

CANADÁ - DETERMINADAS MEDIDAS QUE AFECTAN A LAS PUBLICACIONES

Informe del Grupo Especial

El presente informe del Grupo Especial encargado de examinar el asunto "Canadá - Determinadas medidas que afectan a las publicaciones" se distribuye a todos los Miembros, de conformidad con lo dispuesto en el Entendimiento relativo a las normas y procedimientos por los que se rige la solución de diferencias (ESD). El informe se distribuye como documento no reservado a partir del 14 de marzo de 1997 de conformidad con los Procedimientos para la distribución y la supresión del carácter reservado de los documentos de la OMC (WT/L/160/Rev.1). Se recuerda a los Miembros que, de conformidad con el ESD, sólo las partes en la diferencia pueden presentar una apelación en relación con el informe de un Grupo Especial, que las apelaciones están limitadas a las cuestiones de derecho abordadas en el informe del Grupo Especial y a las interpretaciones jurídicas que éste haga y que no se podrá establecer comunicación *ex parte* alguna con el Grupo Especial ni con el Órgano de Apelación respecto de las cuestiones que el Grupo o el Órgano estén examinando.

ÍNDICE

	<u>Página</u>
V. CONSTATAACIONES	79
A. Introducción	

en que se dispone que "la importación en el Canadá de los productos enumerados o mencionados en la Lista VII queda prohibida".¹ El Código Arancelario 9958 se aplica si un número de una publicación periódica importado en el Canadá es una edición especial, lo que incluye las ediciones separadas o las ediciones regionales, que contiene anuncios dirigidos principalmente a un mercado del Canadá y que no aparecen de forma idéntica en todas las ediciones de ese número de la publicación distribuido en el país de origen de la publicación. En la definición que hace el Código de "número" se incluyen los números anuales especiales, mientras que por "publicación periódica" se entiende una publicación cuyos números, aparte del número anual especial, se publican a intervalos regulares de más de seis días y de menos de 15 semanas y se distribuyen como números de una publicación específica o como suplemento de más de un diario, aunque quedan excluidos los catálogos, diarios o publicaciones periódicas cuya función principal sea el estímulo, la promoción o el desarrollo de las bellas artes, la literatura, la ciencia o la religión.

2.3 A los efeBT 1 0 0 1 358.56 642 Tm/F20 11 Tf(de) Tjd3BT 1 23i0 0 1 358.56 642 Tm/F1r488t2T1 0 0 1 7

en la edición separada. Ese impuesto se aplica a cada número publicado. El valor de todos los anuncios en una edición separada de una publicación periódica es el total de todos los derechos brutos percibidos por todos los anuncios contenidos en la edición.⁵ Por "publicación periódica" se entiende el material impreso publicado en una serie de números que aparecen por lo menos dos veces al año y no más de una vez por semana. Cuando un número de una

separada. (La Ley sobre el Impuesto Especial de Consumo estipula que se puede considerar que una persona tiene conexión con otra si una de ellas está controlada por la otra o si ambas están controladas por otra misma persona.⁹ Una sociedad de capital está controlada por una persona si el 50 por ciento o más de su capital en acciones con derecho a voto pertenece a esa persona o a otras personas con la que ella no trata en condiciones de igualdad. Una sociedad personal está controlada por una persona si esa persona u otras personas con la que ella no trata en condiciones de igualdad tienen derecho al 50 por ciento o más de los ingresos de la sociedad.¹⁰) La persona responsable es la primera de esas personas residente en el Canadá.¹¹ La persona responsable puede estar controlada por nacionales o extranjeros o ser de propiedad de nacionales o extranjeros. A fin de asegurar la imposición y recaudación del impuesto, éste debe ser pagado por una persona que resida en el Canadá. Las personas que tienen conexión con la persona responsable son responsables conjunta y solidariamente del pago del impuesto.¹² Asimismo, en caso de que las personas responsables sean un distribuidor, un impresor o un vendedor mayorista y de que más de una de esas personas sean responsables, todas esas personas serán responsables conjunta y solidariamente del pago del impuesto.¹³ Cuando una persona que no sea el editor pague el impuesto especial de consumo correspondiente a una edición separada, se considera que esa persona ha pagado el impuesto en nombre del editor de la publicación. La legislación autoriza a esa persona a recuperar del editor el monto del impuesto ante un tribunal con jurisdicción competente o a deducir o retener esa cantidad de cualquier cantidad que dicha persona deba pagar al editor o distribuidor de la publicación.¹⁴

C. Tarifas postales financiadas y comerciales

2.10 En 1981, el Parlamento del Canadá estableció la Corporación de Correos del Canadá (denomin

de los planes de operaciones y los presupuestos anuales y de las

mencionada, a partir de abril de 1996.²⁰ El 23 de abril de 1996, el Boletín Oficial del Canadá publicó la abolición del Reglamento de Periódicos y Revistas conforme al párrafo 1) del artículo 19 de la Ley de la CCC. Esa abolición estaba destinada a facilitar la transferencia de la evaluación de los requisitos que debían reunirse de Correos del Canadá al Patrimonio Cultural Canadiense, a fin de reducir los costos administrativos del Programa y de promover y simplificar la modificación de sus políticas²¹, y permitir a Correos del Canadá y al Patrimonio Cultural Canadiense responder de modo más adecuado y más rápido a las necesidades del Programa y de los usuarios.

2.14 Las cantidades autorizadas en virtud del ME son 58 millones de dólares canadienses para el

2.16 Para tener derecho a utilizar las tarifas financiadas, las publicaciones canadienses deben reunir por lo general los siguientes criterios: i) ser producidas por una persona o empresa cuya actividad principal sean las publicaciones²²; ii) ser de propiedad y estar sometidas a control de canadienses; iii) ser publicadas, impresas y enviadas por correo en el Canadá; iv) ser editadas en el Canadá²³; v) estar dentro de una de las categorías editoriales aceptadas²⁴; vi) cumplir la prescripción de distribución de pago mínima²⁵; vii) cumplir la prescripción del máximo de publicidad²⁶; viii) cumplir la prescripción de frecuencia²⁷; y ix) cumplir la prescripción del precio mínimo.²⁸

ii) Tarifas comerciales "canadienses" y comerciales "internacionales"

2.17 Correos del Canadá tiene autoridad para fijar tarifas comerciales diferentes de las reglamentadas, conforme al párrafo 1 del artículo 16

las tarifas comerciales "canadienses" y comerciales "internacionales". Esas tarifas son idénticas a las que figuran en las *Tarifas postales para publicaciones* a que se hace referencia en el párrafo 2.11, donde se dividen las tarifas comerciales en tarifas que se aplican a i) servicios postales para publicaciones canadienses que no tienen derecho a las tarifas financiadas (Código Tarifario 5); y ii) servicios postales para publicaciones internacionales (Código Tarifario 6 o lo que se denominan tarifas "internacionales" en la presente diferencia). Además, tanto las publicaciones canadienses como las no canadienses pueden concertar acuerdos especiales cuyas condiciones (inclusive las tarifas postales) pueden establecerse caso por caso.

2.18 Las publicaciones deben

Tarifas regionales	0,184 dólares canadienses
Tarifas nacionales	0,378 dólares canadienses
Tarifas comerciales "internacionales":	
Franqueo mínimo por ejemplar enviado (100 gramos o menos)	Precio por ejemplar
Tarifas para revistas, periódicos o boletines extranjeros enviados por correo en el Canadá (destinados al país mismo)	0,436 dólares canadienses

Esas dos subcategorías incluyen descuentos por paletización y por reducción de operaciones de correos. Las publicaciones canadienses no financiadas pueden recibir descuentos de 0,01 a 0,02 dólares canadienses por número por paletización y descuentos de 150,00 a 200,00 dólares canadienses por camión en caso de envíos con reducción de operaciones u otros ahorros de trámites. Esos descuentos por lo general no se aplican a las publicaciones extranjeras enviadas por correo en el Canadá. Por otra parte, las categorías de tarifas comerciales "canadienses" y comerciales "internacionales" no han sufrido modificación de su reglamento desde 1994 y 1992, respectivamente.³⁴

III. ARGUMENTOS PRINCIPALES

3.1 Los **Estados Unidos** solicitaron que el Grupo Especial constatará que:

- a) el Código Arancelario 9958 es incompatible con el artículo XI del GATT de 1994;
- b) la Parte V.I de la Ley sobre el Impuesto Especial de Consumo es incompatible con el párrafo 2 del artículo III del GATT de 1994, o de modo alternativo con el párrafo 4 del artículo III del GATT de 1994; y
- c) la aplicación por Correos del Canadá de tarifas postales reducidas a publicaciones producidas en el país con arreglo a los sistemas de tarifas "financiadas" y "comerciales" es incompatible con el párrafo 4 del artículo III del GATT de 1994 y no constituye una subvención interna con arreglo a lo dispuesto en el párrafo 8 del artículo III del GATT de 1994.

3.2 El **Canadá** solicitó que el Grupo Especial constatará que:

- a) el Código Arancelario 9958 es

A. Código Arancelario 9958 - Prohibición de las importaciones

i) Párrafo 1 del artículo XI

3.3 Los **Estados Unidos** adujeron que la prohibición por el Canadá de las importaciones de los productos enumerados en el Código Arancelario 9958 constituía una violación del párrafo 1 del artículo XI del GATT de 1994, en que se prohíben las restricciones cuantitativas a las importaciones. Las disposiciones del Código Arancelario 9958 se aplican tanto a las ediciones especiales destinadas al Canadá de revistas que también se publican en versiones destinadas a lectores de otros países (es decir, las "ediciones separadas") como a las revistas producidas únicamente para el Canadá. En ambos casos, la prohibición de las importaciones se aplica incluso si la revista contiene una pequeña cantidad de anuncios dirigidos principalmente a lectores canadienses: un único anuncio en el caso de publicaciones "con ediciones separadas" y el 5 por ciento o más del espacio de anuncios en el caso de la generalidad de las revistas. La prohibición elimina esas revistas del mercado de las revistas del Canadá y asegura que sólo las revistas canadienses puedan competir para obtener los anuncios destinados a los canadienses. El Canadá adoptó esa medida con el objetivo concreto de asegurar que las revistas canadienses pudieran disfrutar de

40 11una

serie de medidas para asegurar que las revistas con un contenido editorial

productos en el mercado canadiense pero no están sujetas al pago de impuestos sobre la renta en el Canadá. Esto sería más que una laguna, habida cuenta del carácter abierto de la economía canadiense y del grado de penetración de las importaciones. Destruiría en gran parte la eficacia de las medidas en materia de impuestos sobre la renta.

