

## **TLC: ENTRE LA PUBLICIDAD Y EL DEBATE**

*Javier Díez Canseco. (\*)*

A pesar del triunfalismo neoliberal, la ronda de Cartagena del TLC dejó más frustración que satisfacción y más desasosiego que alivio para los países andinos. Quedó pendiente la resolución de serias controversias en agricultura, textiles, propiedad intelectual, reglas de origen, inversión, servicios financieros, aduanas, problemas sanitarios y fitosanitarios, entre otras. Ni una sola de las 23 mesas de negociación se pudo cerrar. El mismo jefe negociador peruano, Pablo de la Flor, ha reconocido que la Ronda de Cartagena no produjo avances sustantivos. Los temas más álgidos, como Agro, Propiedad Intelectual, Acceso a medicinas genéricas baratas, Protección a nuestra biodiversidad y conocimientos tradicionales, siguen entrapados ante la negativa de Washington a ofrecer condiciones más justas y equitativas. Cartagena dejó una sensación de retroceso, pues EEUU logró concesiones sobre datos de prueba y patentes, y volvió a poner en el tapete temas que se suponían resueltos: insiste en exportarnos ropa usada, es decir, inundarnos con confecciones chinas y centroamericanas "usadas", lo cual arruinaría a millares de nuestros pequeños y microempresarios textiles.

Ante la creciente incertidumbre en la negociación, resultan cuestionables la seriedad y las motivaciones de aquellos grupos que, dentro y fuera del gobierno, se han convertido en meros publicistas del TLC. Ante cuestiones de fondo, como las enormes asimetrías entre el agro nacional y el norteamericano, estos lobbies se van por las ramas: Washington otorga no menos de US\$ 18,000 millones anuales en subsidios directos al agro, además de ingente ayuda técnica y financiera, pero en lugar de proponer una estrategia integral para modernizar y fortalecer nuestra agricultura, los apologistas del TLC se limitan a proponer apenas S/. 100 millones anuales en subsidios a algunos productos peruanos.

Lo mismo en el tema Pymes: todo se reduce a dar algo de asistencia técnica, prohibir que las empresas norteamericanas puedan competir en procesos de compras estatales por montos menores a US\$ 112 mil, y listo. Esa es la lógica ante los reclamos de sectores y gremios que ven en peligro su supervivencia: en lugar de encarar cómo lograr un acuerdo equitativo basado en la defensa de principios fundamentales, se usa la política del "¿dónde te duele hijito?, tómate esta pastilla y no molestes". Cegados por sus intereses económicos e ideológicos, los lobbies quieren un TLC "sí o sí", solo ven lo positivo y no ven, o no quieren ver, las gravísimas consecuencias que tendría un TLC acordado sin una negociación adecuada. Así, quienquiera que tenga una duda u observación crítica es inmediatamente acusado de "extremista", "incendiario", "antipatriota".

Por ello, estos lobbies rechazan cualquier propuesta que implique participación ciudadana, pues la negociación del TLC solo incumbe a las elites, mientras el resto del país solo sirve de comparsa. No quieren una Ley Marco de Negociaciones Comerciales y, por supuesto, ni hablar de que el Tratado sea aprobado mediante consulta popular. Destacan con grandes titulares encuestas donde algo menos del 38% de limeños (72% del 59% enterado del TLC) expresa

opinión favorable al TLC; pero, curiosamente, no quieren ni considerar que sea la población -supuestamente a favor- quien decida. Para estos grupos, un plebiscito sobre el Tratado es un "disparate".

La ciudadanía no puede bajar la guardia ni dejarse engañar por los cantos de sirena de quienes solo ven en el TLC su beneficio personal. No debe imponerse un acuerdo precipitado y bajo presión. Exijamos una negociación transparente, serena y firme, que defienda los derechos fundamentales de la población, preserve nuestra soberanía y, efectivamente, dé un beneficio neto al país. No se trata de un acta de sumisión, ni de que los publicistas decidan sobre el TLC.

(\*) [pddperu.org](http://pddperu.org)

**Fuente: DIARIO LA REPUBLICA.**

**Perú, miércoles 16 de febrero de 2005**

© 2004 GRUPO LA REPUBLICA - TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS