



REPÚBLICA ORIENTAL
DEL URUGUAY



Cámara de Representantes
Secretaría

XLIX Legislatura

DIVISIÓN PROCESADORA DE DOCUMENTOS

Nº 138 de 2020

Carpeta Nº 143 de 2020

Comisión de Industria,
Energía y Minería

SERVICIOS DE DIFUSIÓN DE CONTENIDO AUDIOVISUAL

Regulación

CÁMARA URUGUAYA DE TELEVISIÓN PARA ABONADOS
(CUTA)

ASOCIACIÓN NACIONAL DE BROADCASTERS URUGUAYOS
(ANDEBU)

SOCIEDAD DE MINEROS DEL URUGUAY

Versión taquigráfica de la reunión realizada
el día 5 de agosto de 2020

(Sin corregir)

Presiden: Señores Representantes Sebastián Cal, Presidente y Martín Melazzi, Vicepresidente.

Miembros: Señora Representante Valentina Dos Santos y señores Representantes Sergio Mier, Gonzalo Onetto, Gabriel Tinaglini y Javier Umpiérrez Diano.

Delegados de Sector: Señores Representantes Marne Osorio Lima, Juan Martín Rodríguez y Carlos Varela Nestier.

Invitados: Por la Cámara Uruguaya de Televisión para Abonados (CUTA) señor Washington Melo, Presidente; señor Gustavo Skunca, Secretario y el doctor Juan Felipe Orticochea, asesor.

Por la Asociación Nacional de Broadcasters Uruguayos (ANDEBU), escribano Eduardo Ferrari, Presidente; señor Alejandro Ravazzani, Vicepresidente y el doctor Juan Andrés Lerena, asesor.

Por la Sociedad de Mineros del Uruguay, ingeniero Miguel Curbelo, Presidente; contador Facundo Ferro; ingeniero Walter Cannata y licenciado Rafael Ogando, de la Gremial de Mineros.

Secretario: Señor Guillermo Geronés.

Prosecretaria: Señora Margarita Garcés.

=====

SEÑOR PRESIDENTE (Sebastián Cal).- Habiendo número, está abierta la reunión.

—Dese cuenta de los asuntos entrados.

(Se lee:

"La Asociación de Química y Farmacia del Uruguay (AQFU) y la Facultad de Química.-. Envían una propuesta en relación a la reglamentación de la Agencia de Evaluación de Tecnologías Sanitarias, creada por el artículo 407, de la Ley de Urgente Consideración.

La Unidad Reguladora de los Servicios de Comunicación (URSEC). Remite Oficio N° 20, en contestación al Oficio N° 3 de la Comisión, en relación al artículo 4° de la Ley N° 17.378,

ALLIANCE URUGUAY. Invita a los integrantes de la Comisión, para conocer su planta productora de cloro soda, en el Parque Industrial de Pando)."

—La Comisión tiene mucho gusto en recibir a una delegación de la Cámara Uruguaya de Televisión para Abonados integrada por su presidente, señor Washington Melo; su secretario, señor Gustavo Skunca, y por el asesor, doctor Juan Felipe Orticochea.

Entiendo que están interesados por este proyecto de ley, que sustituirá a la ley de servicios audiovisuales, la Ley N° 19.307.

Asimismo, quiero agradecerles por la actitud que tuvieron en la sesión a la que asistió el doctor Cendoya, ya que muy amablemente cedieron su espacio para que él pudiera hacer uso del tiempo que estaba destinado a vuestra delegación.

SEÑOR MELO (Washington).- Buenos días.

Para nosotros, hijos del interior, es un honor estar en esta Casa, por lo que representa en términos de democracia y República esta institución. También es un honor estar frente a ustedes, que fueron elegidos por el pueblo para ocupar ese lugar.

En términos generales, nosotros apoyamos el nuevo proyecto de ley de medios mediante el cual el Poder Ejecutivo amplía lo establecido en la ley que los regula.

Queremos hacer hincapié en el artículo 48, que para nosotros, los pequeños cables del interior, es muy importante

Nuestra Cámara está compuesta, en su gran mayoría, por setenta y ocho empresas Pymes, en algunos casos empresas familiares del interior del país, distribuidas en las capitales departamentales, ciudades secundarias y pequeños pueblos del interior.

Como ustedes saben, Uruguay es el único país de América en el que los cableoperadores no brindan el servicio de Internet conjuntamente con el de cable. Para nosotros esta es una reivindicación histórica, no solo de nuestra Cámara, sino también de la televisión por cable en general, y vemos que el

artículo 48, tal cual fue enviado por el Poder Ejecutivo, colma nuestras expectativas, ya que nos permitirá brindar esos servicios. Además, con un claro interés de defensa de la industria nacional, pone a las pequeñas empresas, como las nuestras, a jugar conjuntamente con Antel. En ese sentido, quiero aclarar que hace muchos años que los cables tenemos acuerdos de complementación de redes y servicios con ella; actualmente, utilizamos la fibra óptica de Antel y vendemos Internet en algunos casos. En realidad, con Antel hace muchos años que tenemos acuerdos de ese estilo, por lo que no es nada nuevo para nosotros. Entonces, esta normativa nos va a permitir profundizar esos acuerdos, el desarrollo de Internet y la subsistencia de nuestras empresas. Por supuesto, nosotros consideramos que eso muy importante, ya que redundará en beneficio de los usuarios.

Nosotros siempre reivindicamos -y en esta Casa creo que es oportuno hacerlo- el doble rol que jugamos, ya que además de ser distribuidores de contenidos y de llevar entretenimiento e información a la casa de la gente del interior, también cumplimos un rol fundamental para la democracia y la República, que es el de ser medios de comunicación social. Cada uno de nosotros, en su empresa -en algunos casos las empresas abarcan más de una localidad-, tiene un canal local de televisión que es el que lleva la información y el entretenimiento a las comarcas. Y quienes han recorrido el interior saben bien que allí están presentes todas las voces del espectro político, sin distinción de ningún tipo.

Por lo tanto, en esta primera instancia solo quería decir eso con respecto al artículo 48 del proyecto de ley.

Ahora quisiera cederle la palabra al doctor Orticochea, porque queremos proponer una pequeña modificación al artículo 40. Eso sería lo único que nos gustaría modificar porque, en términos generales, estamos de acuerdo con el proyecto de ley.

SEÑOR ORTICOCHEA (Juan Felipe).- Redondeando lo que decía el señor Melo con respecto al artículo 48, estamos totalmente de acuerdo con lo que establece, ya que entendemos que impulsa una apertura a la competencia en términos de Internet. Además, lejos de perjudicar a Antel, las empresas se van a complementar. No hay que perder de vista que estas pequeñas empresas, teniendo en cuenta lo que establece el artículo 6º del proyecto de ley remitido por el Poder Ejecutivo, tendrán un alcance territorial; o sea que no estaríamos hablando de empresas que vienen a competir a nivel nacional, sino que cada una de ellas, a nivel de cada pequeña localidad, se complementará de alguna forma, obviamente, pagando determinado precio a Antel.

Además, esto es algo que viene funcionando desde administraciones anteriores, con un contrato que ya existe. Por lo tanto, se podrá hacer una ampliación y tener otra flexibilidad en el producto que se pretende ofrecer al consumidor. En ese sentido, entendemos que la competencia va a beneficiar al consumidor

Consideramos que esta es una forma ordenada de abrir el mercado; no se permitirá que entren los grandes jugadores de una vez, sino que lo harán de forma ordenada, lo cual garantizará que exista una competencia real. Si esto se abriera de un día para otro, sin un proceso gradual, a estas empresas -como dijo el señor Melo, son Pymes, y algunas son muy pequeñas- les sería

totalmente imposible competir con empresas que tuvieran un permiso nacional, ya sea de Internet satelital o de telefonía. Además, este tipo de empresas son multinacionales y tienen una escala superior a la de Antel.

Como dijimos, las empresas que nosotros manejamos, en relación a Antel son muy chicas y lo que intentan es complementarse con Antel, y creemos que este artículo permitirá formar un gran frente nacional y fortalecer a las empresas por si el día de mañana se abre la competencia a nivel más amplio.

Por otro lado, quiero agregar que algunas de estas empresas vienen solicitando las licencias de Internet desde 2007, y si bien eso no fue negado, tampoco se les otorgaron las licencias. Por lo tanto, hablamos de una reivindicación histórica.

Por otra parte, queremos hacer algún agregado o puntualización con respecto al artículo 40.

Este artículo es el que regula la relación entre los canales abiertos y las empresas de cable, y viene a sustituir el artículo 117 de la actual ley de medios, la Ley N° 19.307.

Lo que prevé el artículo 117 de la ley vigente es lo que a nivel internacional se ha denominado como *must carry*; esto quiere decir que las empresas de cable están obligadas a transportar las señales de aire que estén en su misma zona de influencia. Además, esto se hacía a título gratuito, es decir que no implicaba una contraprestación ni del cable ni de la señal de aire.

En este punto es importante mencionar que los canales de televisión abierta, por su propia naturaleza y definición, se financian a través de la publicidad. Entonces, mientras más amplio sea el espectro de televidentes al que llegan, mejor pueden mandar su publicidad. Por tanto, la ley, previendo eso, buscó la forma para que ambas empresas pudieran complementarse y previó que fuera a título gratuito. Sin embargo, el quinto inciso del artículo 117, que es el que establece la gratuidad, fue declarado inconstitucional por la Suprema Corte de Justicia en el período anterior. Entonces, el artículo 40 de este proyecto de ley viene a zanjar esa discusión estableciendo que las empresas de TV cable tienen que pagar un precio.