3.9 El Canadá señaló a la atención del Grupo Especial el informe del Grupo Especial encargado de examinar el asunto *Comunidad Económica Europea - Reglamento relativo a la importación de piezas y componentes*³⁶ ("*CEE - Piezas y componentes*") que introduce un criterio de comprobación muy estricto de la aplicación del apartado d) del artículo XX, en virtud del cual las medidas no conformes deben ser necesarias para lograr el cumplimiento de otra ley y no únicamente para asegurar que se cumplan los objetivos de esa ley. Este criterio de comprobación es por completo

3.15 El **Canadá** manifestó que el Grupo Especial encargado de examinar el asunto *EE.UU. - Artículo 337*³⁹ sostuvo que el término "necesarias" requería que se recurriera a las medidas que fueran menos restrictivas del comercio. El Canadá afirmó que no existían otras medidas, menos restrictivas o de otra índole, que permitieran lograr el objetivo de que se trataba. Si se pudieran importar publicaciones con ediciones separadas con anuncios destinados al Canadá puestos a

interpretarse en el sentido de que abarcaba "... las restricciones equivalentes a una discriminación arbitraria o injustificable en el comercio internacional aplicadas en la forma de una medida formalmente comprendida en el ámbito de una de las excepciones enumeradas en el artículo XX".⁴⁰ El carácter "arbitrario" e "injustificable" de la prohibición a las importaciones es evidente desde el punto de vista sentido

Órgano de Apelación encargado de examinar el asunto *Estados Unidos - Pautas para la gasolina reformulada y convencional*, adoptado el 20 de mayo de 1996, WT/DS2/AB/R, página 29.

⁴¹Informe del Grupo Especial encargado de examinar el asunto *Estados Unidos - Prohibición de las importaciones de atún y productos de atún procedentes del Canadá*, adoptado el 22 de febrero de 1982, IBDD 29S/97.

⁴²Informe del Grupo Especial encargado de examinar el asunto *Estados Unidos - Importaciones de ciertos sistemas de resortes para automóviles*, adoptado el 26 de mayo de 1983, IBDD 30S/114.

país. El objetivo del impuesto es proteccionista, es decir, dicho objetivo es asegurar que únicamente los productores canadienses de revistas obtengan todos los ingresos derivados de la publicidad dirigida específicamente a los lectores canadienses. El impuesto canadiense sobre las revistas está destinado a asegurar que los editores que tienen su base en el extranjero no adopten la opción comercialmente atractiva de publicar una edición separada destinada al mercado canadiense de una revista existente. Una edición de ese tipo estaría sujeta a un impuesto especial de consumo prohibitivo del 80 por ciento. Esto significa que los productores extranjeros de revistas que consideran la posibilidad de vender sus productos en el mercado canadiense no pueden utilizar las economías de escal

de Revistas Canadienses cuyo mandato era "recomendar medios encaminados a actualizar las medidas vigentes [de apoyo al sector de

3.28 El Canadá explicó que había una correlación directa entre distribución, ingresos por publicidad y contenido editorial. Cuanto más grande era la distribución, mayor era

el costo de producir la edición separada. Como ya ha recuperado sus costos fijos en el mercado propio, que es más amplio, esa posibilidad constituye una perspectiva alentadora para una revista extranjera.

3.31 El Grupo de Estudios sobre la Edición de Revistas Canadienses se estableció con motivo de la publicación prevista de *Sports Illustrated Canada*. Esa revista era una edición separada impresa en el Canadá utilizando textos transmitidos electrónicamente desde los Estados Unidos. El contenido editorial de *Sports Illustrated Canada* era casi era

del servicio. Los dos consumidores son los lectores y los anunciantes. Todas las revistas se caracterizan por esa dualidad fundamental, que representa dos productos económicos diferentes.

3.34 El GATT de 1994 establece las normas que regulan el comercio internacional de productos. Las obligaciones centrales del GATT de 1994 son las concesiones arancelarias en virtud de las cuales los Miembros de la OMC se comprometen (con arreglo al artículo II y a las Listas) a limitar el nivel de los aranceles que imponen a las importaciones procedentes de otros Miembros. Una segunda obligación es el trato de la nación más favorecida ("NMF") contenida en el artículo I. Los artículos III a XVII abarcan la mayor parte de las demás obligaciones sustantivas del GATT de 1994. Esas obligaciones se aplican

obtener ventajas en virtud de un acuerdo aplicable que han quedado excluidas en virtud de otro acuerdo aplicable, correría el riesgo de introducir incertidumbre en la relación entre las disciplinas del AGCS y el Acuerdo General.

3.36 Los **Estados Unidos** sostuvieron que el argumento del Canadá no tenía fundamento porque: 1) no había nada en el AGCS que implicara una reducción o eliminación de las obligaciones que el Acuerdo General había impuesto desde 1947; 2) el AGCS no tenía primacía alguna sobre el Acuerdo General en relación con las medidas que afectaban el comercio de mercancías; y 3) el Canadá podía cumplir sus obligaciones en virtud del artículo III del Acuerdo General de modo compatible con las disposiciones del AGCS. No hay indicación alguna en el Acuerdo por el que se establece la OMC, en el Acuerdo General o en el AGCS de que la adopción del AGCS se hizo con intención de limitar el ámbito de aplicación del GATT de 1994. Si los negociadores hubieran tenido intención de adoptar un principio tan fundamental como el que Canadá propone actualmente, no cabe duda de que lo habrían hecho de modo explícito en el texto del Acuerdo General, del AGCS o del Acuerdo por el que se establece la OMC. En ausencia de esa indicación o de un conflicto irreconciliable -y el Canadá no puede mostrar que existan en este caso ninguna de esas dos cosas- el Acuerdo General y el AGCS deben aplicarse con arreglo a sus propias normas. (Es teóricamente posible que ambos acuerdos puedan abarcar una misma medida y que ésta pueda violar cada uno de ellos. De hecho, una medida también puede violar más de un acuerdo sobre el comercio de mercancías, a condición de que la medida entre en el ámbito de aplicación de cada acuerdo y no sea compatible con las disposiciones de cada uno de ellos.) Por otra parte, los negociadores de la OMC establecieron una norma para enfrentarse a los conflictos entre el GATT de 1994 y los Acuerdos Multilaterales sobre el Comercio de Mercancías en el Anexo 1A del Acuerdo sobre la OMC.⁵¹ Con arreglo a sus propias disposiciones, el párrafo 2 del artículo III del Acuerdo General abarca los impuestos aplicados "directa o indirectamente" a los productos, y el párrafo 4 de ese artículo se aplica también a las medidas que afectan a los *servicios* relacionados con las mercancías, como los de "distribución" y "transporte".

3.37 La decisión del Canadá de no incluir compromisos pertinentes relativos a los servicios de publicidad en su Lista de Compromisos Específicos del AGCS significa que el Canadá no asume determinadas obligaciones del AGCS en relación con esos servicios. Pero no por ello el Canadá aísla todas las medidas que tienen una conexión con la publicidad del examen en virtud

del GATT de 1994. Los negociadores del AGCS simplemente han establecido nuevas normas para un sector del comercio internacional al que no eran aplicables las normas vigentes. Al hacerlo, no han redefinido el ámbito de aplicación del artículo III del GATT de 1994. La interpretación sugerida por el Canadá del ámbito de aplicación del artículo III con respecto a las disposiciones relativas a servicios hubiera sido la misma en 1993 antes de que el AGCS entrara en vigor.

los Estados Unidos para las Cuestiones Comerciales así lo reconoció en el documento *1995 National Trade Estimate Report on Foreign Trade Barriers* (NTE), en el que se enumeraban y describían bajo el epígrafe Obstáculos a los servicios⁵² las prácticas canadienses relativas a la publicidad en ediciones separadas.

3.42 Los **Estados Unidos** respondieron que la sugerencia del Canadá de que el Acuerdo General o el AGCS debería aplicarse sobre la base de "las características dominantes o fundamentales de la actividad económica de que se trate" era simplemente un criterio de comprobación que el Canadá se había inventado. Como las demás afirmaciones del Canadá relativas al AGCS, no encuentra confirmación alguna en los Acuerdos de la OMC ni en la historia de su negociación. La adopción de ese criterio de comprobación alteraría los derechos y obligaciones de los Miembros de la OMC, en violación del párrafo 2 del artículo 3 del ESD. Los Estados Unidos manifestaron que, aunque el Canadá hacía referencia a la necesidad de evitar conflictos entre el Acuerdo General y el AGCS, no había logrado identificar exactamente cuáles eran esos conflictos. Un "conflicto" verdadero entre los dos acuerdos sólo surgiría cuando el cumplimiento de un acuerdo diera necesariamente como resultado el incumplimiento del otro. Esto no sucedía en el caso del impuesto especial de consumo. Aplicar impuestos a revistas con ediciones separadas de manera compatible con el Acuerdo General (es decir, a una tasa no superior para las ediciones separadas que para las ediciones no separadas) no obligaba en ningún modo al Canadá a violar sus obligaciones en virtud del AGCS relativas a los servicios de publicidad o a cualquier otro sector de servicios. Además, no había nada que fuera "no compatible" en las obligaciones que los dos acuerdos imponían al Canadá. Los Estados Unidos también afirmaron que aunque el informe NTE de 1995 mencionado del Representante de los Estados Unidos para las Cuestiones Comerciales incluía el impuesto especial de consumo y otros obstáculos canadienses análogos bajo el epígrafe de "Obstáculos a los servicios", el informe indicaba que esas prácticas "limitaban el acceso de los Estados Unidos al mercado canadiense respecto de las *publicaciones* y los anuncios en medios de difusión" (cursivas añadidas). En el informe NTE de 1996, los Estados Unidos examinaron las restricciones canadienses a las publicaciones de los Estados Unidos bajo el epígrafe "Políticas relativas a las importaciones" y no bajo el de "Obstáculos a los servicios".

"Impuestos aplicados directa o indirectamente a los productos"

3.43 Los **Estados Unidos** sostuvieron también que el impuesto entraba dentro del ámbito del artículo III porque se aplicaba a las ediciones separadas que, como todas las revistas, eran "productos" a los efectos del Acuerdo General. Las revistas son productos materiales manufacturados, comercializados y, cuando no existe una prohibición como la impuesta por el Canadá, importados. Aunque el monto del impuesto se *calcula* sobre la base del "valor de todos los anuncios en la edición", el impuesto *se aplica* a cada edición separada. Con arreglo a la disposición canadiense, el impuesto se aplica "respecto de cada edición separada de una publicación periódica". Además, el impuesto se aplica a cada número publicado. Asimismo, la obligación de pagar el impuesto corresponde a quienes producen o comercializan la revista como producto final, como el editor, el distribuidor, el impresor o el vendedor mayorista, *en oposición a quienes diseñan la publicidad o compran espacio publicitario*. Finalmente, incluso el método de cálculo del impuesto se basa en los ingresos obtenidos de un elemento que forma parte integrante de la revista material misma: los anuncios impresos. Por consiguiente,

los el impuesto especial de consumo se aplica a las publicaciones. 52 538.08 a. 92 187.44 Tm/F20 11 Tf0 1 /F20TBT1 0 0 1 1

*impuestos y prácticas de etiquetado respecto de los vinos y bebidas alcohólicas importados*⁵⁸ se dio una interpretación del término "indirectamente" que era compatible con esa opinión:

"El Grupo Especial constató ... que, de las expresiones "directa ni indirectamente" e "impuestos ... interiores, de cualquier clase que sean", se deducía que, para determinar si había una discriminación tributaria, era preciso tener en cuenta no sólo el tipo del impuesto interior aplicable, sino también los

durante la última ronda de Negociaciones Comerciales Multilaterales.

un factor que caracterice una medida relacionada con una de sus actividades a los efectos de determinar qué tratados de la OMC se aplican a ella. Los únicos factores aplicables son el carácter de la medida y el ámbito de aplicación de cada uno de los dos tratados.

3.55 No hay contradicciones en el enfoque del Canadá. El Canadá

tan elevado que es probable que desalentara por sí solo a los productores de comercializar ediciones separadas importadas. En el contexto del Acuerdo General está totalmente resuelta la cuestión de que el nivel de las importaciones reales no constituye un fundamento para considerar si existe una violación del artículo III del Acuerdo General. El Grupo de Trabajo de 1949 encargado de examinar el asunto *Impuestos interiores aplicados por el Brasil* manifestó que las obligaciones del artículo III "eran aplicables igualmente tanto si las importaciones de otras partes contratantes eran sustanciales, pequeñas o inexistentes".⁵⁹ Esto es debido a que el objetivo del artículo III no es proteger las expectativas referentes a los

extranjero no son "productos similares" en el sentido de lo dispuesto en el párrafo 2 del artículo III y son distinguibles sobre la base de su contenido, que es la característica fundamental de cualquier revista. Las revistas son diferentes de los artículos ordinarios de comercio. Por su carácter mismo, las revistas están destinadas a un consumo intelectual en oposición a una utilización física (como una bicicleta) o un consumo físico (como los alimentos). De ahí se deduce que el v.08 693.84 Tm/F20 11 Tf(o)477.8

con papel impreso y grapas, es obvio que de ello se deduzca que todas las revistas son exactamente iguales. El argumento de los Estados Unidos implica incluso, cuando hace referencia a la partida arancelaria canadiense 49.02, que los periódicos, las revistas y otras publicaciones periódicas son productos similares. Esto nos lleva al segundo

La gente se preocupa por sus propios asuntos y sus propias comunidades. Las publicaciones periódicas constituyen el espejo de estas comunidades. El contenido de una publicación de una comunidad diferirá necesariamente del que se haya concebido para otra.

3.70 Por lo demás, las únicas revistas concretas que Estados Unidos ha optado por presentar en este caso son *Pulp & Paper*⁶³, que no constituye una edición separada y no tiene relación con la Ley sobre el Impuesto Especial de Consumo, *Paris Match* y *The*

siendo idéntica a la vendida en el extranjero, en tanto el editor no incluyese publicidad dirigida a los canadienses. Esto indicaba que la base real de la distinción era simplemente si la revista podía competir por los ingresos derivados de la publicidad con las revistas canadienses de producción exclusivamente nacional. Ese es, en realidad, un propósito que el Canadá no oculta. Por último, incluso si de algún modo se pudiera dar crédito al argumento del Canadá de que, mediante el impuesto especial de consumo está tratando de asegurar el "contenido original" de las revistas vendidas en el país, este propósito sería igualmente ilegítimo. Si el GATT permitiese que los gobiernos impusieran la condición de que las mercancías importadas fuesen diseñadas exclusiva o principalmente para sus mercados, se podría aislar fácilmente a éstos de las ventajas económicas comparativas de otros Miembros de la OMC. Tal resultado socavaría las bases del comercio internacional.

3.73 En su reciente informe sobre el asunto *Japón - Bebidas alcohólicas*, el Órgano de Apelación adoptó un enfoque análogo al que había adoptado el Grupo Especial en el caso *Estados Unidos - Pautas para la gasolina*, al centrar su atención en las diferencias objetivas entre los *productos*, para apreciar la

del Órgano de Apelación de que en el análisis de lo que son "productos similares" debían tenerse en cuenta "las *diversas* características de los productos en determinados casos".⁶⁷ El contenido editorial es sólo uno de los atributos de una revista, entre muchos. El tipo, textura, color, espesor e incluso perfume del papel pueden ser importantes factores que influyan en el interés que despiertan en el mercado. Las dimensiones de la revista, la manera en que están unidas sus páginas, los tipos de imprenta y el aspecto de la tinta, pueden ser también importantes. Asimismo, es posible que sea un factor en la decisión de compra del consumidor el tipo,

no se venda fuera del país. Exactamente la misma revista estaría sujeta al impuesto si se vendiese tanto en el Canadá como en el extranjero y contuviese en la versión vendida en el Canadá un anuncio que difiriese del de la versión vendida en el exterior. No obstante, la misma revista no estaría sujeta al impuesto si se vendiese tanto dentro como fuera del Canadá pero no contuviese ese anuncio. Así pues, el impuesto especial de consumo no distingue, en realidad, entre las revistas según su contenido editorial, y menos aún según la orientación de éste. En lugar de ello, el impuesto se aplica sobre la base de factores vinculados con el hecho de que una revista se produzca para más de un mercado, y relacionados con su contenido publicitario. El párrafo 2 del artículo III no autoriza a los gobiernos a distinguir entre productos por lo demás similares en función de tales factores empresariales y comerciales.

3.83 Por lo que respecta a la afirmación del Canadá de que el análisis de los Estados Unidos de la similitud de los productos en relación con el impuesto especial de consumo es inaceptable por su carácter general y conduciría necesariamente a la conclusión de que *todas* las revistas son el mismo producto similar, con independencia de su contenido, el Órgano de Apelación dejó aclarado en *Japón - Bebidas alcohólicas* que la similitud

como tal, sino si existe una diferencia entre los dos productos de que se trata: la reproducción de una revista extranjera en edición separada, por una parte, y la revista nacional de contenido original por la otra. Y nada de lo que han dicho los Estados Unidos arroja duda alguna sobre la afirmación de que la diferencia sería obvia para cualquier lector. Esto nada tiene que ver con un trato subjetivo y variable que depende de factores extraños, como aquel al que se refiere el informe del Grupo Especial sobre el asunto *Estados Unidos - Pautas para la gasolina*. Aquella situación evidentemente no tenía relación alguna con diferencias objetivas entre los productos. El hecho de que la gasolina hubiese pasado por las manos de refinadores, mezcladores o productores, o los datos de que era probable que dispusiesen esas distintas compañías, no introducía diferencia alguna en cuanto a las características del producto. La gasolina es la gasolina, pero cualquier examen cuidadoso permitirá advertir que las diferencias de contenido entre las ediciones separadas y las revistas canadienses originales son características de los productos en sí mismos.

3.87 En algunas ocasiones los Estados Unidos se refieren a las ediciones separadas como a un método de producción. En realidad, no se trata de un método de producción, sino de un tipo determinado de revista. Los Estados Unidos afirman que trazar una distinción para favorecer un método de producción sobre otro tiene consecuencias proteccionistas que no deben admitirse en el marco del GATT. Esto refleja la tesis de un pasaje de la decisión adoptada en el asunto *Estados Unidos - Medidas que afectan a las bebidas alcohólicas y derivadas de la malta* ("*Estados Unidos - Bebidas derivadas de la malta*"), que fue expresamente rechazada en el caso *Japón - Bebidas alcohólicas*.⁶⁸ En cualquier supuesto, ello constituye una descripción inexacta de la legislación, que no introduce distinciones basadas en el método de producción sino en el contenido del producto. El argumento de los Estados Unidos relativo a la similitud de los productos se basa en una lectura muy abstracta de la legislación canadiense, aislada del contexto del mundo real. Procede en realidad de la negativa a tener en cuenta el efecto de la distinción entre el contenido original y el contenido reproducido, en la que la legislación se funda. Pero sólo teniendo en cuenta el efecto de la distinción es posible determinar si en realidad la legislación conduce a gravar más ciertos productos importados que otros productos nacionales similares.

3.88 El Canadá se refirió a la afirmación de los Estados Unidos de que el contenido canadiense o la perspectiva canadiense carecían de importancia jurídica y de que un grupo especial debía determinar la distinción que realmente hacía la medida y no una distinción que podía haber hecho pero no hacía. En realidad, la cuestión consiste en establecer lo que la legislación realmente hace: no simplemente lo que dice, sino lo que hace. Es evidente que la base de la legislación -un contenido reproducido de ~~legislación extranjera~~ tiene efectos concretos. Estos son efectos que cualquier lector puede ver:

no

3.89 Los **Estados**

que operan en el

3.95 Con respecto al argumento canadiense de que la aplicación de su prohibición de importar mediante una disposición de su código arancelario constituye una prueba de que *hay* diferencias de clasificación arancelaria entre las ediciones separadas y las que no lo son, el Órgano de Apelación en el asunto *Japón - Bebidas alcohólicas* se refería a la

Apel

extranjero", lo que significa publicaciones periódicas producidas en el Canadá pero que repiten un contenido editorial extranjero. Este es un concepto que simplemente carece de significado jurídico en el contexto del párrafo 2 del artículo III. Un producto que se produce en el país, y no se transporta físicamente a través de la frontera, no es un producto importado. Y si no hay un producto importado, no hay nada a lo que pueda aplicarse el artículo III. Pero incluso si hubiera ediciones separadas importadas en el mercado canadiense, la ausencia de discriminación resultaría clara. Algunas revistas importadas pueden estar sujetas al impuesto, pero no en mayor medida que las ediciones separadas producidas en el país que eran y siguen siendo el objeto principal de la legislación. Por tal razón, la medida es compatible con el párrafo 2 del artículo III tanto considerada en sus propios términos como en su funcionamiento y efectos prácticos. No existe razón alguna por la cual una medida que no es discriminatoria ni en su forma ni en sus efectos *-ni de jure ni de facto-* ha de considerarse incompatible con el párrafo 2 del artículo III.

3.99 Como ha observado el Órgano de Apelación en el caso *Estados Unidos - Pautas para la gasolina* en relación con el párrafo 4 del artículo III, cuando hay "identidad de trato -es decir una igualdad

que se trata de clases de productos, no de

incompatible con la reciente *Japón - Bebidas alcohólicas* el shochu eran productos similares al aplicado al shochu nacional a lo dispuesto en la primera el Órgano de Apelación.

3.106 Los Estados Unidos de "efecto discriminatorio" importaciones frente a los pr equivalía a sostener que un compensado por un trato más caso *Estados Unidos - Artículos* favorable con un trato más favorable acerca de las condiciones de así el propósito al que respone sobre el caso *Estados Unidos* exige que el trato otorgado a productos nacionales más favorables, revistas, importadas o nacionales hecho de que las revistas importadas nacionales que no lo son, el del párrafo 2 del artículo II

3.107 A juicio de los Estados no significa que la discriminación de esa disposición, o que est

en el asunto
el vodka y
po superior
infracción
armad

- "1) si los productos importados y los productos nacionales son productos "directamente competidores o que pueden sustituirse directamente" y que compiten entre sí;
- 2) si los productos importados y nacionales directamente competidores o directamente sustituibles entre sí *no están sujetos "a un impuesto similar"*

cualitativas de igual importancia pueden también tener un efecto equivalente a un cambio de precio: la calidad del contenido, el atractivo del material gráfico, el interés intrínseco de los artículos.

3.117 A juicio de los **Estados Unidos**, la propia existencia del impuesto era por sí misma una prueba de la competencia en el mercado entre las revistas que eran ediciones separadas y las que no lo eran. El Canadá no habría llegado a extremos tan extraordinarios para mantener fuera de su mercado ediciones separadas que no compitiesen con otras revistas del mercado canadiense. Como ha reconocido el propio Canadá, las ediciones separadas compiten con las revistas producidas enteramente en el país por los ingresos publicitarios, lo que demuestra que compiten por los mismos lectores. El único motivo por el que las empresas insertan anuncios en las revistas es para llegar a los lectores. Una empresa sólo considerará que las ediciones separadas son una alternativa publicitaria aceptable frente a las demás revistas, si tiene alguna razón para creer que los productos que esas ediciones separadas constituyen son en sí mismos una alternativa aceptable frente a las demás revistas, a los ojos de los lectores. Según los Estados Unidos, el Canadá reconoce que "los lectores atraen a los anunciantes" y que "los editores canadienses están dispuestos a competir con revistas publicadas en todo el mundo a fin de conservar sus lectores, pero la competencia es encarnizada".

