiento de los mismos, se busca satisfacer las finalidades sociales del Estado, promover el respeto de las garantías, deberes y derechos fundamentales y demás libertades, fortalecer la consolidación de la democracia y la paz, y propender por la difusión de los valores humanos y expresiones culturales de carácter nacional, regional y local.

Dichos fines se cumplirán con arreglo a los siguientes principios:

- a) La imparcialidad en las informaciones;
- b) La separación entre opiniones e informaciones, en concordancia con los artículos 15 y 20 de la Constitución Política;
- c) El respeto al pluralismo político, religioso, social y cultural;
- d) El respeto a la honra, el buen nombre, la intimidad de las personas y los derechos y libertades que reconoce la Constitución Política;
- e) La protección de la juventud, la infancia y la familia;
- f) El respeto a los valores de igualdad consagrados en el artículo 13 de la Constitución Política;
- g) La preeminencia del interés público sobre el privado, y
- h) La responsabilidad social de los medios de comunicación.

- - -

Medida # 26

Régimen de concesiones a operadores nacionales privados. No incluida por el gobierno en la lista de Julio-04.

Sector: Servicios de Comunicaciones – Servicios Audiovisuales – Radio y Televisión

Obligaciones afectadas: Acceso a mercados y requisitos de desempeño

Nivel de gobierno:

Medidas: Ley 335 de 1996, Art.13.

Descripción: Inversión y Comercio transfronterizo de servicios

Art. 13.—El artículo 56 de la Ley 182 de 1995 quedará así:

A partir del 1° de enero de 1998, el servicio de televisión será prestado a nivel nacional por los canales nacionales de operación pública y por los canales nacionales de operación privada.

Los concesionarios de los canales nacionales de operación privada deberán ser sociedades anónimas con un mínimo de trescientos (300) accionistas. Dichas sociedades deberán inscribir sus acciones en las bolsas de valores.

Quien participe como socio en un canal nacional de operación privada, no podrá ser concesionario en los canales nacionales de operación pública, ni operador, ni contratista de los canales regionales, ni operador, ni contratista de estaciones locales de televisión.

En aras de la democratización en el acceso al uso del espectro electromagnético y sin perjuicio de los contratos de concesión de espacios de televisión vigentes, ningún concesionario en los canales nacionales de operación pública o privada o beneficiario real de la inversión de éstos en los términos del artículo 52 de la Ley 182 de 1995, podrá ser concesionario en un nivel territorial distinto del que sea titular, ni participar directamente o como beneficiario real de la inversión en los términos mencionados, en el capital de cualquier sociedad que preste el servicio en un nivel territorial distinto del que sea titular.

De igual forma nadie podrá resultar adjudicatario de más de una concesión dentro del nivel territorial que le ha sido asignado.

Quien sea concesionario en una cadena no podrá serlo en otra, ni directamente ni por interpuesta persona.

No se podrá otorgar a los concesionarios de espacios de televisión más del veinticinco por ciento (25%) ni menos del siete punto cinco por ciento (7.5%) del total del horas dadas en concesión en la respectiva cadena".

- - -

Medida # 27

Control sobre la enajenación de la propiedad. No incluida por el gobierno en la lista de Julio-04.

Sector: Servicios de Comunicaciones – Servicios Audiovisuales – Radio y Televisión

Obligaciones afectadas: Requisitos de desempeño

Nivel de gobierno:

Medidas: Ley 182 de 1995, Art.57

Descripción: Inversión

Art. 57. Del control sobre la enajenación de la propiedad. Sin perjuicio del régimen al que están sometidas de manera general las sociedades, todo acto de enajenación total o parcial de la propiedad de empresas concesionarias de espacios de televisión del Instituto Nacional de Radio y Televisión o contratistas de las organizaciones regionales de televisión cuyas acciones no se

negocien en una bolsa de valores, requiere, so pena de ineficacia, de la previa autorización de la junta directiva de la comisión nacional de televisión.

Respecto de la enajenación de la propiedad de las acciones que se negocien en bolsa, el propietario deberá informar sobre la misma a la junta directiva de la comisión nacional de televisión, dentro de los cinco (5) días siguientes, siempre que la transacción comprenda la adquisición en forma global o sucesiva del cinco por ciento (5%) o más de las acciones. Será ineficaz toda enajenación de acciones de las sociedades abiertas, cuando se contravenga lo dispuesto en el presente título y en las demás normas sobre la materia.

- - -

Medida # 28

Algunas prohibiciones para prestar el servicio. No incluida por el gobierno en la lista de Julio-04.