A esta altura de la discusión no vamos a ir para atrás; no vamos a pedir la gratuidad; en ese sentido, no vamos a plantear cambios al artículo 40 que modifiquen sustancialmente el proyecto. De todos modos, queremos proponer un agregado a este artículo, ya que eso entendemos que es necesario por la función cultural que cumplen los canales abiertos, sobre todo de Montevideo. Digo esto porque todos sabemos que, sobre todo en la zona de frontera, que es donde mayormente se encuentran las empresas de cable, si estas no ofrecen los canales de Montevideo la gente se vuelca a ver los canales brasileros o argentinos, y nosotros entendemos que la función que cumplen los canales abiertos en esas zonas, y los cables que transmiten esos canales, es muy importante. Sin duda, es importante que la gente vea los informativos nacionales y esté al tanto de las noticias, y ahora con el tema del coronavirus quedó patente esa importancia. Por lo tanto, nosotros solicitamos que se realice un agregado a este artículo que de alguna forma garantice a estas empresas la posibilidad de comprar estas señales y de transmitirlos. Lo que nosotros queremos es que la ley establezca la posibilidad de comprar este

producto por parte de las empresas de cable, que no es menor, porque en el pasado -en algunos casos- se negó esa posibilidad. En realidad, los canales 4, 10 y 12 le decían a algunas empresas: "A vos no te vendo"

Por lo tanto, creemos que es importante que eso quede establecido en la ley, ya que es un derecho que tienen los cables. Además, el público en general también tiene derecho, a través de esas empresas, a ver esos canales, que son nacionales, ya que utilizan el espectro radioeléctrico nacional y cumplen una función cultural.

Por otro lado, queremos que se establezca un mecanismo, no para que se aplique siempre, sino para cuando las empresas privadas, los canales de aire y los cableoperadores no se pongan de acuerdo en un precio. Lo que pretendemos es que se constituya un tribunal arbitral a través de la Ursec que determine un precio razonable.

En definitiva, no volvemos para atrás con respecto a la gratuidad, ya que fue declarada inconstitucional por la Suprema Corte de Justicia, aunque a nuestro modo de ver esa sentencia es discutible, ya que se aprobó por mayoría de tres en dos; quiere decir que dos ministros, en ese momento, opinaron que el inciso quinto del artículo 117 era constitucional.

De todos modos, aceptamos pagar un precio, pero queremos que se garantice la posibilidad de comprar ese producto y que el día de mañana no nos lo puedan negar, como ha ocurrido en el pasado

Además, queremos que se garantice un precio razonable, porque si el día de mañana en vez de cobrar 100, cobran 200, por la vía de los hechos se estaría prohibiendo esa posibilidad. Por lo tanto, para nosotros es muy importante que exista ese mecanismo; quizás sea residual, porque no se va a constituir un tribunal arbitral para fijar cada precio, pero lo que queremos es que todas las partes sepan que si no se ponen de acuerdo en la mesa de negociación se podrá recurrir a alguien para que fije un precio razonable.

El avance de la tecnología puede hacer que el día de mañana las señales de aire puedan estar en Internet y competir con los cableoperadores. Por eso entendemos importante que se establezca por ley la obligación de vender esas señales, porque mañana pueden llegar a ser competidores por vía de Internet.

SEÑOR REPRESENTANTE MELAZZI (Martín).- Como bien decían, ustedes representan bastante bien al interior del país y varios de los legisladores somos del interior del país.

Anoche estuve leyendo hasta tarde; leí bastante bien el artículo 40 y coincido plenamente con lo que ustedes están manifestando. Pero, a mi entender, el artículo 40, así como está redactado, de arranque tiene una injusticia con los cables del interior, porque dice claramente que los cableoperadores deberán retransmitir las señales de los canales abiertos siempre que se cumpla con dos puntos. Uno de ellos es que la parte geográfica sea la misma en la que se realiza la trasmisión de los canales abiertos y, el otro, que se cuente con la autorización de los canales abiertos para que los cableoperadores puedan retransmitir esa señal. Eso es fantástico para los cables de Montevideo, porque siempre se cumple el punto uno; por lo tanto, van por el punto dos, para poder cumplir con ambos ítems, que es la autorización gratuita. En el interior del país el punto uno no se puede cumplir

porque casi todos los canales de aire están en Montevideo. Así que esos dos puntos nunca se van a dar conjuntamente. Por lo tanto, ustedes necesitan la autorización, ya sea gratuita u onerosa, para poder retransmitir las señales; me imagino que será onerosa en todos los casos. Pero eso no sucederá en Montevideo, porque si bien aquí los canales de cable también necesitan que los canales de aire los autoricen a retransmitir su señal en forma gratuita -obviamente, sabemos que hay un acuerdo y debe ser gratuita, o pega en el palo-, no tienen problemas con el punto uno y ustedes sí. Entonces, con respecto a los puntos uno y dos creo que habría que estudiar si no tendrían que quedar afuera y que todos los cables de Montevideo también quedarán incluidos en este inciso que los obliga, en forma gratuita u onerosa, a llegar a un acuerdo; eso los pondría en igualdad de condiciones. No sé si soy claro en lo que estoy tratando de decir. Es decir: me parece que ustedes nunca podrán cumplir con el punto uno; sí podrán hacerlo con el dos porque pueden obtener la autorización gratuita. Además, en este inciso dice claramente que ustedes tienen que llegar a una negociación y estoy de acuerdo con lo que se dijo en cuanto a que si no hay negociación ustedes se quedarán sin los canales 4, 10 y 12, que son los más importantes. Y hay que tener en cuenta que en el interior, si los cables no tienen esos canales, la gente no los mira.

Asimismo, esto llevaría a que los canales de aire se esforzaran más para que sus productos fueran buenos, porque lo que no estamos diciendo es que los operadores de los cables son los mismos que los de los canales, pero si el cable fuera un operador totalmente distinto y el otro me dice: "Yo te doy un capítulo y tenés que pasarlo", yo, cable de Montevideo, digo: "No", porque tengo la opción de decir que no. Le puedo decir: "Esforzate más y hacé una mejor producción; si es así, yo te lo acepto".

En definitiva, lo que estamos haciendo es potenciar el valor del activo de los canales abiertos a través de los cables. Esa es mi opinión y creo que la finalidad de los canales abiertos es, claramente, llegar a más cantidad de pantallas y a las personas que no tienen capacidad para pagar un servicio de cable por abonados.

Digo esto porque ustedes no lo hicieron; si bien no es sencillo de comprender rápidamente, me parece que sería mucho más justo.

SEÑOR REPRESENTANTE TINAGLINI (Gabriel).- Es un gusto recibirlos en la Comisión.

Me surgen algunas dudas, porque me estoy interiorizando en el tema y estoy aprendiendo.

Ustedes dicen que la apertura va a ser gradual en lo que respecta al acceso a la venta de Internet por fibra óptica, de acuerdo a lo que dice el artículo 48. Sin embargo, con lo que están diciendo ahora en cuanto a la complejidad que se les generó en la negociación con los canales de Montevideo, según lo que interpreto de la lectura del proyecto, los canales de Montevideo van a ser competidores directos de los cables del interior, porque ellos también van a poder acceder a la venta de Internet por fibra óptica. Es más: ellos pueden ser comprados por multinacionales y eso permitirá que esas grandes empresas puedan competir y negociar con ustedes, y hasta intentar comprarlos. Por lo tanto, quisiera que realizaran algún comentario al respecto, porque cuando hicieron referencia a la apertura no hablaron de este tema. Lo

que sí me quedó claro fue lo referente al tema satelital, porque la nueva ley, en parte, impide que las que empresas que no sean nacionales compitan en ese sentido. De todos modos, tienen esa otra vía de competencia y de manera directa.

Por otro lado, ustedes dijeron -esto ya lo había escuchado porque hemos tenido reuniones con las empresas de cable de nuestros departamentos- que venden Internet de Antel y que hay acuerdos al respecto. Entonces, quisiera saber qué imposibilidad habría ahora para continuar con ese mecanismo. ¿Por qué necesitan el artículo 48?

SEÑOR REPRESENTANTE RODRÍGUEZ (Juan Martín).- En primer lugar, quiero saludar a la delegación.

El diputado Tinaglini se me adelantó, parcialmente, en la pregunta que iba a formular.

Se hizo referencia a que la gradualidad en el proceso establecido en el artículo 48 evitaría consecuencias que, naturalmente, afectarían el mercado. Asimismo, se habló del artículo 40 y de la inconstitucionalidad del artículo 117 de la Ley Nº 19.307, expresada por la Suprema Corte de Justicia.

En ocasión de la comparecencia de otra delegación se dijo que el artículo 48, tal como está redactado e, inclusive el 17, podrían llegar a ser declarados inconstitucionales en virtud de la segmentación o exclusión de los operadores satelitales. Obviamente, eso deberá ser objeto de estudio de esta Comisión, pero quisiera saber, a su criterio, qué consecuencias -podemos llegar a suponerlas, pero para que quede constancia en la versión taquigráfica nos gustaría que las dijeran ustedes-, en caso de incluirse o de no excluirse -según como se tome- a los operadores satelitales, pueden generarse de acuerdo al texto que se propone.

SEÑOR REPRESENTANTE MELAZZI (Martín).- Me quedó en el tintero preguntar qué posibilidades hay de ver algún modelo de los acuerdos que realizaron con Antel para que los diputados podamos estar al tanto, porque la verdad es que desconozco cómo funcionan. Además, me gustaría saber si esos acuerdos son consensuados por la Ursec.

