

# CULTURA, ECONOMÍA Y ÉTICA EN ÉPOCAS DE GLOBALIZACIÓN

## CULTURE, ECONOMY, AND ETHICS DURING THE GLOBALIZATION ERA

*José Manuel Enrique Marsano Delgado\**  
*Escuela Profesional de Turismo y Hotelería*

Recibido: 9 de octubre de 2015

Aceptado: 3 de noviembre de 2015

---

### RESUMEN

El presente ensayo, tiene como objetivo exponer la problemática existente entre la interrelación de la economía y la cultura dentro de un contexto de un mundo globalizado. Se analiza, también, la necesidad de crear un instrumental pertinente, a efectos de que el intercambio cultural no sufra perjuicios propios del intercambio económico o por otras razones ajenas, como serían motivos de naturaleza ideológica, mercantilista y muchos otros. En tal sentido, se busca una equidad entre los intereses culturales, la economía y la ética.

**Palabras clave:** Cultura, OMC, GATT, Ronda de Uruguay, NAFTA, TLC, economías a escala, industrias culturales, diversidad cultural.

### ABSTRACT

This essay is aimed at exposing the existing problems between the interrelationship of the economy and culture within the context of a globalized world. Also, it is analyzed the need to create an instrumental relevant to the effect that –the cultural exchange does not suffer disadvantages proper of the economic exchange, or due to external factors– as would be the influences ideological, mercantilist and many others. In this sense, we are looking for equity between cultural interests, the economy, and ethics.

**Keywords:** Culture, WTO, GATT, Uruguay Round, NAFTA, FTA, economies of scale, cultural industries, cultural diversity

## Introducción

La preservación de la diversidad cultural dentro de un contexto de globalización de la economía ha cobrado gran importancia en los últimos tiempos, hecho que hubiese sido difícil de pensarlo o mejor dicho imaginarlo, pocos años atrás. El caso es que esta problemática, ya comparte preocupaciones, al igual que los fenómenos climatológicos, económicos y otros tantos, como el de las buenas prácticas comerciales. Como señalábamos, esta inquietud es relativamente nueva, si la comparamos con los pensamientos de la liberalización del comercio, a través de los acuerdos comerciales, los mismos que ya datan de más de sesenta años, y en los que numerosos acuerdos multilaterales o regionales se han referido a la cultura. Esta última ha sido entendida aparentemente en forma ambigua y poco recíproca. «La ambigüedad que todavía rodea a su condición» (Berner y Sauvé, 1999).

Si la cultura ya es tomada en consideración dentro de la liberalización del comercio internacional, al decir de muchos expertos y gobiernos, y también de la opinión pública, esto es debido a los progresos en la liberalización del comercio gracias a la mayor institucionalización de la Organización Mundial del Comercio durante la ronda de Uruguay, la misma que dio origen a la mayor reforma del sistema mundial de comercio desde la creación del GATT, a finales de la segunda guerra mundial. A pesar de sus avances dificultosos, la Ronda de Uruguay produjo ya inicialmente algunos resultados. En solo dos años los participantes se pusieron de acuerdo sobre un conjunto de reducciones de los derechos de importación aplicables a los productos tropicales (que son exportados sobre todo por países en desarrollo). También revisaron las normas para la solución de diferencias, y algunas medidas se aplicaron de inmediato. Y, establecieron además la presentación de informes periódicos sobre las políticas comerciales de los miembros del GATT (Acrónimo de *General Agreement on Tariffs and Trade* - Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio) acuerdo multilateral, creado en la Conferencia de La Habana, en 1947, firmado en 1948, por la necesidad de establecer un conjunto de normas comerciales y concesiones arancelarias; y está considerado como el precursor de la Organización Mundial de Comercio. El GATT era parte del plan de regulación de la economía mundial, tras la segunda guerra mundial, que la

reunión del G-8 (Se denomina G-8 a un grupo de países industrializados del mundo cuyo peso político, económico y militar es muy relevante a escala global. Está conformado por Alemania, Canadá, Estados Unidos, Francia, Italia, Japón, Reino Unido y Rusia). En Okinawa en julio del año 2000 se puede leer, no menos de cuatro párrafos destinados a la diversidad cultural en su comunicado final, declarando, entre otras cosas, que:

La diversidad cultural es una fuente de dinamismo social y económico que puede enriquecer la vida humana en el siglo XXI suscitando la creatividad y fomentando la innovación. Reconocemos y respetamos la importancia de la diversidad en la expresión lingüística y creadora. [...] La creciente interacción entre los pueblos, los grupos y los individuos aporta una mayor comprensión y una mayor apreciación de lo que es bueno e interesante en cada cultura. La promoción de la diversidad cultural refuerza el respeto mutuo, la inclusión y la no discriminación y lucha contra el racismo y la xenofobia. [...] Las tecnologías de la información ofrecen a las personas unas perspectivas sin precedentes para crear y compartir el contenido cultural y las ideas, a escala mundial y a bajo costo. La experiencia demuestra que la diversidad puede despertar la curiosidad, engendrar la iniciativa y aportar una contribución útil en las comunidades que buscan mejorar sus economías, en especial, mediante la utilización de los medios extraordinarios que la sociedad de la información pone a su disposición. [...] Para maximizar las ventajas de la interacción cultural, debemos alentar a nuestros pueblos a aprender a vivir juntos, favoreciendo el interés, la comprensión y la aceptación de las culturas diferentes.

## **La interacción entre la economía y la cultura**

Uno de los problemas fundamentales que plantea la interacción entre la economía y la cultura se refiere al tratamiento y asignación de los productos culturales, en los acuerdos comerciales internacionales. Por ahora, el lugar asignado a estos últimos en los acuerdos existentes se caracteriza por una ambivalencia muy clara. Tratados en principio como cualquier otro producto, con bastante frecuencia, dependiendo de los contextos y materias, disfrutaban de cláusulas derogatorias o de reservas. No obstante, los productos

culturales son objeto de un tratamiento especial en cierto número de acuerdos multilaterales vinculados a la OMC: el GATT de 1994 para el comercio de mercancías, el AGCS para el comercio de servicios y el ADPIC para los derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio. Asimismo, cierto número de acuerdos de integración o comerciales, como la Unión Europea, el NAFTA, el TLC entre Estados Unidos y Perú, así como otros diversos acuerdos bilaterales, se han interesado por esta interrelación, buscando circunscribir el alcance de disciplinas comerciales en el sector, promover la producción cultural local o incluso favorecer diversas formas de cooperación en el ámbito cultural.

Dos visiones radicalmente opuestas sobre los productos culturales son objeto de este ensayo. Una de ellas consideraría los productos culturales como productos de entretenimiento similares desde un punto de vista comercial, a cualquier otro producto y, por tanto, totalmente subordinados a las reglas del comercio internacional. La otra propondría que los productos culturales como bienes que transmiten valores, ideas y conocimiento, es decir, como instrumentos de comunicación social que contribuyen a forjar la identidad cultural de una colectividad. Y por ello, deberían quedar excluidos del ámbito de los acuerdos comerciales internacionales. En definitiva pensamos que ninguna de estas dos posiciones son aceptables en un mundo globalizado.

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

Según Pierre Sauvé, experto en derecho del comercio internacional. «Como objetos comerciales, los productos culturales difícilmente pueden quedar totalmente excluidos del alcance de los acuerdos comerciales».

En efecto, desde el momento en que son explotados con el fin de obtener un beneficio comercial y que por lo tanto son objeto de intercambios en el plano internacional, deberá de inferirse, que entran en juego una serie de intereses y, en ocasiones, opuestos que solo pueden ser reconciliados dentro de un marco jurídico apropiado. Entre estas razones tendríamos que los principales países exportadores de productos culturales se opondrían a que estos últimos quedaran excluidos del marco jurídico que regula el comercio internacional. A la cabeza de este grupo, encontramos en primer lugar a

Estados Unidos, para quien el conjunto de bienes y servicios culturales supone un importante rubro de exportación, así como otros países como Brasil, México y Japón. Estos últimos seguramente no verían con buenos ojos que sus exportaciones pudieran ser objeto de marginación por motivos culturales y escapasen a todo control.

Varios países que han desarrollado una presencia significativa en el mercado internacional de productos culturales, incluidas naciones como Canadá, España o Francia que, por otro lado, luchan para que se reconozca el carácter diferente de las industrias culturales en el comercio internacional, también podrían mostrarse inquietos ante un desarrollo de este tipo. Incluso a los países en vías de desarrollo, cuya producción cultural circula cada vez más en el mundo, les interesaría que se mantuviese una gran apertura mercantil en el ámbito cultural. (WEB, 2012)

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

Más allá de estas consideraciones exclusivamente económicas, también es importante señalar que el hecho de eximir completamente a los productos culturales de los acuerdos comerciales internacionales abre peligrosamente la puerta, en el plano ético y jurídico, a restricciones más justificadas por razones de proteccionismo comercial o incluso ideológico.

Pero si bien una eliminación total de los productos culturales del contexto del comercio internacional no parece una solución lógica, esto tampoco implica que haya que adoptar una visión exclusivamente comercial de los productos culturales. Al contrario, esta visión sería arriesgada. En efecto, desde hace varios años se puede ver que la producción cultural se está

convirtiendo cada vez más en un asunto propio de las industrias culturales. Sin embargo, este fenómeno de industrialización y de comercialización de la producción cultural, si bien ha ampliado considerablemente el acceso a la producción cultural y ha permitido el desarrollo de nuevos soportes de difusión, también puede tender, paradójicamente a limitar la oferta de productos culturales, debido a la masificación de las industrias culturales, en la que por razones estrictamente económicas aquellas manifestaciones culturales que la industria no considere rentables desde el punto de vista comercial, podrían quedar fuera del mercado, en perjuicio de la diversidad cultural.

### **Una propuesta de solución**

Una solución ideal, que a largo plazo puede aportar una respuesta al conflicto actual sobre el lugar que deben ocupar los productos culturales en los acuerdos comerciales internacionales, sería un convenio especial sobre los intercambios internacionales en el sector cultural. Tal convenio articularía de forma clara, la justificación y los límites de un tratamiento especial para los productos culturales insistiendo en la necesidad de preservar la diversidad cultural.

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

Según Sauvé (citado en Berner y Sauvé, 1999), en el plano de los esfuerzos diplomáticos, el principal desafío consiste en formar una alianza de países que compartan preocupaciones similares en materia de política cultural para influir en las decisiones que deben ser tomadas en diversos espacios multilaterales, regionales o incluso bilaterales y promover un enfoque de las relaciones internacionales que favorezca la diversidad cultural. En el plano cultural propiamente dicho, el objetivo deber a ser lograr que se reconozca la importancia de la diversidad cultural y que se acepte la necesidad de un tratamiento diferenciado de los bienes y servicios culturales en los acuerdos comerciales internacionales. A estos objetivos generales se a adir a de forma más explícita una referencia a la circulación, lo más libre posible, de los productos culturales.

Según nuestro punto de vista, **proponemos, que dentro del contexto de los instrumentos aludidos por Sauvé, los mismos cuenten con cuerpos arbitrales, conformados por reconocidos personajes, del buen pensar y actuar, dentro de un marco de objetividad y ética.**

En efecto, habría de evitar que la diversidad cultural deje de correr el riesgo de una exclusión y medidas de restricción de los intercambios o de las inversiones en el campo cultural.

## Conclusiones

1. Como se ha podido ver, la cultura mantiene, por naturaleza, una relación ambigua con la economía, el comercio, la inversión, la competencia y sus modos y reglas de funcionamiento.
2. Por un lado, la cultura como conjunto de actividades pertenece, a todas luces, al ámbito de la economía en el sentido de que todas las actividades calificadas como culturales incluso las menos mercantiles y subvencionadas por los poderes públicos, pertenecen a la economía, conocen la articulación entre oferta y demanda.
3. La consideración de la interrelación entre el comercio y la cultura debe superar el ámbito por naturaleza restringido de la política comercial. La que se debe al hecho de que, tal y como ya se señaló, el juego normal de las fuerzas del mercado no conducen necesariamente a un ideal social en materia de diversidad cultural. En efecto, las deficiencias del mercado que ocasiona la combinación de economías a escala, no conducen forzosamente al mantenimiento de la diversidad de las culturas y de las producciones culturales.

## Recomendaciones

1. Los Estados deben de verse en la necesidad de que en el orden político, hagan valer su superioridad sobre el orden comercial y económico cuando se trate de la interrelación entre comercio y cultura (aspectos éticos). El mismo que debe de ser reconocido por la comunidad

internacional. La razón obedece como ya lo hemos señalado a lo largo del ensayo, en la necesidad de defender y proteger la diversidad cultural.

2. En el área del comercio internacional, se debe de reconocer el carácter dual de los productos culturales, los que al mismo tiempo son objetos comerciales e instrumentos de comunicación social. El desarrollo de instrumentos flexibles son necesarios a efectos de que el intercambio cultural en la comunidad internacional, no se vea perjudicado por razones mercantilista e ideológicas carentes de valores morales.

## Referencias

Berner, I. & Sauvé, P. (1999). *Le cycle de négociation du millénaire: quels enjeux pour la francophonie?* Documento de trabajo para la concertación francófona en el marco de las negociaciones de la OMC de la ronda de Seattle. Agencia intergubernamental de la francofonía, octubre de 1999, parte II.

## Bibliografía recomendada

Balio, T. (1995). *Grand Design: Hollywood as a Modern Business Enterprise, 1930-1939*. Los Angeles/Berkeley: California University Press.

Ballart, J. (2001). *Gestión del patrimonio cultural*. Barcelona: Ariel.

Colbert, F. & Cuadrado, M. (2003). *Marketing de las artes y la cultura*. Madrid: Ariel Patrimonio.

Ewen, S. (1977). *Captains of Consciousness. Advertising and Social Roots of the Consumer Culture*. New York: McGraw-Hill.

García, N. (1999). *La globalización imaginada*. Buenos Aires: Paidós.

Mac Luhan, M. & Powors, B. R. (1989). *The Global Village. Transformations in World, Life and Media in the 21<sup>st</sup> Century*. New York: Oxford University Press.

Rouet, F. (2000). *Le soutien aux industries culturelles dans l'aire francophone: Modalités, Enjeux et Incidences*, texto elaborado para la II concertación intergubernamental de la francofonía sobre el tema: La promoción de la diversidad cultural, París (12 de diciembre). Unesco, *Commerce, culture et mondialisation: questions et réponses*, abril de 2000.

## Páginas Web

Cultura y Economía: Los Retos en Juego. Tres Espacios Lingüísticos.

Organización de Estados Iberoamericanos.

[http://www.campusoei.org/tres\\_espacios/icoloquio10.htm](http://www.campusoei.org/tres_espacios/icoloquio10.htm)