

ARTÍCULO DE OPINIÓN

La incidencia de las tecnologías digitales en el sistema multilateral de comercio

Robert W. Staiger, Departamento de Economía, Dartmouth College

Existen pocas investigaciones formales sobre la incidencia de las tecnologías digitales en el sistema multilateral de comercio y en el papel de la OMC. Sin embargo, los estudios centrados en los aspectos económicos de los acuerdos comerciales ofrecen un posible enfoque para reflexionar sobre estas cuestiones. Partiendo de la idea de que los acuerdos comerciales abordan las externalidades internacionales asociadas con las decisiones unilaterales de política comercial (véase Bagwell y Staiger, 2016; Grossman, 2016), se pueden formular dos preguntas: 1) ¿cómo pueden interactuar las tecnologías digitales con las externalidades tradicionales de política internacional de las que se ocupa la OMC?; y/o 2) ¿podrían las tecnologías digitales generar nuevos tipos de externalidades internacionales que la OMC podría abordar?

Consideremos la primera pregunta. En los estudios centrados en los aspectos económicos de los acuerdos comerciales, el traslado de parte de los costos de las iniciativas unilaterales de política comercial a los interlocutores comerciales genera una externalidad de la "relación de intercambio". En el marco de estos estudios, las cuestiones relacionadas con el acceso a los mercados que dominan los debates de la OMC pueden reinterpretarse como cuestiones relacionadas con la alteración de la relación de intercambio/la transferencia internacional de costos (Bagwell y Staiger, 2002). La pregunta puede reformularse de la siguiente manera: ¿pueden las tecnologías digitales alterar las normas comerciales que son necesarias para luchar eficazmente contra la alteración de la relación de intercambio?

Hay muchos canales a través de los cuales las tecnologías digitales podrían tener ese efecto (véase, por ejemplo, el análisis de Gao, 2018). En este contexto, una cuestión fundamental es cómo clasificar el comercio electrónico a efectos de aplicar las normas vigentes de la OMC. Por ejemplo, ¿son los modelos diseñados para su utilización en una impresora 3D y suministrados

desde el extranjero una mercancía objeto de comercio o un servicio objeto de comercio? Y si se trata de un servicio, ¿debería la transacción considerarse comercio de servicios en el modo 1 o en el modo 2 del AGCS?

Responder a estas preguntas es importante, en parte por la diferente naturaleza de los enfoques de liberalización adoptados por la OMC en el GATT y en el AGCS. Mientras que en el caso del enfoque del GATT puede hablarse de una "integración superficial" que parte de la "arancelización" de las medidas de protección y centra los esfuerzos de liberalización en los aranceles, el enfoque del AGCS puede considerarse de "integración profunda", ya que se centra en diversas medidas de reglamentación interna sectoriales. ¿Harán las tecnologías digitales, y la difuminación de la distinción entre bienes y servicios asociada a ellas, que la distinción entre el GATT y el AGCS sea cada vez más insostenible? De ser así, la creciente importancia de las tecnologías digitales podría obligar a una reestructuración y unificación de estos acuerdos dentro de la OMC.

Staiger y Sykes (2016) ofrecen una interpretación de las características diferenciales del GATT y el AGCS desde la perspectiva de la teoría de los acuerdos comerciales basada en la relación de intercambio. Los autores sugieren que es posible, y podría estar justificado, rediseñar el AGCS sobre la base del enfoque de integración superficial adoptado en el GATT. Una mayor armonización de las normas de la OMC aplicadas al comercio de bienes y al comercio de servicios podría ser aún más beneficiosa si se tiene en cuenta la difuminación de la distinción entre el comercio de bienes y el comercio de servicios.

En cuanto a la segunda de las preguntas planteadas, es efectivamente posible que las tecnologías digitales generen nuevos tipos de externalidades internacionales que el sistema multilateral de comercio podría abordar. Un ejemplo es el problema

de la privacidad asociado a las corrientes transfronterizas de datos. Al igual que los derechos de propiedad intelectual de las empresas, la protección de los datos de los consumidores también puede repercutir en el comercio. Como sucede en el caso de la protección de los derechos de propiedad intelectual, los problemas de privacidad transfronterizos no son una cuestión relacionada con el acceso a los mercados, es decir, la externalidad internacional asociada a dichos problemas no adopta la forma de una externalidad derivada de la alteración de la relación de intercambio. En consecuencia, las soluciones al problema de privacidad que plantean las tecnologías digitales deberían buscarse fuera del GATT y el AGCS.

El Acuerdo sobre los ADPIC de la OMC parece un foro natural para abordar los problemas de privacidad que plantean las tecnologías digitales. Dado que buena parte del comercio electrónico consiste en transacciones basadas en licencias de propiedad intelectual, las cuestiones relacionadas con la protección de los derechos de propiedad intelectual constituyen un aspecto fundamental de las tecnologías digitales. Además, los problemas de privacidad que plantean las tecnologías digitales pueden interpretarse como un problema transfronterizo relacionado con la propiedad privada de los propios datos digitales. Visto de esta manera, la externalidad internacional asociada a estos problemas tiene una estructura similar a la externalidad de ausencia de acceso a los mercados que el Acuerdo sobre los ADPIC pretende abordar – el Acuerdo sobre los ADPIC no es un acuerdo sobre los derechos recíprocos de acceso a los mercados, sino un acuerdo sobre normas mínimas para la protección y observancia de los derechos de propiedad intelectual, reconocidos explícitamente en el preámbulo como "derechos privados" (véase Petersmann, 1996). Esto sugiere que el diseño general del Acuerdo sobre los ADPIC puede servir también de plataforma para abordar los problemas transfronterizos de privacidad asociados a las tecnologías digitales.