Con respecto al artículo 48 tampoco me queda claro -capaz que ustedes lo saben- si es la Ursec la que va a controlar lo que llaman la última milla. A mí no que queda claro si ustedes, los cableoperadores, pueden llegar a utilizar esa última milla, que es algo que complicaría a Antel, porque cambiando un *módem* por otro ustedes podrían brindar el servicio de Internet, porque estarían utilizando toda la infraestructura de Antel. Me parece que en el artículo 48 eso no queda muy claro y no sé que percepción tienen ustedes al respecto.

SEÑOR MELO (Washington).- Primero voy a contestar lo que acertadamente dijo el diputado Tinaglini.

El artículo 48 también respeta el principio de territorialidad. O sea, cada cable operador podrá brindar ese servicio dentro de su territorio. Cada uno de nosotros, ya sea en las ciudades capitales o en las secundarias, tiene una autorización para operar en determinada área de servicio; solamente podemos operar en esa área. Eso rige para todos los cableoperadores, inclusive para los

de Montevideo; por ejemplo, un cableoperador de Montevideo no puede instalar una red en el interior sin autorización, y viceversa.

Por otra parte, es cierto que los cables de Montevideo pueden ser competencia -capaz que enrabo esto con lo que dijo el diputado Melazzi-, pero los canales abiertos, de acuerdo con la autorización que tienen del Estado, de la onda abierta, pueden abarcar determinada área de servicio, que son 60 kilómetros desde el punto de emisión. Entonces, si bien el artículo 40 establece dos condicionantes para la cobertura y que la autorización debe ser otorgada en forma gratuita, los cables de Montevideo, como los que operen dentro de los 60 kilómetros alrededor de esta ciudad, tendrán la obligación de incluir la señal. Eso, fuera de Montevideo no va a pasar. De hecho, recientemente el doctor fue patrocinante de varias empresas que están en ese círculo, fuera de Montevideo, dentro de los 60 kilómetros, las que entablaron juicios con los canales porque cuando hay determinados eventos se da una situación muy particular. Por ejemplo, cuando se transmiten eventos sobre los que ellos tienen derechos, más allá de la señal propia, como el Mundial, a nuestro criterio, han tenido algunas prácticas de empaquetamiento de productos -junto con los canales- y han querido imponer determinadas condiciones. Inclusive, quisieron obligar a los cables del área de fuera de Montevideo, pero dentro de los 60 kilómetros, a bajar la señal de aire, lo cual la ley nos obligaba hasta ese momento. Ahora, con la variación que establece el artículo 40, va a ser obligatorio para esos cables, siempre y cuando cumplan con los dos puntos que mencionó el señor diputado, es decir, que esté dentro del área de cobertura normal, aérea, y que ellos lo ofrezcan gratuito, lo que descontamos que vaya a pasar.

Por lo tanto, como decía el doctor, para no tirar más de la piola de lo que corresponde no quisimos proponer a los legisladores lo relativo a la gratuidad, teniendo en cuenta que hubo una sentencia de la Suprema Corte de Justicia en ese sentido, si bien es discutible, ya que nosotros no formamos parte de ese proceso. En realidad, la sentencia de la Suprema Corte de Justicia solo rige para quien lo presenta, o sea que nosotros nos consideramos excluidos de esa sentencia, pero en el afán de encaminar las cosas, de no ser una piedra en el zapato y de no poner en un compromiso a los legisladores, al gobierno nacional ni a la industria -consideramos que las situaciones de enfrentamiento permanentes no le hacen bien a la industria nacional- cedemos introducirnos en esa discusión y aceptamos como válido el fallo inicial de la Suprema Corte de Justicia, que estableció que la gratuidad es inconstitucional.

Lo que sí podrían establecer -por eso hacemos esa previsión con respecto al artículo 40- es que los canales de Montevideo puedan competir con los cableoperadores mediante algún servicio por Internet, lo que comúnmente se conoce como OTT. Es decir, que los canales de Montevideo armen una OTT que vaya por Internet, porque el artículo 1º lo deja fuera de la reglamentación.

En realidad, eventualmente pueden hacerlo, porque legalmente al día de hoy -salvo que se dicte otra norma- no hay ningún impedimento, pero queremos tener esa salvaguarda, porque si van a competir con los cableoperadores queremos que nos permitan comprar esas señales y a precios razonables. Ya que van a ser competidores, queremos que no hagan ninguna discriminación de precios, pero si consideramos que el precio establecido no es

adecuado para el mercado, pretendemos que haya un tribunal arbitral que pueda solucionar el tema.

Con respecto a lo manifestado por el diputado Melazzi, saliéndonos de lo estrictamente comercial y entrando en un plano más conceptual y filosófico, debemos decir que el único contenido de carácter nacional que se ofrece en el país, básicamente, es el que producen los canales 4, 10 y 12, salvo la producción del Estado, que es algo que, considerando el acuerdo de retransmisión que tenemos, todos los cables retransmitimos en forma gratuita; me refiero a TNU y TV Ciudad, aunque este último es una señal abierta de la Intendencia.

En realidad, siempre entendimos que el impacto cultural que tienen esas señales en el interior es muy importante. De hecho, los informativos son el producto que más se consume en el interior, porque si bien nosotros tenemos nuestros propios canales, nos dedicamos a informar lo que sucede en nuestras comarcas. Ese es un producto diferencial y exclusivo, porque lo que pasa en cada uno de nuestros pueblos no se va a ver en ningún otro lado que no sea en nuestros canales, pero la información nacional que se recibe en el interior es la de los canales de Montevideo.

Nosotros siempre entendimos que tendrían que quedar muy claras las reglas de comercialización de ese producto, porque no se pueden juntar esas señales con eventos y vender paquetes. Por esa razón, como dije, presentamos nuestras discrepancias ante la Ursec, y patrocinados por el doctor llevamos a cabo algunos recursos ante la justicia; finalmente, terminamos negociando, pero vivimos ese proceso.

Sin duda, hay una situación geográfica que genera una diferencia, sobre todo, por la autorización principal, que es de aire y cubre 60 kilómetros. Por lo tanto, el cable que está en Artigas -mi departamento y el de la diputada Dos Santos- solamente puede recibir la señal de los canales de Montevideo vía satélite o a través de una fibra; no recibe la señal de aire, que es la señal gratuita que reciben los que están dentro del área de cobertura.

Históricamente, en los veinticinco años de la televisión para abonados, quienes estuvieron dentro del área de cobertura, por ser una señal gratuita que, como dijo el doctor, se financia con la publicidad, nunca pagaron. Esta situación se suscitó a partir de la ley de medios anterior que correctamente planteó un principio universal, que es el principio *must carry* y *must offer*, pero después de la intervención de la Suprema Corte de Justicia, a nuestro criterio, quedó un poco rengo.

Como dije anteriormente, en el afán de encaminar las cosas y que fluya la industria nacional, nosotros relegamos el derecho a seguir adelante en la parte jurídica de discutir ese fallo; en realidad, no podíamos discutir el fallo, porque es legítimo, pero capaz que no nos comprendía, como se dijo.

SEÑOR REPRESENTANTE TINAGLINI (Gabriel).- No contestó lo que consulté sobre Antel.

SEÑOR MELO (Washington).- Sí, disculpe.

En 2009 o 2010 uno de los cables de Montevideo -TCC,- conjuntamente con algunos cables del interior, hicieron un acuerdo a través de Antel. En una

cabecera, en Montevideo, la señal por la fibra óptica de Antel llegaba a diversos cables. En ese momento las inversiones eran muy grandes. Entonces, se hizo una inversión en un solo punto y a través de la red de Antel se distribuyó la fibra óptica a varios puntos del país, lo que permitió a algunas localidades del interior tener servicios de primer nivel para poder competir con las otras ofertas que había en el mercado.

La Cámara Uruguaya de Televisión para Abonados en ese momento estaba abocada a conseguir la licencia de Internet, pero visto ese acuerdo, que fue estratégico y virtuoso, que permitió la reventa de servicios de Internet y telefonía celular, los cables usaron la fibra óptica para transportar las señales y se transformaban en agentes de venta de Antel.

En 2010 adherimos a ese acuerdo; es un acuerdo marco que la Cámara tiene con Antel, que es un acuerdo de complementación de redes y servicios. Ese acuerdo es público, pero también hay otros confidenciales -por el carácter comercial, no porque haya algo extraño- entre las empresas y Antel.

En el acuerdo marco se fijaron las condiciones y los precios, pero cada empresa hizo un contrato particular con Antel, basado en dicho acuerdo marco, que está orientado a lo que se hizo en 2009.

Actualmente, hay lugares del interior en los que Antel no desplegó la fibra óptica y, por lo que tenemos entendido, no lo va a hacer en el corto plazo. Entonces, existe la posibilidad de que los cables, mediante la licencia que se nos brinde para dar Internet, podamos hacerlo. Nosotros, por las características de nuestros cableados -el costo de la fibra óptica es mucho más barato que los cables que usamos-, podemos desplegar una red de fibra y hacer un acuerdo con Antel para que nos brinde el ancho de banda. Entonces, a través de nuestra red podemos distribuir la señal a los clientes.

Ustedes me pueden decir que vamos a competir con Antel, pero no es así, porque en los lugares en los que no tiene fibra óptica tiene servicios de cobre, que son de inferior calidad desde el punto de vista técnico, en velocidad, etcétera. Por lo tanto, con este acuerdo el cliente se vería beneficiado y Antel seguiría siendo el proveedor del acceso a Internet.

Por otra parte, en algunos barrios de las ciudades capitales o secundarias que no se ha realizado el cableado perfectamente los cableoperadores podríamos hacerlo, aunque en ese caso el modelo de negocios sería un poco diferente.

¿Qué pasa actualmente con la reventa que hacemos nosotros? Nosotros cobramos una comisión, como cualquier agente; por lo tanto, Antel está atado de manos si quiere hacer algún diferencial con nosotros porque estamos en la categoría de agentes, como Montevideo COMM, o cualquier otra de las empresas. Se da otro fenómeno sobre el que hemos hablado con Antel -ayer estuvimos reunidos con ellos; tenemos una relación muy correcta y permanente- y es que por la rigidez que debe tener una empresa grande y pública como esa hay determinados clientes que no pueden acceder al servicio por determinadas condiciones, como por ejemplo porque no hay fibra, porque están en el Clearing o porque le deben a Antel. En el caso particular de la empresa a la que represento revendemos servicios de Antel y del cien por ciento de quienes solicitan el servicio perdemos el cincuenta por ciento por

distintos motivos, como los que he planteado. Además, las comisiones de venta que nos da Antel son mínimas porque están enmarcadas dentro del acuerdo por el que actuamos como agentes.

En caso de que seamos licenciarios nos sentaremos a hablar con Antel acerca de un nuevo modelo de negocios que va a ser beneficioso para el ente, porque si bien nosotros somos representantes de empresas chicas tenemos una gran virtud y fortaleza que es, precisamente, ser la última milla. Nosotros siempre decimos que nuestros clientes no son tales, sino que son vecinos. Quienes son del interior conocen muy bien esta realidad. No digo que conozcamos al universo de nuestros clientes, pero sí a la mayoría; nos vemos en la calle, en el supermercado, van a la empresa y hablan con nosotros o nos llaman a nuestro celular; tenemos otro tipo de relacionamiento. Eso nos hace fuertes en la última milla y con esta licencia podremos complementarnos de manera más fuerte con Antel en aspectos en que hoy no podemos hacerlo por el reglamento relativo al agente.

En ese sentido, esta apertura hacia los cableoperadores -hablo en nombre de los operadores de cable del interior, que es a quienes representamos-, dado que tenemos un área de servicio acotada -en muchos casos se trata de ciudades muy chiquitas-, que hay posibilidad de inversión para desplegar redes donde no existen, así como posibilidad de mejorar los acuerdos que tenemos con Antel y que el ente use nuestra fortalezas y nosotros utilicemos las suyas de una manera más eficiente, es parte de la argumentación que hacemos en cuanto a que esto es beneficioso para ambas partes y, en definitiva, para el país, porque el cliente va a tener mejores servicios y estos servicios llegarán a donde hoy no existen. Esto también va en sintonía con que nosotros -al igual que Antel- disponemos de autorizaciones para brindar servicios por aire que en muchos casos complementan las zonas a las que llega el cable en el interior. Tenemos un servicio alámbrico dentro de la ciudad y tenemos un complemento para los lugares donde hoy llegamos con el servicio de televisión, y eventualmente también podremos extender los servicios de Internet a las zonas rurales. Entendemos que de esta forma no quedaría ningún ciudadano de este país sin la posibilidad de recibir un servicio de Internet de calidad.

SEÑOR ORTICOCHA (Juan Felipe).- Me gustaría responder algunas preguntas que quedaron pendientes, formuladas por los señores diputados Juan Martín Rodríguez y Gabriel Tinaglino.

Para nosotros es fundamental aclarar que entendemos que el espíritu del artículo 48 del proyecto de ley apunta a que las empresas de cable puedan prestar Internet en la misma zona en que brindan el servicio de cable. De esa manera, la empresa de Libertad prestará servicio de cable en esa zona y la empresa de Florida prestará cable allí. Además, en el artículo 6º está consagrado el principio de territorialidad. Entonces, la competencia con los canales de Montevideo se podrá dar a nivel de una plataforma de Internet en la cual ellos coloquen sus contenidos y los vendan, pero entendemos que no pueden vender Internet en el interior, así como la empresa Libertad no puede vender Internet en Artigas o Florida. Nosotros entendemos que ese es espíritu del proyecto, y consideramos que si no quedara claro el artículo 48 debería reforzarse, porque a nuestro juicio ese aspecto es fundamental. Toda nuestra argumentación acerca de que somos empresas chicas compitiendo en un

espacio pequeño con Antel se basa en lo que entendemos que es el espíritu de esa norma. En todo caso, nosotros estamos a favor del tema en la medida en que se consagre ese principio de territorialidad también a nivel de la prestación de servicios de Internet.

Relaciono esto con la pregunta que hacía el diputado Rodríguez, porque con una apertura como la que se está planteando, que de alguna forma es gradual, lo que necesariamente van a hacer las empresas chicas con un permiso para vender Internet en cada localidad -en Libertad, Florida o Bella Unión. individualmente- es complementarse. A nadie se le ocurre que Washington, en Libertad, vaya a cablear todo; a lo sumo podrá cablear algunos metros que Antel no cableó o tal vez ofrecer un producto más barato que el ente, o un complemento con el cable, etcétera. Es decir que más que una competencia habrá una complementación en la medida en que estemos hablando de pequeñas empresas en cada localidad.

Si el permiso no se diera para cada localidad podríamos referirnos a las consecuencias que habría. Vamos a hablar con nombre y apellido: si se le diera permiso a Directv o a Claro, por ejemplo, que tienen un permiso para todo el país, estaríamos hablando de una competencia totalmente diferente, porque DirecTV, primero, debe ser más grande que Antel. Nosotros individualmente somos mucho más chicos. Además, Directv tiene un permiso para todo el país. Entonces, en ese caso estaríamos hablando de un agente que al igual que Antel pasaría a competir en todo el país con una espalda suficiente como para cablear nuevamente todo, si lo quisiera, o prestar el servicio por satélite de manera igual o mejor que Antel. Por eso -respondiendo al diputado Rodríguez- podemos decir que nosotros entendemos que la consecuencia sería totalmente diferente si se permitiera que las pequeñas empresas prestaran el servicio por localidad. Y reitero que si se entiende que esto no queda claro pedimos que por favor el artículo 48 se aclare de esa forma, a fin de que el permiso a los cables coincida con el permiso actual que tienen. Por eso entendemos que se trata de una apertura gradual. Lo contrario, es decir, abrir indiscriminadamente, o que el Estado permita a empresas grandes prestar servicio a nivel nacional, implicaría lo que dije al principio, es decir que se quiera abrir la competencia pero, en definitiva, esto por la vía de los hechos la impedirá porque nuestras empresas no podrán competir con multinacionales que prestan servicios. De hecho Washington Melo o Gustavo Skunca, que son prestadores de cable, no conocen el negocio de Internet, porque hasta ahora no lo han manejado. Entonces, necesitan un período ventana de por lo menos uno o dos años para conocer el negocio, hacer un buen acuerdo con Antel, y un frente nacional -como decía- para que si el día de mañana se abriera esa posibilidad estén parados en otros términos frente a una competencia internacional. Es decir que entendemos que esta apertura gradual garantiza una efectiva competencia.

Por otro lado, tendría que conocer cuáles son los argumentos jurídicos o cuál es el artículo que entienden que es inconstitucional, pero lo que sí puedo decir es que perfectamente el Estado está en condiciones de regular cómo se va a abrir un mercado tan importante como el de Internet para garantizar una apertura ordenada y que exista una competencia real.

Asimismo, si se alega que se violaría el artículo 8º, referido a la igualdad, debemos decir que ese principio implica brindar un trato igual a quienes son iguales. Aquí no estamos hablando de empresas iguales porque, primero, no

tienen una escala similar y, segundo, seguramente estas empresas tengan un alcance nacional mientras que nosotros tenemos un alcance local. Entonces, la ley perfectamente puede tratar de manera desigual a los desiguales y entendemos que ese es, precisamente, el caso del artículo 48 del proyecto.

Por otro lado, el artículo 48 no prohíbe a nadie prestar servicios de Internet. Lo que ese artículo establece es que a los cableoperadores sí les tienen que dar la licencia pero, en definitiva, tampoco está diciendo que no a Directv. Después será cuestión de la administración si una empresa como Claro o Directv va a pedir una autorización o una licencia a la Ursec, que será la que determinará si se la da o no, o cuándo se la da. Lo que dice el artículo 48 es que a las empresas de cable no les puede decir que no, pero no está diciendo que no se lo puede dar a otras; digamos que está redactado por la positiva, porque establece a quién sí y no se lo prohíbe a nadie. Creo que la diferencia está, fundamentalmente, en que no se viola el principio de igualdad porque no se está tratando de manera desigual a empresas que son iguales; no son iguales por el territorio en el que prestan servicios, ni tampoco por el capital que tienen o lo que representan.

Muchas gracias por las preguntas porque estos fueron aspectos que quedaron en el tintero y para nosotros son fundamentales. El tema de la territorialidad, por ejemplo, nosotros lo entendimos así y consideramos que este es el espíritu, pero es importante aclararlo.

Con respecto a lo que decía el diputado Melazzi en cuanto al artículo 40 también me gustaría agregar que es un hecho de la realidad que los tres canales de Montevideo se venden en forma conjunta. Hoy en día lo que le pasa a las empresas del interior es que se les dice: "O me comprás los canales 4, 10 y 12, o no me comprás ninguno", y se comercializa a través de una empresa constituida en Montevideo, específicamente una sociedad anónima, que es de los tres canales. Entonces, eso complica todavía más la competencia real, porque Washington o el cable de Artigas, o el de donde sea, no puede comprar solamente un canal, lo cual fomentaría la competencia y garantizaría un precio justo, porque si yo pudiera comprar uno solo pagaría lo que realmente vale, pero si me venden conjuntamente los tres o ninguno, tengo que pagar lo que me pidan. Creemos eso también se garantizaría a través de esta pequeña modificación o injerto que le haríamos al artículo 40, y aclaro que dejaremos una copia del proyecto a la señora secretaria.

SEÑOR REPRESENTANTE TINAGLINI (Gabriel).- Ustedes hoy tienen posibilidad de hacer negociaciones con Antel y hay mecanismos de venta de Internet y de complementariedad en el territorio, por lo que no habría limitantes a no ser una, que según lo que entendí, tiene que ver con un tema de negociación, de cómo se paran frente a Antel para negociar, pero no es una imposibilidad técnica o contractual, ni mucho menos. De hecho, está esa posibilidad. Es más: en Rocha hay empresas de cable que han tendido fibra y han posibilitado a Antel acceder a ella; eso existe. Lo que no me queda claro es por qué CUTA corre el riesgo de abrir la gradualidad territorial, que no sé si es tal cual, a pesar de que hoy por hoy, frente a la competencia posible que puedan ejercer los canales de Montevideo, tiene todas las herramientas para desarrollarse, a no ser que se trate de un tema de negociación. ¿Es así?

SEÑOR MELO (Washington).- En parte es así y en otro sentido no tanto porque, por ejemplo, en lugares en los que no hay fibra óptica no podemos desarrollar ningún modelo de negocio. En el interior, particularmente en los centros poblados en los que mayoritariamente venden los cables de CUTA, además de las capitales y las ciudades secundarias, también hay muchos pueblos; hay muchos pueblos dispersos en el interior que no tienen fibra óptica; me refiero incluso a pueblitos que se encuentran dentro del área metropolitana.

SEÑOR REPRESENTANTE TINAGLINI (Gabriel).- Pero existe la posibilidad de complementarse.

SEÑOR MELO (Washington).- Sí; el tema es que la actual ley de medios expresamente prohíbe a los cables brindar servicios de Internet.

SEÑOR REPRESENTANTE TINAGLINI (Gabriel).- Entonces hay algo que no entendí. Hoy por hoy existe una herramienta por la que pueden vender Internet por fibra. Se puso el ejemplo de TCC, por lo que la herramienta está.

SEÑOR MELO (Washington).- Existe en Montevideo, porque está todo cableado.

SEÑOR REPRESENTANTE TINAGLINI (Gabriel).- Evidentemente, en el interior hay lugares a los que todavía no se llega o no se va a llegar, pero está la posibilidad de que se haga un acuerdo con Antel que posibilite tender fibra a la empresa que está en el lugar.

SEÑOR MELO (Washington).- La posibilidad hoy depende exclusivamente de Antel porque es quien tiene la licencia, mientras que nosotros no la tenemos. Nosotros podemos desarrollar nuevos modelos de negocios debido a la fortaleza que tenemos por conocer el mercado en el que estamos, así como los clientes y las localidades -según nuestra propia voluntad-, pero obviamente ese negocio deberá ser con Antel; no tenemos otra posibilidad. Entendemos que de esta manera se va a fomentar la inversión, aunque sea a muy pequeña escala, porque Antel podrá desentenderse de esos lugares en los que no cableó y lo haremos nosotros. A la vez, se fomentará la capacidad de llegar con mejores servicios y mejores condiciones para los clientes, por lo que se trata de un ganar- ganar. Lo que yo planteaba era que al darnos la licencia seremos complementarios de una empresa estatal y pública. Al respecto, no necesito aclarar que en muchos aspectos tenemos tiempos diferentes. Antel para tomar una decisión de inversión requiere ciertos mecanismos, mientras que en nuestro caso decidimos nosotros. Creo que eso va a dinamizar el mercado nacional y la inversión pequeña, pero dispersa en el país, y va a beneficiar a ambas partes ya que hoy tenemos un acuerdo limitado.

SEÑOR REPRESENTANTE TINAGLINI (Gabriel).- El artículo 48 en ningún momento se refiere a respetar la territorialidad.

SEÑOR MELO (Washington).- Eso figura anteriormente, en el artículo 6º.

SEÑOR REPRESENTANTE TINAGLINI (Gabriel).- Pero sería a través... A ver: estamos de acuerdo en que los cables tienden a desaparecer. La conexión tiene que ser mediante fibra, sí o sí.

SEÑOR MELO (Washington).- Es cierto.

SEÑOR REPRESENTANTE TINAGLINI (Gabriel).- Eso hay que dejarlo bien claro. Pero no es necesario el artículo 48 para poder acceder a eso en el interior hoy y estar protegidos de esta otra competencia que se va a generar.

SEÑOR ORTICOCHEA (Juan Felipe).- No sería necesario. Pero la realidad de estos diez años indica otra cosa y es que con Antel no se han podido dinamizar esos acuerdos. Esa ha sido la práctica en la realidad.

SEÑOR PRESIDENTE.- De mi parte y en nombre de toda la Comisión les agradecemos mucho que se hayan interesado en venir a conversar con nosotros. Estaremos atentos por si consideran que necesitan aclarar algo, y si quisieran enviar material a través de la Secretaría, bienvenido.

SEÑOR MELO (Washington).- Los agradecidos somos nosotros. Gracias por el tiempo y por la convocatoria; siempre es un honor venir a esta Casa.

(Se retira de sala la delegación de la Cámara Uruguaya de Televisión para Abonados)

(Ingresa a sala una delegación de la Asociación Nacional de Broadcasters Uruguayos, Andebu)

SEÑOR PRESIDENTE.- Es un placer para la Comisión dar la bienvenida a la delegación de la Asociación Nacional de Broadcasters Uruguayos, más conocida como Andebu, integrada por su presidente, el escribano Eduardo Ferrari; su vicepresidente, señor Alejandro Ravazzani, y el asesor letrado doctor Juan Andrés Lerena, quienes expondrán su visión acerca del nuevo proyecto de ley relativo a servicios de difusión de contenido audiovisual, sustitutivo de la vigente Ley N° 19.307.

SEÑOR FERRARI (Eduardo).- Tenemos el agrado de exponer ante ustedes en relación al proyecto de ley de servicios de difusión de contenido audiovisual, que fuera remitido por el Poder Ejecutivo con fecha 24 de abril del corriente año y que se encuentra actualmente a estudio de esta Comisión.

En primer lugar, queremos agradecerles la invitación a Andebu para conocer su posición acerca de esta iniciativa. Creemos que es de gran importancia que en los temas que analiza el Parlamento nacional, de indudable trascendencia pública, se reciban los aportes de los sectores que se encuentran directamente vinculados a la actividad sobre la que se dirige la atención. Valoramos, por tanto, que en esta oportunidad, en que se trata un asunto que afecta directamente a la actividad de la radio y la televisión, este Cuerpo legislativo haya generado un espacio de diálogo para intercambiar opiniones con quienes desarrollamos diariamente esta actividad. Los medios de comunicación social privados que brindan servicios de interés público han sido pioneros en el Uruguay en sus diferentes modalidades a lo largo de la historia, constituyéndose en principales instrumentos para la difusión e intercambio de informaciones y opiniones dentro de la sociedad, aportando a su vez a la cultura de nuestra gente. Este rol ha sido esencial en la consolidación de la democracia y en la defensa de la libertad de expresión, aspectos fundamentales para la vida de nuestro país. La radio y la televisión son, además, los principales productores de contenidos a nivel nacional y local generando miles de puestos de trabajo, muchos de ellos de alta tecnificación y capacitación. Desde Andebu se comparte la propuesta contenida en este proyecto de ley relativa a derogar la Ley N° 19.307, acerca de servicios de

contenido audiovisual. Andebu, como asociación que agrupa y representa empresas de radio, televisión abierta y televisión para abonados de todo el territorio nacional, coincide en la necesidad de establecer un nuevo marco regulatorio para el sector que permita el desarrollo sostenible de esta industria y que al mismo tiempo sea respetuoso del ejercicio de la libertad de expresión y de programación, así como de la difusión cultural y del libre acceso al entretenimiento por parte de los ciudadanos.

A partir de ahora nuestro asesor letrado, el doctor Juan Andrés Lerena, podrá informar más detalladamente acerca de nuestro aporte a esta Comisión.

SEÑOR LERENA (Juan Andrés).- Más allá de las apreciaciones técnicas y de tipo jurídico que están contenidas en un documento que será entregado a todos los señores legisladores, quisiera emplear estos minutos para hablar acerca de la realidad de los medios de radio y televisión, y de la situación crítica que ya vienen atravesando desde hace algunos años, que tal vez la industria no ha sabido transmitir en toda su real dimensión. Los señores legisladores son en su gran mayoría del interior del país y conocen muy bien y de manera personal la realidad de nuestras radios y televisoras. Nuestro sector está integrado por más de cuatrocientas emisoras de radio entre privadas y públicas, más de treinta canales de televisión abierta y más de cien operadores de televisión para abonados, más del noventa y cinco por ciento de estas empresas son pymes y minipymes, con un promedio de hasta diez empleados. Estamos hablando de empresas de estructura familiar y de esta forma consideramos que debemos enfocar las soluciones para el sector. En estos momentos, la mayoría de las emisoras están atravesando enormes dificultades para poder sostener sus operaciones al aire. Estamos ante una verdadera crisis de viabilidad del sector que incluso ha llevado a que se estén devolviendo permisos. Internet ha venido a cambiarlo todo y a derribar todas las barreras. Hoy las grandes compañías tecnológicas como Google, Facebook, Netflix o Amazon, se están repartiendo el mundo y representan una verdadera amenaza para la existencia de los medios de radio y televisión. En particular, Google y Facebook son competidores directos de la radiodifusión en el negocio de la venta de publicidad. En Estados Unidos el año pasado la inversión en publicidad digital ya superó la inversión en publicidad tradicional en radio y televisión, siendo Google y Facebook los principales receptores de esas inversiones. En Latinoamérica, en un mercado tan importante como Colombia, la inversión en publicidad digital también alcanzó casi el 50% de la realizada en publicidad, y de esa cifra el 80% se lo llevan Google y Facebook. Es decir que el 40% del total de la inversión en publicidad realizada por los anunciantes en Colombia va a parar a las oficinas de Google y Facebook en Silicon Valley.

Los expertos proyectan que este comportamiento de la inversión publicitaria digital va a tender a estabilizarse en un 50% en toda la región. Si esta predicción es correcta y se concreta de esa manera en Uruguay, los medios de radio y televisión van a tener que subsistir con la mitad de los ingresos que tenían hasta hace unos años. Esto va a afectar la diversidad y el pluralismo, ya que muchas estaciones van a quedar por el camino. Y no estamos hablando de algo que vaya a ocurrir dentro de diez años; esto ya está ocurriendo y se va a acentuar en los próximos dos o tres años.

La situación del cable tampoco es ajena a esta realidad. Desde el año 2016 hasta el año 2019 el sector perdió 53.765 abonados, pasando de 730.743

a 677.290, y si contabilizamos únicamente las empresas de origen nacional se perdieron un total de 54.765 abonados. Esto es de 423.557 a 368.792. Naturalmente, la situación de la pandemia ha venido a agravar estos números. Estamos hablando de que la viabilidad de las empresas nacionales está en riesgo.

Por lo expuesto, no podemos más que compartir la iniciativa de un nuevo marco regulatorio, promovida desde el Poder Ejecutivo, y especialmente su inspiración que luce en la exposición de motivos. En este sentido, quisiéramos citar textualmente uno de sus párrafos, que resume en buena medida la realidad de la situación de la industria. Textualmente expresa: "[...] los modelos de negocios cambian y las barreras de entrada en los diversos mercados se diluyen. Las rivalidades ya no son necesariamente entre prestadores que realizan las mismas actividades, sino que la competencia se amplía y al usuario final le es indiferente el medio utilizado, en tanto el servicio sea similar en condiciones de calidad y precio. En este sentido, los servicios tradicionales pasan a competir con plataformas electrónicas que brindan diversos servicios innovadores. Dichas plataformas globales plantean desafíos importantes a los medios tradicionales [...]". No tengan duda de que hoy los principales competidores de una radio o una televisora son Google y Facebook. Estamos hablando de que la radio de Tranqueras está compitiendo con estas grandes compañías por el aviso de la carnicería, el del comercio minorista y el de la peluquería. ¿Cómo hace entonces la radio de Tranqueras, la de Tambores, o la de cualquier otro lugar de nuestro país para competir con empresas multinacionales que tienen un valor estimado mayor al PBI de todo el Uruguay? Por ello creemos que hasta resulta curioso que hoy se discuta si una persona o empresa nacional puede acceder a una, dos o cinco emisoras. El asunto está planteado en un tema de escala y sobrevivencia. Además, nuestras emisoras están sujetas a un estricto régimen de obligaciones, limitaciones y gravámenes establecidos por la Ley Nº 19.307, mientras que aquellas compañías no tienen ninguna obligación. Por supuesto, tampoco generan empleo ni contribuyen de la misma forma mediante impuestos con el Estado uruguayo.

En este complejo escenario a esta altura los legisladores se deberán estar preguntando qué es lo que pretenden los radiodifusores y los operadores de televisión por suscripción. En primer lugar, pretendemos poder ejercer nuestra actividad en libertad. Sin ella no podemos llevar adelante nuestra labor. Necesitamos libertad de expresión, libertad para poder programar nuestras emisoras, libertad para emprender y desarrollar nuestras empresas sin obstáculos ni limitaciones injustificadas, y libertad comercial para poder dar sustentabilidad a nuestra industria.

Me detengo en este aspecto porque discutimos el tema de la limitación a la publicidad comercial, ya sea en tiempos o rubros, pero cualquier prohibición o limitación que se establezca lo único que hace es evitar que los medios nacionales reciban inversiones publicitarias y que los anunciantes sigan conduciendo sus inversiones a las grandes plataformas y redes sociales. Todos esos son dineros que se van de las empresas nacionales a las extranjeras. Ese es el efecto que en definitiva tiene este tipo de limitaciones.

También pretendemos integrarnos al proceso de convergencia digital y competir en igualdad de condiciones con otras empresas que prestan similares servicios. En este contexto, consideramos que el proyecto presentado por el

Poder Ejecutivo está orientado en la dirección correcta, más allá de que entendemos necesario realizar algunas contribuciones para profundizar ciertos aspectos de su articulado a través de la presentación del documento que se entregará a todos ustedes.

Muchas gracias.

SEÑOR RAVAZZANI (Alejandro).- Ejercí la vicepresidencia de Andebu y allí represento a las radios de AM del interior. Llegué a ese puesto a través de la votación de mis compañeros de radios de AM.

En el interior la radio es cercanía; ella y el oyente forman un vínculo muy íntimo: la vida, los vecinos, las instituciones, el comercio, los centros de estudio, la sociedad entera, interactúan en una relación de cercanía que no es de ahora, sino que tiene más de ochenta años de historia. La gente, por naturaleza, siempre quiere que alguien le cuente las cosas, así como sentir afinidad con el medio, con el locutor, con la persona que le está hablando; está acostumbrada a eso. En el interior se vive y se piensa distinto que en la capital; en el interior los medios son diferentes y creemos que también deben ser tratados de manera distinta. Por eso en el documento que vamos a dejar figuran algunas apreciaciones particulares con respecto a la radiodifusión del interior.

El doctor Lerena reflexionaba con respecto a cómo se sostienen las radios comerciales del interior. Estas radios, que cumplen una función social de gran importancia, son comerciales y, como lo dice la palabra, viven del comercio que a su respecto está representado por la venta de publicidad. La publicidad es vital. La publicidad es el único sustento económico de las radios en el interior del país y por razones de volumen son muy diferentes los precios que se manejan por segundo en una radio capitalina que en una del interior. Una radio capitalina puede cobrarlo treinta veces más que una radio local. Entonces, vemos con preocupación el límite de tiempo de publicidad, ya que por razones naturales el tiempo es único, hay un espacio para completar con diferentes contenidos; en el interior muchas veces el mensaje pasa a ser parte de la publicidad. Por ejemplo, un festival de una escuela tiene que ser promocionado para que la gente vaya, pero a la vez tiene un fin social. Entonces, creemos importante que se contemplen esas diferencias que hoy existen con respecto a la realidad de la radiodifusión del interior.

Hay un tema que queda planteado en el documento. Yo soy de Colonia, donde miramos mucho hacia enfrente, y hace pocos días nuestro presidente de la República, el doctor Luis Alberto Lacalle Pou, en un programa de TN le hicieron una consulta con respecto a qué pasaba con la publicidad oficial, con la pauta oficial en el Uruguay. Y textualmente expresó que con respecto a la pauta oficial estamos recortando todo. El periodista preguntó por qué y él respondió que porque está brava la cosa y, obviamente, hay que ser objetivos; el medio, la difusión de estos medios y, obviamente, acá hay un tema centralizador de la capital, que a veces deja relegado a los medios del interior.

Creo que también es importante dejar planteado este tema

En medio de la pandemia hubo una pauta publicitaria del Banco de la República -la pongo como ejemplo- que incitaba a las pymes y micropymes a tomar créditos, refiriéndose a los diferentes beneficios. En Colonia, por

ejemplo, hay mil micropymes asociadas a los centros comerciales de cada una de las ciudades, pero esa pauta se difundió solo en Montevideo.

Para nosotros también es importante manifestar nuestra preocupación acerca del futuro de la AM. Si bien en la interna de Andebu hay algunas discusiones en cuanto a cuál sería la forma, el problema está hoy presente. Actualmente, la AM del interior sigue siendo la radio que informa, transmite eventos e interactúa con la sociedad. No hay ningún estudio que determine qué posición va a tener la radiodifusión de AM en el futuro, cuando la banda de amplitud modulada deje de tener receptores. ¿Qué quiero decir con esto? Que no se están fabricando más receptores de AM; son muy pocas las empresas que los están fabricando. Hay muchos autos que ya no traen AM; en el celular es imposible poner una antena de AM. Entonces, la radiodifusión de AM tiene un futuro incierto en el país. Otros países han desarrollado diferentes planes y políticas, por lo que pedimos a esta Comisión que incluya el tema, ya que es preocupante. Somos 96 las emisoras de AM que en un futuro no muy lejano no tendremos por dónde emitir nuestro contenido. Queremos dejar planteado ese tema.

Por último, queremos referirnos a la impresionante superpoblación de radios que hay en el interior. Nosotros hicimos un cuadro comparativo de los diferentes departamentos relacionando radios y población, dividimos la cantidad de radios entre la población de las ciudades. En Montevideo hay 43 radios y 32.104 habitantes por radio. En Canelones, hay diecisiete radios y 33.770 pobladores por radio. En Durazno, hay nueve radios y un total de 59.000 habitantes, es decir, 6.556 pobladores por radio. En Treinta y Tres, hay 6.000 habitantes por radio. Solo estoy contando radios, no incluyo Facebook, ni plataformas digitales, ni diarios, ni televisión, ni programas de televisión. La torta publicitaria se está dividiendo de una manera impresionante y lo que queremos decir con esto es que no hay espacio para más radios, para más medios.