Sector: Servicios de Comunicaciones – Servicios Audiovisuales – Radio y Televisión

Obligaciones afectadas: Acceso a mercados

Nivel de gobierno:

Medidas: Ley 506 de 1999, Art.1

Descripción: Inversión y Comercio transfronterizo de servicios

Artículo 1. El artículo 58 de la Ley 182 de 1995 quedará así: “Artículo 58. De algunas prohibiciones para prestar el servicio. La Comisión Nacional de Televisión se abstendrá de adjudicar la correspondiente licitación y otorgar la licencia, cuando en la sociedad o en la comunidad organizada interesada en la concesión tuviere participación, por sí o por interpuesta persona, una persona que haya sido condenada en cualquier época a pena privativa de la libertad, con excepción de quienes hayan sido condenados por delitos políticos o culposos.

El incumplimiento de lo dispuesto en este artículo es causal de nulidad absoluta de la adjudicación de la licitación u otorgamiento de la licencia correspondiente.

Cuando uno de los socios o partícipes de la sociedad o comunidad organizada beneficiaria de la concesión, hubiere sido condenado por alguno de los delitos mencionados en el inciso anterior, la sociedad o comunidad correspondiente perderá el contrato y la Comisión Nacional de Televisión procederá a terminarlo unilateralmente. Si se tratare de licencia, la Comisión procederá a revocarla, sin que en este último caso se requiera el consentimiento del titular de la concesión; sin que ninguno de los casos hubiere derecho a indemnización alguna.

Estas sanciones no son aplicables a las sociedades anónimas cuyas acciones estén inscritas en bolsas de valores. Tratándose de este tipo de sociedades, las transacciones que se realicen en bolsas de valores sobre acciones de empresas concesionarias de espacios o frecuencias de canales de televisión y cuyo beneficiario sea un a persona que haya sido condenada en cualquier época a pena privativa de la libertad en los términos del presente artículo, no producirán efecto alguno y por consiguiente será causal de nulidad absoluta de esta transacción y no afectará en manera alguna el contrato o la licencia otorgada a esta clase de sociedad.”

- - -

Medida # 29

Contratos de fomento con operadores regionales. No incluida por el gobierno en la lista de Julio-04.

Sector: Servicios de Comunicaciones – Servicios Audiovisuales – Radio y Televisión

Obligaciones afectadas: Trato nacional

Nivel de gobierno:
Medidas: Ley 182 de 1995, Art. 59

Descripción: Inversión y Comercio transfronterizo de servicios

Art. 59. De la celebración de algunos contratos especiales. Sin perjuicio de las transferencias previstas en la presente ley y de acuerdo con los planes adoptados por la comisión, la junta directiva podrá autorizar al director de la entidad para celebrar contratos de fomento con operadores públicos, a efectos de transferirle la propiedad, el uso o el goce de bienes o recursos que se destinarán a la prestación del servicio y a garantizar el cumplimiento eficiente del mismo, el pluralismo informativo y la competencia.

La contraprestación que reciba la comisión por la celebración de tales contratos, será fundamentalmente aquella que se derive de la prestación de un servicio libre, competitivo y eficiente.

No habrá lugar a la celebración de los contratos previstos en este artículo, cuando el operador público se encuentre incumpliendo los objetivos o los indicadores de gestión que le hubieren sido trazados para estos efectos y de modo general por la comisión, o en contratos de la presente naturaleza.

- - -

Medida # 30

Imposibilidad de ser titular de más de una estación local. No incluida por el gobierno en la lista de Julio-04.

Sector: Servicios de Comunicaciones – Servicios Audiovisuales – Radio y Televisión

Obligaciones afectadas: Acceso a mercados

Nivel de gobierno:

Medidas: Ley 335 de 1996, Art.24

Descripción: Inversión y Comercio transfronterizo de servicios

Art.24.—El artículo 22 de la Ley 182 de 1995 quedará así:

Clasificación del servicio en función de su nivel de cubrimiento. La Comisión Nacional de Televisión definirá, y clasificará el servicio así:

1. Según el país de origen y destino de la señal:

a) Televisión internacional. b) Televisión Colombiana.

2. En razón de su nivel de cubrimiento territorial: a) Televisión nacional de operación pública. b) Televisión nacional de operación privada. c) Televisión regional. d) Televisión local. y e) Televisión comunitaria sin ánimo de lucro.

PAR. 1º—...

PAR. 2º—...