3.118 El Informe del Grupo de Estudios sobre la Edición de Revistas Canadienses contiene un reconocimiento adicional de que las revistas producidas para el mercado canadiense y las demás revistas pueden sustituirse entre sí:

"Las revistas [de editores canadienses] en idioma inglés destinadas a los consumidores se enfrentan en sus ventas con una considerable competencia de las revistas importadas. En gran medida ello se debe a que la mayoría de las revistas proceden de los Estados Unidos y *son un sustituto muy semejante* ... Es razonable prever que el contenido de las revistas estadounidenses será de interés para los canadienses ..."

En el mismo informe se observa también que "existe una considerable competencia de precios" en los quioscos entre las revistas nacionales y las importadas⁷⁸, y que:

"el efecto inicial de la introducción de ediciones regionales canadienses de revistas extranjeras en el mercado publicitario del Canadá sería una pérdida de páginas publicitarias en las publicaciones canadienses que ofrezcan a los anunciantes un público de características demográficas similares".⁷⁹

El Ministro del Patrimonio Cultural Canadiense, el Excmo. Sr. Michel

Funcionarios del Gobierno canadiense han reconocido repetidas veces fuera de estas actuaciones que las revistas

producidas exclusivamente para el mismo y son sustitutos muy semejantes de éstas. La "propia magnitud de la diferencia impositiva" -un impuesto del 80 por ciento sobre las primeras y ningún impuesto sobre las últimas- es prueba de la aplicación protectora del impuesto especial de consumo canadiense, ya que éste grava *sólo* a las ediciones separadas y está fijado a un nivel prohibitivo. La estructura y el diseño del impuesto son claros: el mismo hace antieconómico vender cualquier revista que contenga anuncios destinados a los canadienses y que se produzca para otro mercado, o para el Canadá y otro mercado. De esta manera, la medida aísla al sector nacional de edición de revistas del Canadá, de la competencia de las ediciones separadas importadas. Los términos del impuesto se redactaron deliberadamente de manera que apuntasen a la revista *Sports Illustrated*, orientasen a los ingresos publicitarios exclusivamente hacia las revistas producidas en el país y eliminasen las ventajas competitivas conferidas a las ediciones separadas por sus economías de escala. *Sports Illustrated Canada* interrumpió su publicación en el Canadá con el número de fecha 12 de diciembre de 1995. Time Warner sigue ofreciendo en el Canadá suscripciones a la edición nacional estadounidense de *Sports Illustrated* y vende también en los quioscos de ese país dicha edición. Estos ejemplares se imprimen en los Estados Unidos y se exportan al Canadá.

3.122 El **Canadá** sostenía que no aplicaba el impuesto especial de consumo a las publicaciones periódicas importadas de manera que se protegiese la producción de publicaciones canadienses. La Parte V.I de la Ley sobre el Impuesto Especial de Consumo no afecta a la posibilidad de que las publicaciones periódicas extranjeras sean introducidas en el Canadá y tengan una participación muy importante en el mercado canadiense. La Ley sobre el Impuesto Especial de Consumo se aplica de la misma manera a todas las publicaciones periódicas que constituyen ediciones separadas -dondequiera que se produzcan. Contra lo que afirman los Estados Unidos, el propósito de la Parte V.I de la referida Ley no es proteger la producción de publicaciones periódicas en el Canadá, sino evitar que se desvíen ingresos publicitarios hacia revistas basadas en un contenido producido para mercados extranjeros, y asegurar así la producción de un contenido editorial para los canadienses.

3.123 El propósito del artículo III es proteger la relación de competencia entre las mercancías nacionales y las importadas. Como se ha declarado en el informe sobre el cas466.56 395.28 Tm/F20 11 2.08 Tm/F20 11 Tf11

- b) no se basa en el origen material de las publicaciones periódicas, que es lo que se contempla en la referencia a la "producción nacional"; y
- c) lejos de tener un propósito proteccionista constituye una respuesta legítima a un abuso anticompetitivo en el campo de la publicidad, que tiene por objetivo último de asegurar la supervivencia de una cultura canadiense distintiva.

3.125 Dado que el GATT de 1994, incluido su artículo III, se aplica al comercio de mercancías, la expresión "producción nacional" debe referirse a la producción material de la mercancía. Esto es, su fabricación, cultivo, extracción, etc. El artículo III del GATT de 1994 no trata de la relación de competencia entre proveedores de servicios, tales como

3.129 Proteccionismo significa protección contra productos importados. No puede hablarse de aplicación proteccionista de una medida que no está dirigida a productos importados como tales, y que de hecho no tienen un efecto desproporcionado sobre productos importados. El impuesto especial de consumo no está dirigido a las ediciones separadas importadas y -lo que es más importante- no tiene (ni tendría) un efecto mayor sobre las ediciones separadas importadas que sobre las revistas del mismo tipo producidas en el país. No hay duda de que el impuesto aísla a las revistas canadienses de una forma determinada de competencia en el sector de la publicidad. No obstante, no aísla a los productores canadienses de la competencia que proviene específicamente de las ediciones separadas *importadas*. Los Estados Unidos caracterizan de manera fundamentalmente errónea la situación cuando afirman que "la medida aísla al sector nacional de edición de revistas del Canadá de la competencia de las ediciones separadas importadas". No es ése el efecto del impuesto. Éste afecta a las ediciones separadas en general, no sólo a los productos importados. Es un error pensar que las ediciones separadas son intrínseca o presuntamente un producto importado. El efecto real del impuesto en la práctica ha sido hasta ahora muy claro. Ha impulsado a *Sports Illustrated* a trasladar su producción destinada al mercado canadiense *fuera* del Canadá, volviéndola a establecer a los Estados Unidos. El efecto ha sido reemplazar productos nacionales por productos importados. Esto es exactamente lo contrario de lo que se entiende por proteccionismo. Incluso con independencia de lo que sucedió en el caso de *Sports Illustrated*, la producción local de una edición separada -una edición regional- es eminentemente razonable desde el punto de vista comercial.

3.130 Los **Estados Unidos** estimaban que la naturaleza proteccionista del impuesto resultaba evidente por su carácter confiscatorio, por las declaraciones formuladas por el Gobierno canadiense con respecto al impuesto tanto antes como después de su aprobación y por la manera en que éste se aplicaba. Su fecha de entrada en vigor se fijó deliberadamente de modo que eliminase la edición separada de la revista *Sports Illustrated*. El impuesto sólo se aplica a las ediciones separadas que comenzaron a publicarse después del 26 de marzo de 1993, algunas semanas antes de que *Sports Illustrated* comenzara a publicar su edición separada canadiense, pero más de *dos años* antes de la aprobación de la ley. Se aplica de una manera que favorece intrínsecamente a los productores establecidos en el Canadá, quienes publicarán revistas destinadas exclusivamente a lectores canadienses con mucha más probabilidad que los productores extranjeros. Los productores establecidos en el

adicional, era sumamente probable que se vendiesen en el Canadá un número considerable de ediciones separadas estadounidenses. El Grupo de Estudios estimaba que podrían ofrecerse en el mercado canadiense 53 revistas estadounidenses destinadas a los consumidores, y 70 revistas estadounidenses económicas y comerciales, y que la mayoría de ellas se introducirían en realidad en el mercado del Canadá.⁸⁶ (En cambio, aunque en el informe del Grupo de Estudios se describe con cierto detalle la estructura del sector de edición de revistas del Canadá, no se menciona la existencia de ediciones separadas de publicaT1 0 0 1 131.76 667.68 31 73.68 667.68 Tm/F20 11 T194(de)licaT1 0 0(CaBT1 0 0 1 124..8

detallado de la conducta de determinados participantes en el mercado y de su situación en el mismo, y no tienen por objeto retirar del mercado categorías enteras de productos. En realidad, sería difícil imaginar un remedio menos favorable a la competencia que el

obstante, ello refuerza la validez de la distinción que hace el Canadá entre el contenido original y la producción nacional, como distinción basada en un objetivo de política general que nada tiene que ver con el proteccionismo comercial. Las ediciones separadas de las revistas compiten de manera desleal por los ingresos publicitarios con las revistas corrientes, dado que sus costos editoriales están cubiertos en gran medida en su mercado original.

3.139 En cuanto a la razón por la cual el Canadá no aplicó los procedimientos de la OMC para casos de dumping, por la que preguntan los Estados Unidos, debe señalarse que tales procedimientos, y la legislación nacional canadiense que los puso en vigor, nunca se aplicaron a la publicidad, que es un sector de servicios no comprendido en el GATT, y probablemente no le serían siquiera aplicables. Los Estados Unidos han preguntado también, de hecho, por qué el Canadá no ha utilizado su Ley de Defensa de la Competencia. No existe razón alguna por la que no se puedan adoptar medidas especialmente concebidas para sectores determinados de la economía que tienen características peculiares. En el Canadá, las cuestiones de

no está destinado a generar ingresos fiscales. El impuesto también afecta al *uso* de las revistas que son ediciones separadas, aplicándoles un gravamen prohibitivo siempre que se utilicen para transmitir publicidad al público canadiense. Además, las revistas que son ediciones separadas y las que no lo son constituyen "productos similares" a los efectos del

ley ... sino también aquellas que la empresa acepta voluntariamente con objeto de obtener una ventaja del Gobierno constituyen "prescripciones" en el sentido de la citada disposición ...".⁹⁰

Los editores de revistas que desean utilizar el correo canadiense deben convenir en pagar las tarifas postales que cobra Correos del Canadá. Estas tarifas son prescripciones -o reglamentaciones- en la acepción del párrafo 4 del artículo III.

3.148 También es evidente que las tarifas postales de Correos del Canadá "afectan" a la venta, el transporte y la distribución de las revistas importadas, ya que determinan el costo de utilizar los servicios de esa entidad para transportar las revistas o distribuir las a los abonados del país. Un editor que desee que Correos del Canadá transporte sus revistas y las distribuya a los abonados del Canadá -y prácticamente todas las revistas vendidas por suscripción en el país se distribuyen de esta manera- debe pagar las tarifas postales prescritas por el correo. Las tarifas postales afectan directamente a las condiciones de competencia relacionadas con el transporte del producto y su distribución y venta a los abonados. Por consiguiente, esas tarifas "afectan" a la venta, el transporte y la distribución de las revistas en el Canadá.⁹¹

3.149 Las discriminatorias tarifas postales canadienses tienen efectos particularmente importantes sobre el transporte de revistas en el Canadá. Los redactores del GATT tenían la clara intención de incluir las tarifas cobradas por servicios de transporte proporcionados por el Estado en las disciplinas del artículo III. Las tarifas postales divergentes de Correos del Canadá no se basan en consideraciones económicas neutrales, sino en criterios expresamente discriminatorios, es decir, en el hecho de que la revista sea de origen canadiense o extranjero.⁹²

3.150 El **Canadá** subrayó la importancia de distinguir entre

las

y

sus

considerables (de) TjETBT1 0.0.1 211.29 316.08 Tm/F20 11 T

prácticas

y
acertadas,

los con origen

para

condiciones

sobre

Canada: ~~comptijETBT100195.p4 732.72 Tm/F20 11 T143(e)TjETBT1 0 0 1 95.p4 732.72 Tm/F20 11 T170(un)Tj~~
de asse ~~comptijETBT100195.p4 732.72 Tm/F20 11 T143(e)TjETBT1 0 0 1 95.p4 732.72 Tm/F20 11 T170(un)Tj~~

del Canadá se despoja de su carácter gubernamental cuando aplica las llamadas tarifas "comerciales" y efectúa el reparto de las revistas con sujeción a esas tarifas.

3.158 Correos del Canadá es una entidad de propiedad totalmente estatal creada por el Gobierno con un estatuto especial, y regida por un consejo de administración designado por el ministro responsable de ella. (La existencia de un ministro responsable de Correos del Canadá es una prueba adicional de que se trata de una dependencia del Gobierno Federal del Canadá). El Presidente del Consejo de Administración y el Presidente de Correos del Canadá son designados por el Gobernador en Consejo. En el apartado e) del párrafo 2 del artículo 5 de la Ley de la CCC se establece expresamente que Correos del Canadá es "una institución del Gobierno del Canadá". El Parlamento canadiense creó Correos del Canadá y estableció el mandato para su funcionamiento. Además, el propio mandato de Correos del Canadá de operar, en parte, sobre una base "comercial", ha sido establecido por el Gobierno. El Ministro responsable de Correos del Canadá desempeña una importante función de supervisión. En "El mandato de la Corporación de Correos del Canadá y su desarrollo", el Canadá ha reconocido lo siguiente: el artículo 22 de la Ley de la CCC establece que Correos del Canadá debe cumplir las instrucciones emanadas del ministro responsable de la empresa. Esto confiere al ministro facultades análogas a las que pueden ejercer los accionistas de otras empresas privadas mediante acuerdos unánimes entre ellos.⁹⁵ Así pues, Correos del Canadá es enteramente una creación del Gobierno canadiense, sujeta a su directa supervisión y control.

3.159 Acontecimientos recientes confirman que el Gobierno canadiense considera que Correos del Canadá es una entidad gubernamental que funciona totalmente bajo su dirección y un vehículo para la expresión de la política oficial -incluso mediante sus actividades "comerciales". El 8 de octubre de 1996, la Sra. Diane Marleau, Ministra responsable de la Corporación de Correos del Canadá, presentó la reacción del Gobierno canadiense a un informe publicado por un Grupo de Estudios independiente presidido por el Sr. George Radwanski (el "Informe Radwanski"). En el informe se examinaban cuestiones financieras y de política relacionadas con el futuro de Correos del Canadá.

3.160 El Informe Radwanski era sumamente crítico de Correos del Canadá y, entre otras cosas, acusaba a esta empresa de competencia desleal con sus competidores del sector privado en el suministro de servicios comerciales, tales

- *Correos del Canadá es una institución federal valiosa. Los canadienses han invertido en ella y el Gobierno debe proteger su valor.*
- *Correos del Canadá seguirá siendo una empresa de la Corona y no se privatizará, mientras continúe desempeñando una función de política general." ...⁹⁷*

3.161 Con respecto a los servicios comerciales de mensajería de Correos del Canadá, la Ministra Marleau declaró que

"Mientras Correos del Canadá siga desarrollando este tipo de actividades, debe competir en condiciones de igualdad. Como ya he señalado, las actividades de Correos del Canadá deben desarrollarse de acuerdo con los principios de equidad, transparencia, franqueza y responsabilidad."⁹⁸

Estos extractos confirman que el Gobierno canadiense considera que Correos del Canadá es una institución del Gobierno federal canadiense y que el Gobierno es plenamente responsable de las actividades de esa empresa -incluso las que lleva a cabo en sectores comerciales.

3.162 Las llamadas tarifas postales "comerciales" (no subvencionadas) de Correos del Canadá muestran la influencia de consideraciones de política oficial del Canadá que nada tienen que ver con las relacionadas con el mercado. A pesar de la afirmación del Canadá de que las tarifas para las publicaciones comerciales "son las aplicadas a todos los editores (canadienses o no) que no reúnen las condiciones establecidas para gozar de ... la subvención" concedida por el Patrimonio Cultural Canadiense, de hecho sólo algunos tipos de publicaciones reúnen las condiciones para la aplicación de tarifas postales comerciales. Entre los criterios aplicados se cuentan: el contenido de la publicación (por ejemplo, publicaciones dedicadas a la religión, las ciencias, la crítica social o literaria), la cantidad de espacio que dedica a la publicidad, y la

(por

3.164 El **Canadá** adujo que el hecho de que una

corresponda, que son establecidas y aprobadas por la dirección superior de Correos del Canadá. No son establecidas en reglamentos del Gobierno del Canadá.

3.168 La Corporación de Correos del Canadá es una empresa que tiene una personalidad jurídica propia. Puede formalizar contratos con independencia del Gobierno. Celebra contratos con el Gobierno para la prestación de servicios postales y de otra índole. La Corporación está obligada a pagar al Estado el impuesto sobre la renta de las sociedades, que grava sus ingresos.⁹⁹ Contrariamente a lo que afirman los Estados Unidos, los empleados de la Corporación no son funcionarios del Gobierno. En realidad, el artículo 12 de la Ley de la CCC autoriza a la Corporación a contratar empleados, establecer sus condiciones de trabajo y pagar sus remuneraciones. El régimen legal¹⁰⁰ aplicable a los funcionarios del Gobierno no se aplica a los empleados de Correos del Canadá, cuyas condiciones de trabajo y relaciones laborales se rigen por las disposiciones del Código del Trabajo del Canadá que se aplican al sector privado en el ámbito federal.¹⁰¹ Además, si los empleados de Correos del Canadá tuvieran la condición de funcionarios gubernamentales, no hubiera sido necesario incluir una disposición especial interpretativa en la Ley a fin de preservar los derechos de pensión de los empleados cuando se creó la Corporación. Las características que se acaban de mencionar no son ciertamente los de una empresa sobre la cual el Gobierno canadiense tenga un "nivel directo de control administrativo", como los Estados Unidos sostienen ante el Grupo Especial.

3.169 El grado de control que el Gobierno ejerce sobre las operaciones comerciales de Correos del Canadá está determinado por los intereses del Estado como accionista. El Gobierno exige una administración financiera eficiente de las actividades de la Corporación y un beneficio equitativo por su inversión en el capital de la empresa. Para alcanzar este objetivo, la Corporación debe ofrecer servicios satisfactorios a los clientes, a precios competitivos que obtengan un máximo de beneficios. En un entorno competitivo, la política de precios de la Corporación debe tener en cuenta los principios económicos básicos de la oferta y la demanda. En consecuencia, la Corporación debe considerar las consecuencias que sus tarifas postales comerciales tendrán sobre

comerciales aplicables a las publicaciones canadienses.¹⁰² La voluntad de la Corporación de concertar estos acuerdos de tarifas especiales se debe a que las grandes casas de edición

financiadas acordadas, a todas las publicaciones existentes y a las nuevas publicaciones que, a juicio del Patrimonio Cultural Canadiense, cumplan las condiciones acordadas. Si el editor de una publicación que puede obtener este servicio prefiere distribuir esa publicación por medio de otra empresa, no tendrá acceso a las tarifas especiales porque el Patrimonio Cultural Canadiense ha negociado el suministro exclusivo con Correos del Canadá durante el término de duración del contrato.

3.174 Con respecto a la utilización del Informe Radwanski por los Estados Unidos, el examen del mandato consistió en parte en un examen de la procedencia del monopolio que el Gobierno concedió a Correos del Canadá para el reparto de correspondencia. Ese informe recomienda, entre otras cosas: 1) que la prestación de un servicio de reparto de correspondencia de carácter universal y la uniformidad de los precios deben constituir elementos integrales del mandato de correos del Canadá; y 2) que el privilegio exclusivo concedido a Correos del Canadá para la distribución de correspondencia se debe mantener en su forma actual. En segundo lugar, el examen del mandato constituyó un examen, por parte del accionista, de la validez de la dirección estratégica, operativa y financiera de Correos del Canadá, y en esta materia el examen del mandato es de una naturaleza similar a los exámenes periódicos realizados en el sector privado por los accionistas de compañías de propiedad pública o privada. Las recomendaciones contenidas en dicho informe no constituyen, ni total ni parcialmente, la expresión de políticas gubernamentales, sino recomendaciones al Gobierno para su examen. El Gobierno ha rechazado algunas de las recomendaciones, ha adoptado otras y ha

más por el reparto de productos importados que por la entrega de productos nacionales, esto constituiría una clara violación del párrafo 4 del artículo III. Si el Gobierno del Canadá consigue el mismo resultado mediante una discriminación tarifaria de sus propios servicios de reparto, el párrafo 4 del artículo III se debe aplicar de la misma manera. En lo que respecta a los argumentos del Canadá relativos al Informe Radwanski, los Estados Unidos respondieron que, si bien dicho informe no se refería al reparto de publicaciones por correo, abordaba principalmente el correo publicitario y los servicios de mensajeros, que son servicios comerciales. Por lo tanto, las declaraciones formuladas por la Ministra Marleau con respecto a esos servicios en tanto que servicios comerciales, se aplican igualmente al reparto de publicaciones por correo.

La cuestión del producto similar

3.177 Los **Estados Unidos** sostuvieron que las revistas importadas son productos "similares" a las revistas nacionales a los fines del párrafo 4 del artículo III. En las tarifas de Correos del Canadá se hace una distinción entre las revistas, según que sean importadas o producidas en el Canadá. En particular, el Canadá ha establecido dos clases de tarifas para las revistas impresas y publicadas en el Canadá (las tarifas "comerciales" y las tarifas "financiadas"), y una tercera clase de tarifas para las revistas importadas (la tarifa "internacional"). Las revistas que se benefician de las tarifas "financiadas" no sólo deben estar impresas y publicadas en el Canadá, sino que deben reunir otros requisitos, a saber: a) la publicación debe haber sido compuesta y editada en el Canadá; b) el titular del derecho exclusivo de producir y editar la publicación debe ser un ciudadano canadiense o a una empresa controlada por ciudadanos canadienses; y c) la publicación no debe editarse bajo licencia de una casa editorial extranjera, y su contenido editorial no debe ser en lo esencial el mismo de una publicación impresa fuera del Canadá y que no hubiera sido editada anteriormente en el Canadá.¹⁰⁶

3.178 Ahora bien, todas estas categorías de revistas son "productos similares" a los fines del párrafo 4 del artículo III, y la distinción que el Canadá ha trazado entre ellas tiene el único propósito -que por cierto no se disimula- de favorecer a la producción nacional. Las revistas nacionales y las importadas tienen las mismas características físicas y el mismo uso comercial. Ni el lugar en que está situada la producción, ni la titularidad del derecho de publicación ni el hecho de que el contenido editorial aparezca en un número impreso fuera del Canadá hacen que las revistas importadas no sean similares a las producidas en el país, en lo que se refiere a sus características físicas o a su uso final. Las tarifas fijadas por Correos del Canadá para las revistas importadas y las producidas en el país establecen una distinción inadmisibles, basada en el origen de la revista; se trata de una distinción que, de manera evidente, se aplica "de manera que se proteja la producción nacional".

Trato concedido a las revistas importadas y nacionales

3.179 Los **Estados Unidos** alegaron que las tarifas fijadas por Correos del Canadá discriminan a las revistas importadas. Correos del Canadá aplica a las revistas producidas en el país tarifas que son entre un 10 por ciento o un 80 por ciento inferiores a la media de las ~~Canadá~~ tarifas aplicables a

a los productores nacionales. Así, por ejemplo, se determinó que las facilidades de crédito concedidas a los compradores y no a los productores¹⁰⁷, así como los pagos cuyos beneficios pueden ser retenidos en parte por los elaboradores¹⁰⁸, no quedan abarcados por las disposiciones del párrafo 8 b) del artículo III. Del mismo modo, el pago anual que el Patrimonio Cultural Canadiense hace a Correos del Canadá no constituye una subvención a los productores nacionales comprendida en el párrafo 8 b) del artículo III. El Patrimonio Cultural Canadiense no proporciona sus fondos a los productores nacionales. La tarifa postal "financiada", de precio inferior a la tarifa comercial, que se aplica a las publicaciones periódicas editadas en el Canadá no están comprendidas en los términos del párrafo 8 b) del artículo III. Por el contrario, esas tarifas, junto con la tarifa "comercial" y diversos descuentos aplicables sólo a las revistas editadas en el Canadá, forman parte de un sistema de tarifas postales claramente discriminatorio, destinado a aumentar la protección concedida a la industria canadiense de edición de revistas.

3.184 El **Canadá** alegó que los fondos aportados por el Patrimonio Cultural Canadiense a Correos del Canadá para hacer posible que esta Corporación otorgue a las editoriales de publicaciones canadienses tarifas postales reducidas constituyen subvenciones autorizadas por el párrafo 8

tal concepto se utiliza en el asunto *Estados Unidos - Medidas que afectan a las bebidas alcohólicas y derivadas de la malta*, porque se trata de un pago realizado por el Gobierno en beneficio exclusivo de los productores. Sólo es indirecto el mecanismo de pago.

3.186 Por consiguiente, la posición sostenida por los Estados Unidos no se basa en una diferencia de sustancia, sino de forma. La forma concreta en que se paga la subvención carece de importancia para la aplicación del párrafo 8 b) del artículo III, siempre que el pago sea realizado por el Gobierno en beneficio exclusivo de los productores nacionales.¹¹⁰ Antes de que se le conceda el privilegio de utilizar las tarifas postales financiadas, la casa editorial tiene que firmar un acuerdo de servicios con Correos del Canadá. Este simple hecho demuestra que los beneficiarios directos son las casas editoriales. Correos del Canadá es un intermediario y no el beneficiario. Ya sea que la subvención se pague a Correos del Canadá o que se abone directamente a las editoriales, los efectos económicos son los mismos, esto es, que las editoriales que reúnen las condiciones son los beneficiarios de la subvención.

3.187 En términos prácticos, los pagos a las editoriales constituirían un método ineficaz y engorroso para abonar esta subvención. La carga administrativa y financiera que ello supondría reduciría los beneficios del programa. Si el pago se entregara a la editorial canadiense de una revista mensual que reuniera los requisitos, las ventajas de que gozaría esta editorial con relación a la competencia extranjera serían básicamente las mismas. Las editoriales canadienses se encontrarían en la misma situación en que están ahora, es decir, con una ventaja respecto de sus competidores extranjeros. El Patrimonio Cultural Canadiense entrega, pues, a Correos del Canadá un pago acordado en plazos trimestrales. El actual procedimiento es mucho más eficaz porque reduce al mínimo los gastos administrativos generales del Programa.

3.188 Basándose en el informe del Grupo Especial que examinó el asunto *CEE - Primas y subvenciones abonadas a los elaboradores y a los productores de semillas oleaginosas y proteínas conexas destinadas a la alimentación animal*¹¹¹ ("*CEE - Semillas oleaginosas*"), los Estados Unidos alegaron que las subvenciones que no se pagan directamente a los productores no son pagadas "exclusivamente" en el sentido del párrafo 8

3.189 Los **Estados Unidos** alegaron que si el Canadá hiciera los pagos directamente (y exclusivamente) a los productores nacionales de revistas, los Estados Unidos estarían de acuerdo en que tales pagos gozarían de la protección del párrafo 8 b) del artículo III. Sin embargo, con arreglo al sistema canadiense de tarifas postales aplicable a

"se manifestó de acuerdo con la delegación del Reino Unido en estimar que sea como fuere, las disposiciones del apartado b) del párrafo 8 no podían aplicarse en el caso de que se trata, puesto que las facilidades de crédito previstas por la ley se conceden a los compradores de maquinaria agrícola y no pueden ser consideradas como subvenciones abonadas a los productores de esta clase de maquinaria".¹¹⁴

3.193 En ese caso se podría haber alegado que, si bien se concedía una subvención a los compradores de maquinaria agrícola, los beneficios económicos también llegaban directa o indirectamente al productor nacional de la maquinaria, ya que la disponibilidad de créditos a bajo interés destinados a la compra de productos nacionales estimularía las ventas de tales productos. Sin embargo, el Grupo Especial interpretó correctamente la expresión "exclusivamente a los productores nacionales" conforme a

productos "no impedirán la concesión de subvenciones exclusivamente a los productores nacionales", el Grupo Especial no consideró que, como alegaban los reclamantes, la concesión a los productores de tabaco de una subvención procedente de la recaudación del NNCA diera origen a una remisión fiscal incompatible con el párrafo 2 del artículo III."¹¹⁷

3.196 Por último, el Grupo Especial que se ocupó del caso *CEE - Semillas oleaginosas*¹¹⁸ examinó una legislación de la CEE que, como los pagos del Patrimonio Cultural Canadiense a

3.199 Los Estados Unidos admiten que la protección concedida por el párrafo 8 b) del artículo III abarcaría los pagos directos realizados exclusivamente a los editores nacionales de publicaciones periódicas. Al mismo tiempo, los Estados Unidos adoptan un enfoque sumamente formalista, basado en una interpretación muy estrecha del

en determinar si el derecho

que el reparto de un número mayor de revistas canadienses que las estimadas originalmente por Correos del Canadá no incrementaría los ingresos netos de la Corporación. La subvención postal no otorga a la Corporación ningún beneficio particular. El sistema de la CEE brindaba incentivos que favorecían a los elaboradores comunitarios, mientras que no existen medidas similares que favorezcan a Correos del Canadá en el memorándum de entendimiento acordado con el Patrimonio Cultural Canadiense.

3.208 El acuerdo celebrado entre el Patrimonio Cultural Canadiense y Correos del Canadá establece expresamente las tarifas que

3.211 Los **Estados Unidos** expresaron que a lo largo de los años los grupos especiales del GATT habían sido muy cuidadosos al aplicar los términos precisos del párrafo 8 b) del artículo III, evitando ampliar su alcance para abarcar otras medidas que no fueran el pago directo de subvenciones que otorgan beneficios económicos a los productores nacionales. Esta precaución se justificaba ampliamente porque la interpretación amplia del párrafo 8 b) del artículo III que sugiere el Canadá permitiría que los gobiernos utilizaran una gran variedad de medidas discriminatorias para favorecer a los productos nacionales, que se podrían justificar con el argumento de que otorgan beneficios económicos a los productores nacionales. Este resultado podría modificar extraordinariamente el entorno competitivo en los mercados de los Miembros en

~~Estados Unidos~~ que la sugerencia de los Estados Unidos era útil para mejorar la exactitud de las constataciones y modificó
en consecuencia la expresión, tal como aparece actualmente en el párrafo 5.24.

4.4 En lo que respecta al párrafo 5.25 del informe definitivo, los Estados Unidos sugirieron

4.10 Los Estados Unidos formularon también otras propuestas en materia de redacción, relativas a la parte descriptiva, algunas de las cuales fueron aceptadas por el Grupo Especial, que las introdujo en su informe definitivo.

V. CONSTATAIONES

A. Introducción

5.1 La diferencia se origina fundamentalmente en los hechos siguientes: *a)* el Canadá prohíbe la importación de publicaciones periódicas "con ediciones separadas" (publicaciones que tienen un contenido editorial igual o similar a las publicadas en otros países, y que contienen publicidad dirigida al mercado canadiense) en virtud del Código Arancelario 9958. El Código Arancelario 9958 prohíbe además la importación de publicaciones en las que más del 5 por ciento del contenido de publicidad consista en anuncios destinados al mercado canadiense,

"1. Los números de una publicación periódica, cuando se haya determinado que uno de los cuatro números inmediatamente anteriores constituye, con arreglo a los reglamentos que el Gobernador en Consejo pueda adoptar, una edición especial, lo que incluye las ediciones separadas o las ediciones regionales, que contiene publicidad dirigida principalmente a un mercado del Canadá y que no aparece de forma idéntica en todas las

- 2) que las medidas incompatibles respecto de las cuales se alegaba la excepción eran *necesarias* para lograr la observancia de esas leyes o reglamentos; y
- 3) que las medidas se aplicaban de conformidad con las prescripciones de la *cláusula de introducción* del artículo XX".¹²²

Según el Grupo Especial, para justificar la aplicación del apartado d) del artículo XX, era necesario que concurrieran todos esos elementos. En el presente caso adoptaremos el mismo criterio.¹²³

5.8 En primer lugar, en cuanto a si la prohibición de importación establecida en el Código Arancelario 9958 está destinada a lograr la observancia de una ley o un reglamento no incompatible con el GATT de 1994, el Canadá sostiene que ese Código es una medida destinada a lograr el cumplimiento de los objetivos del artículo 19 de la Ley del Impuesto sobre la Renta, que autoriza la deducción de gastos por la publicidad dirigida al mercado del Canadá, con la condición de que los anuncios se publiquen en ediciones canadienses de publicaciones canadienses. Como los Estados Unidos no cuestionan en estas actuaciones la compatibilidad del artículo 19 de la Ley del Impuesto sobre la Renta con el GATT, la cuestión de determinar esa compatibilidad no se ha planteado ante el Grupo Especial. No obstante, los Estados Unidos alegan que el Código Arancelario 9958 no es una medida que esté destinada a "lograr la observancia" de la Ley del Impuesto sobre la Renta".

5.9 La cuestión de interpretación planteada en este caso consiste en determinar cuál es el significado de la expresión "lograr la observancia de leyes y reglamentos", contenida en el apartado d) del artículo XX del GATT de 1994. Sobre esta cuestión, el Grupo Especial que examinó el asunto *Comunidad Económica Europea - Reglamento relativo a la importación de piezas y componentes* llegó a la conclusión de que esta expresión significaba "para hacer cumplir las obligaciones estipuladas en las leyes y reglamentos" y no "para lograr la consecución de los objetivos de las leyes y reglamentos".¹²⁴ El Canadá sugiere que este precedente no se debe aplicar rígidamente en el caso de los incentivos fiscales o económicos en general, y particularmente en el presente caso, porque el Código Arancelario 9958 y la disposición de la Ley del Impuesto sobre la Renta siempre han sido considerados como parte de un conjunto único e indivisible. Este argumento no resulta convincente. El criterio del Canadá lleva intrínsecamente a una situación en la que "[s]iempre que el objetivo de una ley compatible con el Acuerdo General no pudiera conseguirse exigiendo la observancia de las obligaciones estipuladas en dicha ley, podría justificarse, al amparo del apartado d) del artículo XX, la imposición de otras obligaciones incompatibles con el Acuerdo General, invocando la razón de que con ello se lograba el cumplimiento de los objetivos de la ley", como señaló el Grupo Especial antes mencionado.¹²⁵ No encontramos ninguna diferencia que pudiera obviar este problema en el caso de los incentivos fiscales o económicos. No obstante, se debe observar que no examinamos ni emitimos un juicio sobre los objetivos de política

¹²²Informe del Grupo Especial que examinó el caso *Estados Unidos - Pautas para la gasolina reformulada y convencional*, adoptado el 20 de mayo de 1996, WT/DS2/R, párrafo 6.31 (subrayado en el original). La parte pertinente del informe de este Grupo Especial no fue modificada por el Órgano de Apelación.

¹²³Hacemos notar que en un informe reciente el Órgano de Apelación sostuvo lo siguiente: "[Los informes adoptados de los grupos especiales] crean expectativas legítimas en los Miembros de la OMC y, por consiguiente, deb.72 183.6 Tm/F52 10 Tf 11 Tf(a) TjETBT1 0 0 7472 183.6 Tm/F52 10 Tft1 24.08 278.64 Tm/F20 11 Tf(las72 183.6 Tm

perseguidos por la medida canadiense relativa a las publicaciones periódicas; sin embargo, debemos examinar los *instrumentos* escogidos por el Gobierno canadiense para lograr la consecución de esos objetivos.

5.10 El Código Arancelario 9958 no puede ser considerado como una medida destinada a lograr la observancia del artículo 19 de la Ley del Impuesto sobre la Renta. Es verdad que si un gobierno prohíbe la importación de publicaciones periódicas extranjeras que contengan anuncios dirigidos al mercado interno, como hace el Canadá en el presente caso, la posibilidad de no cumplimiento de una disposición fiscal que concede deduc

5.14 El Canadá alega fundamentalmente que, como no ha contraído compromisos específicos en materia de servicios de publicidad en el marco del AGCS, los Estados Unidos no deben ser

del artículo XVI del Acuerdo sobre la OMC o de la Nota interpretativa general al Anexo 1A a fin de establecer un orden jerárquico entre el GATT de 1994 y el AGCS. La falta de tales disposiciones entre los dos instrumentos significa que el GATT de 1994 y el AGCS están en un mismo plano en el Acuerdo sobre la OMC, y que no existe ningún orden jerárquico entre ambos.

5.18 A este respecto, el Canadá alega también que se deben evitar las superps

5.19 En cualquier caso, dado que el Canadá admite que en el presente caso no existe conflicto entre las obligaciones que le incumben en virtud del AGCS y las dimanantes del GATT de 1994¹³⁷, no hay razón alguna para excluir la Ley sobre el Impuesto Especial de Consumo de las obligaciones dimanantes del GATT y del AGCS. Por lo tanto, llegamos a la conclusión de que el artículo III del GATT de 1994 es aplicable a la Parte V.1 de la Ley sobre el Impuesto Especial

párrafo 2 del artículo III.¹³⁸ Si la respuesta a la primera pregunta es negativa, será menester examinar además si se ha infringido la segunda frase del párrafo 2 del artículo III.

iii) La cuestión del producto similar

5.22 Como ha confirmado el Órgano de Apelación en su informe en el asunto *Japón - Impuestos sobre las bebidas alcohólicas*, la definición de "productos similares" de la primera frase del párrafo 2 del artículo III debe interpretarse en sentido restringido, caso por caso, a la luz de factores tales como el uso final de un producto en un mercado determinado, los gustos y hábitos del consumidor y las propiedades, naturaleza y calidad de los productos.¹³⁹ Al aplicar estos criterios al caso presente, se debe observar que el mandato de este Grupo Especial no consiste en examinar la similitud de las publicaciones periódicas en general. La cuestión que tiene el Grupo Especial ante sí, presentada por los Estados Unidos en su solicitud de establecimiento de un grupo especial (WT/DS31/2) y expuesta con detalle posteriormente¹⁴⁰, es una comparación entre las publicaciones periódicas "con ediciones separadas" importadas y las publicaciones nacionales que no son "ediciones separadas".

5.23 A primera vista, esta comparación podría parecer imposible, dado que en el Canadá no se comercializan publicaciones "con ediciones separadas" importadas debido a la prohibición de importación establecida en el Código Arancelario 9958. Sin embargo, como observó el Grupo Especial en el asunto *Estados Unidos - Impuesto sobre el petróleo y sobre determinadas sustancias importadas*, la razón de ser de la obligación de aplicar el trato nacional enunciada en el artículo III consiste en dar a los Miembros seguridades acerca de las relaciones de competencia entre sus productos y los de los demás Miembros.¹⁴¹ En la medida en que las "ediciones separadas" de revistas importadas están sujetas a las disposiciones pertinentes de la Ley sobre el Impuesto Especial de Consumo (cosa que el Canadá reconoce)¹⁴², la comparación se puede hacer basándose en una importación hipotética.

5.24 Observamos a este respecto que en la Ley sobre el Impuesto Especial de Consumo se definen las publicaciones "con ediciones separadas" en función de su contenido editorial (si más del 20 por ciento del material editorial es idéntico o sustancialmente el mismo que el publicado en ediciones distribuidas principalmente fuera del Canadá) y de su contenido publicitario (si contiene un anuncio

¹³⁸En este contexto, no es necesario que examinemos por separado la aplicabilidad del párrafo 1 del artículo III porque, como ha observado el Órgano de Apelación en un informe reciente, la primera frase del párrafo 2 del artículo III es, en efecto, una aplicación del principio general consagrado en el párrafo 1 del artículo III. Por consiguiente, si los productos importados y nacionales son "productos similares", y si los impuestos aplicados a los productos importados son "superiores" a los aplicados a los productos nacionales similares, la medida será incompatible con la primera frase del párrafo 2 del artículo III. Informe del Órgano de Apelación en el asunto *Japón - Impuestos sobre las bebidas alcohólicas*, *op. cit.* página 23.

¹³⁹*Ibid*, páginas 24 y 25. Según el Órgano de Apelación, la primera frase del párrafo 2 del artículo III debe interpretarse en sentido restringido, "de manera que no se condenen las medidas que en sus términos estrictos no se trata de condenar".

¹⁴⁰Véanse los párrafos 3.104 a 3.108 *supra*.

¹⁴¹Informe del Grupo Especial que examinó *Estados Unidos - Impuesto sobre el petróleo y sobre* *su* *adopción*, adoptado el 15 de agosto de 1987, IDB.

que no aparece de forma idéntica en otras ediciones distribuidas fuera del Canadá). Pese a la alegación canadiense de que la finalidad de la legislación consiste en fomentar las publicaciones de contenido original canadiense, esta definición se basa esencialmente en factores externos al mercado canadiense: si el mismo contenido editorial aparece en una edición extranjera y si la publicación contiene anuncios diferentes en las ediciones extranjeras.

5.25 Dejando de lado estos factores externos, las "ediciones separadas" importadas y las publicaciones nacionales que no son "ediciones separadas" pueden ser sumamente parecidas. Durante las actuaciones del Grupo Especial, el Canadá hizo la siguiente declaración:

"La revista *Harrowsmith Country Life* [es] de propiedad canadiense. Antes de la adopción de la parte V.1 de la Ley sobre el Impuesto Especial de Consumo, esta revista se publicaba en dos ediciones: una edición canadiense y una estadounidense. Las ediciones canadiense y estadounidense tenían anuncios diferentes y una cierta cantidad de contenido editorial común. Dado que más del 20 por ciento del contenido editorial de la edición canadiense era igual al de la edición de los Estados Unidos, el impuesto se habría aplicado a la primera (incluso si el contenido editorial se producía enteramente en el Canadá). Como resultado del impuesto especial de consumo, *Harrowsmith Country Life* dejó de publicar su edición estadounidense."¹⁴³

En el caso particular de esta publicación, si todos los ejemplares de *Harrowsmith Country Life* se hubieran impreso en los Estados Unidos (incluida su edición canadiense) y la edición canadiense se hubiera exportado al Canadá por estar de alguna manera exenta de la aplicación del Código Arancelario 9958, y si el editor hubiera decidido publicar el último número de la edición estadounidense después de la introducción del impuesto especial de consumo, el editor hubiera estado sujeto al impuesto en cuanto a la edición canadiense importada. Si este editor posteriormente dejara de publicar la edición estadounidense, dejaría de estar sujeto al impuesto especial de consumo. Comparemos ahora los dos números de esta hipotética *Harrowsmith Country Life* (edición canadiense) antes y después de que se dejara de publicar la edición estadounidense. Estas dos ediciones tendrían usos finales comunes, y propiedades físicas, naturaleza y calidades muy similares. Es sumamente probable que los dos números se hubieran concebido para el mismo tipo de lectores, con los mismos hábitos y gustos. Esas dos revistas son "similares" en todos los aspectos y, sin embargo, una de ellas estaría sometida al impuesto especial de consumo y la otra no.

5.26 Por consiguiente, llegamos a la conclusión de que las publicaciones periódicas "con ediciones separadas" importadas y las publicaciones nacionales que no son "ediciones separadas" pueden ser productos similares en el sentido del párrafo 2 del artículo III del GATT de 1994. En nuestra opinión, esto da argumentos suficientes para responder afirmativamente a la pregunta de si los dos productos en cuestión son similares porque, como se expresó anteriormente, la finalidad del artículo III consiste en proteger las expectativas de los Miembros acerca de la relación de competencia entre sus productos y los de otros Miembros y no en proteger los volúmenes reales de las exportaciones. Si el Código Arancelario 9958 se dejara sin efecto, se podría importar en el Canadá una amplia variedad de publicaciones "con ediciones separadas", desde revistas generales de noticias hasta revistas especializadas dedicadas a determinados sectores profesionales o comerciales. Esta situación difícilmente puede calificarse como un "caso aislado de imposición diferencial", como indica el Canadá.¹⁴⁴

5.27 Al haber constatado que las publicaciones periódicas "con ediciones separadas" importadas y las publicaciones nacionales que no son "ediciones separadas" son productos similares, no es necesario que examinemos la segunda frase del párrafo 2 del artículo III. La única cuestión pendiente consiste

¹⁴³Véase el párrafo 3.99 *supra*.