Entonces, sería bueno que la Comisión analizara las consecuencias de entregar nuevas frecuencias. Estaríamos en un problema muy grave si llegara a suceder eso.

SEÑOR REPRESENTANTE MELAZZI (Martín).- Hay una realidad: la radio, la televisión del futuro, van a ser por Internet. Eso es una realidad que no podemos desconocer. Yo, que soy del interior, para escuchar cualquier radio de Montevideo, lo hago vía *streaming*, por internet. Es decir, hay que reconvertirse, y eso es importante decirlo, porque si nos quedamos con los sistemas actuales, la tendencia a desaparecer no solamente se da a nivel de los medios de comunicación, sino también de un sinnúmero de empresas.

Voy a hacer algunas preguntas.

En primer lugar, quisiera saber si no les parece un poco excesivo pasar de tres a ocho la cantidad máxima de licencias por persona. Si bien se explicó que habría que dejarlo hasta libre, la verdad que en este nuevo proyecto de ley se pasa de tres a ocho, cuatro para los canales de AM y FM, y cuatro para los canales abiertos.

En segundo término, me gustaría conocer su opinión sobre el artículo 52, sobre promoción de la producción nacional de radio, porque tengo entendido

que ese 30% tal como está planteado significa algo así como siete horas o -me parece que habla de algo así- dos horas continuadas. ¿Por qué lo digo? Porque en la producción nacional básicamente hay cinco o seis artistas y si uno escucha la radio a cierta hora, hay una repetición de los mismos artistas. Estoy a favor de los artistas, pero hay algo que no anda bien.

Y en cuanto a los tiempos de publicidad de los que hablaron no me queda claro si es que no los quieren limitar porque ya están limitados en ciertos horarios, es decir, no me queda claro si están a favor de lo que dispone la ley actual al respecto o de lo que se propone en el artículo del proyecto de ley.

Lo de los artistas lo digo más que nada porque me parece que son dos horas valiosas. Repito que estoy a favor de los artistas, pero hay algo que no termina de andar bien que capaz que ustedes lo pueden explicar mejor.

SEÑOR REPRESENTANTE VARELA NESTIER (Carlos).- Estuve releendo las versiones taquigráficas del tratamiento de la ley vigente y allí ya se vislumbraban mucho los problemas que ustedes señalaron ahora con mucha crudeza, ese cambio cultural que estamos viviendo a partir de la revolución tecnológica y cómo está afectando eso a los medios nacionales. Ya en aquel momento se señalaba como un peligro, una amenaza, ahora es un hecho. Quien les habla es una especie protegida: todavía escucho AM, leo diarios, miro televisión por cable, pero por esa vía miro la televisión abierta, y obviamente también me he sumado a algunas nuevas plataformas, pero todavía sigo siendo algo tradicional. Soy el único en mi casa que hace eso. Mis hijos adolescentes no miran ni siquiera televisión por cable a esta altura; obviamente no saben lo que es la AM; ni siquiera saben lo que es la FM y no saben lo que es el diario papel. ¿Qué quiero decir con esto? Hay una revolución que avanza, que es incontenible y a la cual hay que adaptarse. Y el esquema que tenemos de los medios en este país, desde mi punto de vista, no se adapta a la realidad, ya no a la que estamos viviendo, sino a la que vamos a vivir en el futuro.

Cuando comenzamos a analizar este proyecto de ley, todos fuimos conscientes -y lo dijimos- de que había que hacer cambios a la ley vigente, dada la realidad que estamos viviendo. No tengo claro si la ley vigente o los cambios que se pretende introducir por parte del Poder Ejecutivo resuelven los problemas reales que los medios de comunicación en este país tienen: los que ya están enfrentando y los que van a enfrentar en el futuro. Sinceramente no lo sé, no me queda para nada claro. Es más, discrepo con que la limitación del tiempo de publicidad pueda resolver algo: yo creo que no porque hoy, como nunca, el consumidor de medios de comunicación tiene una libertad que nunca tuvo antes. Yo antes no tenía más remedio que escuchar determinadas radios y mirar tres canales de televisión, y no me podía despegar mucho de eso; a lo sumo podía cambiar de un canal al otro. Ahora puedo directamente dejar de mirar la televisión y mirar películas o series sin ningún tipo de publicidad, en el tiempo y el momento que yo quiera. Ese es un elemento que está arriba de la mesa: si me ponen veinticinco minutos de publicidad, como ponen en algún programa de televisión, yo cambio, no vuelvo a ver el siguiente bloque, porque me harté; ya tengo otra forma de ver los medios, tengo otra cultura y tengo opciones. Y eso hay que tomarlo en cuenta.

Y lo otro es la programación. Yo todavía estoy inscripto a una empresa de cable; no sé hasta cuándo. Mientras ese cable me siga dando siete canales para cocinar, otros cuatro para ver la vida en Alaska -Alaska: el peligro en el aire, los hombres de Alaska, los viejos de Alaska, los animales de Alaska- y me dé ocho o nueve canales más, algunos inclusive en idiomas que no conozco, que no me sirven absolutamente para nada, cada vez que me venga la factura, me voy a cuestionar -como hago- si no me borro del cable. Entonces, también hay un problema de lo que se ofrece. Los medios de comunicación son atractivos si ofrecen algo por lo que realmente el consumidor pueda optar, porque hoy el consumidor es libre; ya no es más rehén de los medios de comunicación. Y eso estuvo planteado en 2004, cuando discutimos la ley, y vuelve a estar planteado ahora, pero no veo una salida, no veo una propuesta de los medios de comunicación que respete al consumidor en ese sentido. Y les pido que lo incorporen también en su análisis cuando se borra gente del cable: no solo es por la crisis económica, que también incide y va a seguir incidiendo, sino por la oferta. Y también pasa con los canales abiertos: es por la oferta. Porque ahora tenemos opciones.

Quiero ser claro y decirles que no estoy de acuerdo con algunas modificaciones que ustedes proponen, pero sí estoy dispuesto a analizar cambios que necesariamente requiere la ley.

También les quiero decir que estamos dispuestos a avanzar en el aspecto de legislar finalmente por el tema de la publicidad oficial. Creo que es un deber que este país tiene. Efectivamente, hemos constatado que muchas veces la publicidad oficial no llega nunca a quien realmente debe alcanzar. Usted señaló un ejemplo; tenemos innumerables ejemplos de eso, y también de lo otro, de campañas publicitarias oficiales que no se justificaron jamás, como algunas que se hicieron en los pueblos del interior con inversiones millonarias que nadie entendía por qué se hacían, cuando se estaba alcanzando a 3.000 o 4.000 personas. Es otro tema, ya pasó, pero hay que legislar también sobre eso.

Y también les quiero decir con sinceridad que estoy absolutamente en contra de seguir otorgando frecuencias. Me parece que se otorgaron demasiadas en su momento, pero ahora hay que parar, y también estoy absolutamente en contra de la concentración de más frecuencias en las mismas manos, porque eso atenta directamente contra algo que intentamos legislar, que fue sobre la mayor posibilidad de libertad en la expresión y la libertad del espectador de recibir distintas voces. Eso no siempre se garantiza cuando se concentran medios en pocas manos, y hoy está pasando; aun en el marco de esta ley está pasando. Hay grupos ya constituidos, con determinados nombres muy pintorescos, que están funcionando de esa manera. Es más, dudo de que el capital sea nacional, como dice esta ley. Además, elimina, por ejemplo, la determinación de grupo económico, y eso me parece un gravísimo peligro, pero lo vamos a discutir internamente.

Pero vuelvo a señalar: como espectador, como consumidor, les digo que las dificultades para acceder a los medios nacionales son fundamentalmente, desde mi punto de vista, por la oferta que esos medios hacen.

Nada más. Muchas gracias.

SEÑOR REPRESENTANTE TINAGLINI (Gabriel).- Me genera una duda que parte de la fundamentación de que están de acuerdo con este proyecto de

ley tiene que ver con que se liberarían los tiempos en la publicidad, que es en parte la vida de los medios, sobre todo en el interior. Quisiera saber qué posicionamiento tienen cuando este proyecto de ley también libera la posibilidad de la extranjerización de los medios, que está implícita.

Otra pregunta que tengo tiene que ver con que hoy por hoy -la mayoría somos del interior-, en campaña política, vamos a los medios y nos hacen notas -y en eso me saco el sombrero, porque a nivel del interior se nos trata a todos parejo, no hay diferencia ninguna-, y ahora ya no se puede ir sencillo, hay que ir medio preparado porque se sale por canales de Youtube simultáneamente: te están filmando y estás saliendo, y ya no es una nota en radio común y corriente; ya tenés que ir preparado para eso. Hasta en los gestos que hacés a veces tenés que cuidarte también; nos habrá pasado a todos. O si en este momento quiero escuchar un programa en una radio AM de Rocha, hay plataformas a través de las cuales me puedo conectar -con una radio en Rocha o donde sea- y escucharlo, y ahí está la propaganda, etcétera. En definitiva, se han *aggiornado* las radios AM. No quiero dar nombres, pero Radios del Uruguay involucra a un montón de radios AM y FM, y ahí elijo, puedo hacer hasta *zapping*.

Entonces, ahí yo veo una dicotomía entre lo que ustedes están planteando sobre que tienden a desaparecer y lo que yo creo, que es que se ha avanzado muchísimo y las radios se pueden escuchar en cualquier parte del mundo. Esa es la accesibilidad que existe. Por eso no entiendo lo de la tendencia a desaparecer.

SEÑOR LERENA (Juan Andrés).- Voy a empezar por las dudas que planteó el diputado Melazzi con respecto al porcentaje de música nacional.