PAR. 3º— Ninguna persona podrá por sí o por interpuesta persona, participar en la composición accionaria en más de una estación privada de televisión local, sin perjuicio de las demás limitaciones establecidas en la Ley 182 de 1995 y en la presente ley.

Quien participe en la capital de una estación local privada de televisión, no podrá participar en la prestación del servicio de televisión de los canales de operación pública o privada.

PAR. 4º—Ningún concesionario del servicio de televisión local podrá ser titular de más de una concesión en dicho nivel.

- - -

Medida # 31

Ningún concesionario de Inravisión ni ningún operador nacional privado de TV podrá ser operador de TV local. No incluida por el gobierno en la lista de Julio-04.

Sector: Servicios de Comunicaciones – Servicios Audiovisuales – Radio y Televisión

Obligaciones afectadas: Acceso a mercados

Nivel de gobierno:

Medidas: Ley 182 de 1995, Art.37, parágrafo 2; Ley 335 de 1996, Art. 23

Descripción: Inversión y Comercio transfronterizo de servicios

Ley 182 de 1995, Art.37, parágrafo 2. Ningún concesionario de Inravisión, ni ningún operador de televisión zonal, podrán ser operadores de televisión local.

Ley 335 de 1996, Art. 23. Para efectos de la interpretación de la Ley 182 de 1995, cuando quiera que se encuentre en su texto la expresión "canal zonal o canales zonales", entiéndase que se trata de canales nacionales de operación privada. Igualmente, cuando la ley se refiera a canales nacionales, deberá entenderse que se trata de los canales nacionales de operación pública, esto es, los que están constituidos por los concesionarios de espacios de televisión.

- - -

Medida # 32

Impedir la concentración del poder informativo como las prácticas monopolísticas. No incluida por el gobierno en la lista de Julio-04.

Sector: Servicios de Comunicaciones – Servicios Audiovisuales – Radio y Televisión

Obligaciones afectadas: Acceso a mercados

Nivel de gobierno:

Medidas: Constitución Política, Art.75; Ley 14 de 1991, Art. 3, inciso 3.

Descripción: Inversión y Comercio transfronterizo de servicios

Constitución Política. Artículo 75°.- El espectro electromagnético es un bien público inenajenable e imprescriptible sujeto a la gestión y control del Estado. Se garantiza la igualdad de oportunidades en el acceso a su uso en los términos que fije la ley.

Para garantizar el pluralismo informativo y la competencia, el Estado intervendrá por mandato de la ley para evitar las prácticas monopolísticas en el uso del espectro electromagnético.

Ley 14 de 1991, Art.3, inciso 3. En virtud del principio de libertad de expresión, nadie podrá ser molestado a causa de sus ideas y todas las personas tendrán derecho a investigar, recibir y difundir opiniones e informaciones, dentro del marco de la Constitución y la ley. Se impedirá la concentración del poder informativo, así como las prácticas monopolistas que tiendan a eliminar la competencia y la igualdad de oportunidades entre todas las empresas que prestan los servicios de comunicación social. Ninguna persona natural o jurídica, ni los socios de éstas, que sean concesionarias de espacios de televisión de Inravisión, podrá contratar directamente o por interpuesta persona o en asociación de otra empresa con las organizaciones regionales de televisión. En la misma forma, un contratista en estas organizaciones no puede, directamente o por interpuesta persona, o en asociación con otra empresa, ser concesionario de espacios de televisión de Inravisión.

- - -

Medida # 33

Imposibilidad de ser titular de más de una concesión de TV por suscripción. No incluida por el gobierno en la lista de Julio-04.

Sector: Servicios de Comunicaciones – Servicios Audiovisuales – Radio y Televisión

Obligaciones afectadas: Acceso a mercados

Nivel de gobierno:

Medidas: Constitución Política, Art.75; Ley 14 de 1991, Art.3, inciso 4

Descripción: Inversión y Comercio transfronterizo de servicios

C.P., Artículo 75°.- El espectro electromagnético es un bien público inenajenable e imprescriptible sujeto a la gestión y control del Estado. Se garantiza la igualdad de oportunidades en el acceso a su uso en los términos que fije la ley. Para garantizar el pluralismo informativo y la competencia, el Estado intervendrá por mandato de la ley para evitar las prácticas monopolísticas en el uso del espectro electromagnético.

Ley 14 de 1991, Art.3, inciso 4. Los concesionarios del servicio de televisión por suscripción no podrán ser titulares o productores, directamente o por interpuesta persona o en asociación de otra empresa, de más de una concesión del servicio de televisión por suscripción. Las anteriores limitaciones se extienden a los cónyuges y parientes dentro del cuarto grado de consanguinidad, segundo de afinidad y primero civil.

- - -

Medida # 34

Reserva de al menos un canal público de cubrimiento nacional. No incluida por el gobierno en la lista de Julio-04.

Sector: Servicios de Comunicaciones – Servicios Audiovisuales – Radio y Televisión

Obligaciones afectadas: Acceso a mercados

Nivel de gobierno:

Medidas: Ley 182 de 1995, Art.21, inciso final; Ley 335 de 1996, Art.24, numeral 2, literal a)

Descripción: Inversión y Comercio transfronterizo de servicios

Ley 182 de 1995, Art.21, inciso final

En todo caso, el Estado colombiano conservará la explotación de al menos un canal de cobertura nacional de televisión de interés público, social, educativo y cultural.

Ley 335 de 1996, Art.24, numeral 2, literal a). En razón de su nivel de cubrimiento territorial: a) Televisión nacional de operación pública. Se refiere a las señales de televisión operadas por Inravisión o el ente público pertinente, autorizadas para cubrir todo el territorio nacional...

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arthur D. Little (2003). “Reestructuración de las empresas industriales y comerciales del sector de televisión en Colombia”. Departamento Nacional de Planeación.

Banco Mundial (2002). *Global Economic Prospects 2003*, Banco Mundial, Washington, D.C.

Coinvertir (2004). “Colombia: Marco legal 2004”, marzo.

Comisión Nacional de Televisión (2002). *Acuerdos*, compilación a julio, Bogotá.

Comisión Nacional de Televisión (2002). *Legislación de televisión*, compilación a julio, Bogotá.

Comisión Nacional de Televisión (2004). Plan de desarrollo de la Televisión 2004-2007, Bogotá.

Convenio Andrés Bello (2003). “Impacto económico de las industrias culturales en Colombia”, Equipo de Economía y Cultura del Convenio Andrés Bello, Ministerio de Cultura, Bogotá.

Dalton, K. (2004). “U.S. Free Trade Agreement, The New Opportunities and Impacts”. The Australian APEC Study Centre Conference, marzo.

Departamento Nacional de Planeación (2004). “Documento CONPES 3314: Lineamientos de Política y plan de acción para la reestructuración del sector de radio y televisión pública nacional en Colombia”, 25 de octubre.

Economist, The (2003). “Broadcasting Regulation, Media Madness”, septiembre.

Economist, The (1997). “A World View: Culture is Local.”, noviembre.

El Colombiano (2004). “Expedido el decreto de liquidación de Inravisión”, 29 de octubre, www.elcolombiano.com

Federal Communications Commission (2004). *Tenth Annual Report*, enero.

Fernández, Ballesteros, Carlos A. (1996) “Marco jurídico internacional del derecho de autor y los derechos conexos de Berna (1886) a los Tratados de la OMPI”.

Galperin, H. (1999). “Cultural Industries in the Age of Free-Trade Agreements”, *Canadian Journal of Communication*, vol.24, no.1.

Gobierno de Australia (2004). “Australia-United States Free Trade Agreement: The Outcome on Local Content Requirements in the Audiovisual Sector”, en www.dfat.gov.au

Gobierno de Canadá (2003). “Documento sobre diversidad cultural en las negociaciones del ALCA”, Nota de Canadá para el Comité de Negociaciones Comerciales, documento FTTA.TNC/w/195

Hilaire, A. y Y.Yang (2003). “The U.S. and the New Regionalism/Bilateralism,” *IMF Working Paper*, no. WP/03/206, diciembre.