¹⁴⁴Párrafo 3.101 *supra*.

en determinar si las publicaciones "con ediciones separadas" importadas están sujetas a un impuesto interior superior al aplicado a las publicaciones nacionales que no son "ediciones separadas".

iv) Aplicación de impuestos superiores: "directa ni indirectamente"

5.28 Dado que el impuesto especial de consumo se aplica sólo a las publicaciones periódicas "con ediciones separadas", parecería evidente que las publicaciones importadas "con ediciones separadas" están sujetas a un impuesto interior superior al aplicado a las publicaciones nacionales que no son "ediciones separadas". Sin embargo, el Canadá alega que el impuesto especial de consumo no se aplica "indirectamente" a un producto en el sentido del párrafo 2 del artículo III. Según el Canadá, de los antecedentes de redacción de este párrafo se desprende que

importadas, constituye una infracción del párrafo 4 del artículo III¹⁴⁸; y *b*) si el sistema de tarifas "financiadas" aplicadas a ciertas publicaciones periódicas constituye una subvención autorizada en el sentido del párrafo 8 b) del artículo III.

i) Tarifas "internacionales" frente a tarifas "comerciales canadienses" y "financiadas"

5.32 Los Estados Unidos alegan que la práctica de Correos del Canadá de aplicar a las publicaciones periódicas nacionales tarifas postales inferiores a las aplicadas a las publicaciones importadas constituye una infracción del párrafo 4 del artículo III del GATT de 1994. La parte pertinente del artículo dice lo siguiente:

"4. Los productos del territorio de [todo Miembro] importados en el territorio de cualquier [otro Miembro] no deberán recibir un trato menos favorable que el concedido a los productos similares de origen nacional, en lo concerniente a cualquier ley, reglamento o prescripción que afecte a la venta, la oferta para la venta, la compra, el transporte, la distribución y el uso de estos productos en el mercado interior. Las disposiciones de este párrafo no impedirán la

aplicadas por Correos del Canadá son la consecuencia de situaciones competitivas, y que el grado de control que el Gobierno ejerce sobre las operaciones comerciales de Correos del Canadá (incluido el reparto de publicaciones) está determinado por los intereses del Estado como accionista. En otras palabras, el Canadá sostiene que la política de fijación de precios de Correos del Canadá no es una medida gubernamental sujeta al párrafo 4 del artículo III. Por ende, la cuestión fundamental es determinar si Correos del Canadá aplica las políticas del Gobierno canadiense de una manera tal que sus

del Canadá mantenga la política existente de fijación de precios para las publicaciones periódicas. En segundo lugar, como se ha analizado en el párrafo precedente, el funcionamiento de Correos del Canadá depende en general de la acción gubernamental. Esto lleva a la conclusión de que la política de fijación de precios aplicada por Correos del Canadá a las publicaciones periódicas tiene el carácter de reglamentos o de prescripciones gubernamentales en el sentido del párrafo 4 del artículo III del GATT de 1994.

5.37 Dado que las publicaciones periódicas importadas y las nacionales son productos similares y que Correos del Canadá aplica tarifas inferiores a las publicaciones nacionales en comparación con las importadas, esta conclusión podría parecer suficiente para determinar que se concede un trato menos favorable a los productos importados, lo que constituiría una infracción del párrafo 4 del artículo III. Sin embargo, antes de llegar a esa determinación -como ha establecido el Órgano de Apelación- necesitamos recurrir al párrafo 1 del artículo III como principio general que informa el resto del artículo III.¹⁵² El párrafo 1 del artículo III forma parte del contexto del párrafo 4 del artículo III, que se debe tener en cuenta en nuestra interpretación de este artículo, en virtud del párrafo 1) del artículo 31 de la Convención de Viena.

5.38 El párrafo 1 del artículo III formula el principio general de que no deberían aplicarse medidas interiores de manera que se proteja la producción nacional.¹⁵³ La aplicación de una medida con fines de protección puede, la mayoría de las veces, discernirse a partir del diseño, la arquitectura y la estructura reveladora de la medida.¹⁵⁴ Constatamos que el diseño, la arquitectura y la estructura de la política de Correos del Canadá que fija precios diferentes para las publicaciones periódicas nacionales e importadas llevan a la conclusión de que la medida se aplica de manera que se protege la producción nacional de publicaciones periódicas. En el caso de las tarifas "financiadas", el sistema está concebido claramente para fomentar la producción nacional de revistas con contenido canadiense, bajo la supervisión del Patrimonio Cultural Canadiense. En el caso de las tarifas "comerciales canadienses", el simple hecho de que sean inferiores a las tarifas "internacionales" que se aplican a los productos importados sugiere convincentemente que el sistema se aplica de manera que se protege la producción nacional.

5.39 Teniendo en cuenta lo expuesto, constatamos que la aplicación por parte de Correos del Canadá de tarifas "comerciales canadienses" y "financiadas" a las publicaciones periódicas canadienses, que son inferiores a las tarifas "internacionales" aplicadas a las publicaciones importadas (incluida la posibilidad de descuentos adicionales que sólo se conceden a las publicaciones canadienses), es incompatible con el párrafo 4 del artículo III del GATT de 1994.

ii) Aplicabilidad del párrafo 8 b) del artículo III al sistema de tarifas "financiadas"

5.40 Después de constatar que el sistema de tarifas "financiadas" constituye una infracción del párrafo 4 del artículo III del GATT de 1994, examinaremos a continuación si este sistema está justificado en virtud del párrafo 8 b) del artículo III del GATT de 1994, como alega el Canadá. La parte pertinente del párrafo 8 del artículo III es la siguiente:

¹⁵²Informe del Ó

"b) Las disposiciones de este artículo no impedirán el pago de subvenciones exclusivamente a los productores nacionales, incluidos los pagos a los productores nacionales con cargo a fondos procedentes de impuestos o cargas interiores aplicados de conformidad con las disposiciones de este artículo y las subvenciones en forma de compra de productos nacionales por los poderes públicos o por su cuenta."

5.41 Los Estados Unidos alegan que esta disposición no es aplicable en el presente caso porque el pago de subvenciones realizado por el Patrimonio Cultural Canadiense no se hace directamente a las editoriales canadienses, sino a Correos del Canadá. Los Estados Unidos sostienen que los grupos especiales anteriores han interpretado el término "exclusivamente" de forma restrictiva, en el sentido de que sólo abarca los pagos directos realizados a los productores nacionales.¹⁵⁵ En apoyo de este argumento, los Estados Unidos citan el siguiente párrafo del informe del Grupo Especial que examinó el asunto *Comunidad Económica Europea - Primas y subvenciones abonadas a los elaboradores y a los productores de semillas oleaginosas y proteínas conexas destinadas a la alimentación animal* (caso de las *Semillas oleaginosas*):

"El Grupo Especial observó que lo dispuesto en el artículo III, párrafo 8 b), se aplica sólo a las primas pagadas *exclusivamente* a los productores nacionales, y estimó que puede razonablemente suponerse que una prima no pagada directamente a los productores no se otorga "exclusivamente" a ellos. El Grupo Especial observó además que, si los elaboradores de las semillas oleaginosas comunitarias pueden retener al menos una parte de las ventajas económicas generadas por las primas concedidas por la Comunidad, dichas primas generan un beneficio supeditado a la compra de semillas oleaginosas de origen interno, lo que es incompatible con las disposiciones del párrafo 4 del artículo III. En tal caso, lo dispuesto en el párrafo 8 b) del artículo III no sería de aplicación porque las primas no se concederían exclusivamente a los productores nacionales sino también a los elaboradores."¹⁵⁶

5.42 No estamos en desacuerdo con el informe de este Grupo Especial. Sin embargo, los Estados Unidos no han demostrado que la situación fáctica es en el presente caso análoga a la del caso de las *Semillas oleaginosas*. En particular, los Estados Unidos no han presentado ninguna prueba para demostrar que los beneficios económicos son en parte retenidos por Correos del Canadá. Además, este argumento de los Estados Unidos es incompatible con su posición respecto del párrafo 4 del artículo III, en la que sostiene que Correos del Canadá es una entidad gubernamental. Si Correos del Canadá es una entidad gubernamental, el pago de fondos del Patrimonio Cultural Canadiense a Correos del Canadá es simplemente una transferencia interna de recursos, y el pago de la subvención se hace directamente a las editoriales canadienses.

5.43 Por otra parte, el Canadá explica que el pago de fondos del Patrimonio Cultural Canadiense a Correos del Canadá se realiza sobre la base de negociaciones celebradas entre las dos entidades, teniendo en cuenta el hecho de que Correos del Canadá obtiene un contrato exclusivo para el reparto de publicaciones a tarifas subvencionadas.¹⁵⁷ Aplicando la lógica del Grupo Especial que se ocupó del caso de las *Semillas oleaginosas*, citado anteriormente, cabría argumentar que se puede razonablemente suponer que el sistema de tarifas "financiadas" no es un pago de subvenciones realizado

¹⁵⁵Párrafos 3.191 a 3.197 *supra*.

¹⁵⁶Informe del Grupo Especial que examinó el caso *Comunidad Económica Europea - Primas y subvenciones abonadas a los elaboradores y a los productores de semillas oleaginosas y proteínas conexas destinadas a la alimentación animal*, adoptado el

con exclusividad porque el pago no se realiza directamente al beneficiario. Sin embargo, en nuestra opinión, el Canadá ha refutado eficazmente esta presunción.

5.44 Por consiguiente, no llegamos a la conclusión de que Correos del Canadá obtiene algún beneficio económico del sistema de tarifas "financiadas" que aplica a algunas publicaciones canadienses. El pago de la subvención se realiza "exclusivamente" a las editoriales canadienses que reúnen las condiciones previstas en el sistema. Como el párrafo 8 b) del artículo III reconoce expresamente que las subvenciones pagadas a los productores nacionales no están sujetas a las normas de trato nacional del artículo III, incluidas las del párrafo 4 de este artículo, llegamos a la conclusión de que el sistema de tarifas "financiadas" del Canadá aplicadas a las publicaciones periódicas se puede justificar con arreglo a esta disposición.

E. Observaciones finales

5.45 Antes de terminar, y a fin de evitar todo equívoco en cuanto al alcance y a las consecuencias de las constataciones expresadas anteriormente, deseamos subrayar que en el presente caso no se hallaba en cuestión la capacidad de ningún Miembro de adoptar medidas para proteger su identidad cultural. La única tarea confiada a este Grupo Especial era la de examinar si el trato concedido a las publicaciones periódicas importadas en virtud de medidas concretas identificadas en la presentación formulada por el reclamante es compatible con las normas del GATT de 1994.

VI. CONCLUSIONES

6.1 Basándose en las constataciones consignadas en los párrafos 5.1 a 5.44 *supra*, el Grupo Especial llega a las siguientes conclusiones: *a)* el Código Arancelario 9958 es incompatible con el párrafo 1 del artículo XI del GATT de 1994 y no puede justificarse en virtud del apartado d) del artículo XX del GATT de 1994; *b)* la Parte V.1 de la Ley sobre el Impuesto Especial de Consumo es incompatible con la primera frase del párrafo 2 del artículo III del GATT de 1994; *c)* la aplicación, por parte de Correos del Canadá, de tarifas postales "comerciales canadienses" a las publicaciones periódicas producidas en el país, inferiores a las aplicadas a las publicaciones importadas, incluidos los descuentos adicionales asequibles sólo a las publicaciones periódicas nacionales, es incompatible con el párrafo 4 del artículo III del GATT de 1994; pero *d)* el mantenimiento del sistema de tarifas "financiadas" se justifica al amparo del párrafo 8 b) del artículo III del GATT de 1994.

6.2 El Grupo Especial recomienda que el Órgano de Solución de Diferencias solicite al Canadá que ponga las medidas que se consideran incompatibles con el GATT de 1994 en conformidad con las obligaciones que le incumben en virtud de éste.