- Hoekman, B. y C.P. Braga (1997). "Protection and Trade in Services: A Survey", *Open Economies Review*, no.8, pgs.285-308.
- Hoekman, B, A. Mattoo y P. English (2002). *Development, Trade and the WTO: A Handbook*, Banco Mundial, Washington, D.C., primera edición, junio.
- Levy, J., Ford-Livene, M. y Levine, A. (2002) "Broadcast Television: Survivor in a Sea of Competition", Working Paper N° 37, US Federal Communications Commission.
- Mattoo, A. (2000). "Developing Countries in the New Round of GATS Negotiations: Towards a Pro-active Role", *The World Economy*, vol.23, no.4, pgs.471-89.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2004a). "Medidas disconformes en servicios e inversión de Colombia", julio.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2004b). "Oferta inicial de desgravación arancelaria para bienes industriales de Colombia", julio.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2004c). "Oferta inicial en contratación pública de Colombia", julio.
- Montenegro, D. (2005). "La tercera opción: canales regionales demuestran su viabilidad", CNTV, fotocopia, enero.
- Moscoso del Prado, Adriana (2004). "Una mirada comparativa a la práctica de la transferencia de los derechos de autor mediante el contrato de obra por encargo y la relación laboral en Europa y Estados Unidos", Sociedad General de Autores y Editores (SGAE) de España, presentación en la U.Javeriana de Bogotá, agosto.
- New York Times, The (2005). "Steal this Show", por L.Manley y J.Markoff, sección *Arts/Televisión*, enero 30.
- OEA, BID y CEPAL (2003). "Diccionario de Términos de Comercio", mimeo, noviembre.
- Ohiorhenuan, J. (1998). "El sur en una era de mundialización", *Cooperación Sur*, no.2, PNUD, Nueva York.
- OMC (2003). "Examen de la política comercial de Estados Unidos", documento WT/TPR/S/126, diciembre.
- OMC (2003). "Oferta de Colombia", documento TN/S/O/COL, septiembre.
- OMC (2003). "Oferta de Estados Unidos", documento TN/S/O/USA, abril.
- OMC (1991), "Services Sectoral Classification List", documento MTN.GNS/W/120, julio.
- OMC (1994). Texto del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios, GATS.
- OMC (1994). Texto del Acuerdo General sobre el Comercio de Bienes, GATT 1994.

- OMC (1994). Texto del Acuerdo sobre las medidas en materia de inversiones relacionadas con el comercio, TRIMS.
- OMC (1994). Texto del Acuerdo sobre aspectos de los derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio, TRIPS.
- Piedras, E. (2005). “Comentarios sobre implicaciones económicas del anteproyecto de dictamen de la Ley Federal de Radio y Televisión”, CIDE - The Competitive Intelligence Unit, México, enero 18.
- ProChile (2002). “El TLC con Estados Unidos y el desarrollo de la industria cultural chilena”, Departamento de Comunicaciones Direcon-ProChile, diciembre 19.
- Ramsdale, P. (2000). “Study on the Internacional Flows of Cultural Goods”, estudio para la UNESCO, Institute for Statistics, Framework for Cultural Statistics.
- Reina, M., C. Gamboa y M.L. Guerra (2004). “La cultura en las negociaciones comerciales”, estudio financiado por el Convenio Andrés Bello, mayo.
- Robert, M. (2000). “Culture: Preserving the Status Quo”, en *Negotiating NAFTA: Explaining the Outcome in Culture, Textiles, Autos and Pharmaceuticals*, University of Toronto Press.
- Secretaría de la Comunidad Andina (2004). “Análisis del Tratado de Libre Comercio Centroamérica-Estados Unidos”, Serie Documentos de Trabajo, SG/di 620, rev.1, mayo.
- Secretaría de la Comunidad Andina (2003). “Análisis del Tratado de Libre Comercio Chile-Estados Unidos”, Serie Documentos de Trabajo, SG/dt 221, junio.
- Sewadeh, M. (2003), “General Background on Regional Trade Agreements in Latin America”, Banco Mundial, Oficina del Economista Jefe para América Latina y el Caribe, mayo.
- Texto del Acuerdo de Florencia para la importación de objetos de carácter educativo, científico o cultural (1950).
- Texto de la Convención de Berna para la protección de las obras literarias y artísticas (1979).
- Texto de la Convención de Roma sobre la protección de los artistas e intérpretes o ejecutantes, los productores de fonogramas y los organismos de radiodifusión (1961).
- Texto del Tratado de Libre Comercio entre Canadá y Estados Unidos (1989).
- Texto del Tratado de Libre Comercio entre Chile y Estados Unidos (2003).
- Texto del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (1994).
- UNESCO (2004). “Culture, Trade and Globalization: Questions and Answers”, en www.unesco.org/culture/industries/trade.
- UNESCO (2001). “Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural”, noviembre.

UNESCO (2000). “Meeting of Experts Committee on the Strengthening of UNESCO’s Role in Promoting Cultural Diversity in the Context of Globalization”, Documento de Trabajo CLT/CIC/BCI/DC.DO C 5E, septiembre.

Whalley, J. (2003). “Assessing the Benefits for Developing Countries of Liberalization in Services Trade”, *NBER Working Paper Series*, no. 10181, diciembre.

* * *