Primero que nada, nosotros tenemos una muy grata relación con el sector artístico; de hecho, tenemos convenios con las entidades que lo representan, pagamos licencias por los usos de la música en todos nuestros medios, pero no estamos de acuerdo con establecer límites ni con que haya injerencias en la libertad de programar de la radio. ¿Por qué no estamos de acuerdo? Es por un tema conceptual. Aquí hay muchas radios -diría que la mayoría- que pasan en su programación un alto porcentaje de música nacional. La mayoría de las radios integran entre sus géneros un altísimo porcentaje -muy por encima del 30%- de música nacional, porque es lo que las audiencias de esas radios les piden: el emisor trabaja para su audiencia. Pero hay otras radios que construyen el perfil de esas audiencias en base a otros tipos de música -sea extranjera, sea en inglés-, porque es lo que su audiencia, el que las sintoniza, está buscando; no está buscando música nacional. Entonces, si tú obligás a pasar un porcentaje de música nacional al que construyó un perfil de una emisora en base a audiencia que no desea escuchar música nacional, estás interfiriendo en la programación, en la estrategia comercial y hasta en el propio derecho del escucha que quiere escuchar música extranjera.

Entonces, eso lo vemos como un problema. Creemos que el camino tiene que ser otro. Acá se habla de promoción, pero en realidad se está imponiendo; la promoción la entendemos de otra manera. Además, el resultado que tiene hoy, con todas las opciones que tenemos, es que el que quiere escuchar música que no sea nacional, se va de la radio: o escucha radios por internet que no están reguladas por la ley, o se va a Spotify o a otros servicios, y ¡listo,

se terminó el problema! Yo sé que este tipo de legislaciones no son creadas aquí en Uruguay, pero no han funcionado, lo que estamos viendo es que termina siendo un perjuicio para el medio nacional. Creemos que hay que dar libertad a los medios para que programen y les den a las audiencias lo que están pidiendo.

Con el tema de la publicidad, sucede un poco lo que señaló el diputado Carlos Varela: lo que vemos es que hoy hay muchas opciones y el televidente puede elegir entre cualquiera de ellas, y si considera que hay un exceso de publicidad puede ir a cualquier otro lugar. El resultado de las limitaciones a la publicidad es el mismo que señalé hoy: inversiones que se van de los medios nacionales, con destino a plataformas, a redes sociales o a medios en internet. Por supuesto que el artículo que está contenido en este proyecto de ley es mucho más flexible que el que existe en la ley vigente, por lo cual nosotros preferimos, indudablemente, la propuesta redactada en este proyecto que lo que establece la ley vigente. Pero si nos preguntan, preferiríamos que no hubiera una limitación y que se dejara abierto a la libertad de cada radiodifusor.

Con respecto al límite de las licencias -ese es un tema bien complejo-, nosotros estamos convencidos de que en Uruguay hay una amplísima diversidad, pero también es verdad que hoy hay una realidad de competencia -que fue la que señalé en la presentación- de empresas gigantescas y nosotros vemos difícil que un radiodifusor con una radio pueda seguir enfrentando este tipo de competencias si no se integra a grupos más importantes. Es una forma de competencia. Si tenemos medios nacionales más fuertes, más sólidos desde el punto de vista económico, vamos a estar en mejores condiciones para enfrentar esa competencia. Sobre si son cinco, ocho o diez, realmente no tenemos un estudio. Sí entendemos que hoy la situación está suficientemente diversificada; en Montevideo hay muchos radios y también en el interior, y son de titulares distintos; esa es la realidad; no es que todas las radios o la mayoría las tiene una empresa. No ocurre lo mismo que en la mayoría de los países, donde hay cadenas, es decir, todo está centralizado y tienen cadenas que cubren todo el país. Acá tenemos radios locales en todos lados. Tenemos una ley sobre defensa de la competencia, que se puede perfectamente aplicar en casos de abuso. Pensamos que la reglamentación actual -que establece un máximo de tres licencias- es demasiado restrictiva, que está bien que se reconsidere y se ajuste, y se dé la posibilidad de que los medios puedan ser más sustentables y fuertes desde el punto de vista de sus estructuras.

Con respecto a las reflexiones que planteó el diputado Varela, me siento identificado con lo que dijo porque elegí el auto que me compré en función de que tenía radio AM, pero sé que, por ejemplo, ha sido un gran descubrimiento para la FM que los celulares puedan tener receptor, porque se han multiplicado los receptores, y la AM ahí no puede entrar. Entonces, ahí hay un obstáculo grande. Digo esto porque los celulares te permiten escuchar la radio por aire; ni siquiera tenés que pagar datos ni gastar la batería. Realmente eso ha sido un beneficio importante para las radios, más allá de la posibilidad de escuchar todo por internet.

Por supuesto que los desafíos son enormes. Desde mi punto de vista, hay tres desafíos para los radiodifusores. Uno de ellos es tecnológico. Afortunadamente, las tecnologías están a disposición, por lo cual nosotros -como señalé en la presentación- estamos interesados en integrarnos a ese

proceso de convergencia; es decir, hay tecnologías a disposición para que los radiodifusores puedan continuar.

Después, sin duda, hay un desafío de contenidos. Lo que pasa allí es que hay que saber bien cuáles son los contenidos que nosotros podemos ofrecer mejor y en cuáles es difícil que podamos competir. Por ejemplo, Netflix produce una película o una serie y gasta cientos de millones de dólares, hasta en el más mínimo detalle; por ejemplo, la ropa del vestuario no está nueva; dejan que se use para que cuando los actores se la pongan no parezca nueva. Entonces, los medios nacionales no podemos competir con Netflix produciendo películas, y para comprar un evento multimillonario hay otras plataformas que tienen más posibilidades. Nosotros tenemos otros contenidos que son los que podemos ofrecer y ahí es donde podemos hacernos fuertes. Este es el segundo desafío.

Y el tercer desafío es regulatorio y es por lo que estamos aquí. Si tenemos una cantidad de obligaciones, normas y regulaciones que nos dificultan nuestra actividad, y nuestros competidores no tienen ninguna, va a ser muy difícil que podamos competir, por lo cual, tarde o temprano tenemos que iniciar un proceso en el cual la regulación, como mínimo, tienda a equilibrarse. Van a seguir siendo mucho más potentes, pero, como mínimo, aspiramos a una competencia igualitaria.

Con respecto a la publicidad oficial, Andebu entregó un documento en el período anterior -fue muy sobre la hora con las elecciones- con un estudio profundo del tema entre todas las modalidades. Andebu nuclea radios AM y FM, televisión abierta, cables del interior, es decir, están todos dentro de Andebu, por lo cual es una visión global, y aportó ese material que, seguramente, pueda ser de utilidad para el trabajo.

Con relación a las reflexiones del diputado Tinagliani quiero decir dos cosas. En el caso de las radios, lo que sí se da es que los niveles de audiencia se han mantenido. En general, incluso en toda la región, la radio mantiene altos niveles de audiencia pero, paradójicamente, el mercado publicitario se ha reducido mucho en los últimos años, por esto que dije antes: las redes sociales y las grandes plataformas han venido a tomar una parte y se la han quitado a otros, porque la torta publicitaria no tiende a crecer, más o menos, en promedio, siempre es la misma, con lo cual las radios tienen que mantener su misma oferta, su mismo proyecto comunicacional, cada vez con menos dinero. Eso es un círculo que se va a ir degradando; eso es lo que venimos a advertir aquí. Y sí, es probable que algunas emisoras puedan adaptarse a este proceso, y habrá otras que no puedan, pero nosotros por lo menos queremos tener la oportunidad de hacerlo de la mejor manera posible.

SEÑOR RAVAZZANI (Alejandro).- ¿Qué pasa con la música nacional? Por ejemplo, las radios AM generan muchísimo contenido periodístico hablado; en el interior hay programas de rienda, de automovilismo. Entonces, la libertad de programar música con un esquema estricto es algo complejo. Además, a veces, son estructuras muy chicas, cuatro o cinco personas trabajando en una radio para hacer todo el contenido, veinticuatro horas. Tenés que tener a una persona programando esa música en ese momento y a las radios pequeñas muchas veces se les complica, y hay veces que hasta pasan más del 30%, pero tener una estructura complica en pequeños medios.

Con respecto a publicidad versus contenido, ahí entra en juego la autorregulación, del que te escucha, que es lo que está pasando en el mundo. En Europa es así: "Poné toda la publicidad que quieras, no te va a escuchar nadie"; si no te escucha nadie, no tenés nivel de audiencia; si no tenés nivel de audiencia, no podés cobrar nada. Cuando vos empezás a poner muchas restricciones en un mercado tan abierto, con tantas plataformas, con tantos sistemas, surge el cuestionamiento sobre por qué a unos sí y a otros, no. Entonces, empezamos a competir, por ejemplo, radios *online*, radios filmadas, canales que están transmitiendo radio y radios que están haciendo canales, todo vía *streaming*. Entonces, vos decís: "No, esto tengo que limitarlo para la programación que sale al aire; esto dejalo abierto, porque sale en las redes sociales". Por lo tanto, la libertad de programar se ve coartada cuando se le ponen muchas limitaciones. Eso es lo que vemos con respecto a ese tema.

Con relación a las licencias, muchas veces se da la economía de escala: la pequeña radio necesita tener un asociado o tener otra radio cerca como para poder subsistir porque el nivel de publicidad disminuye tanto que no tenés posibilidad de economía de escala.

Con respecto a *streaming* versus aire: para ver por *streaming* tenés que tener internet en tu teléfono, tenés que tener un teléfono con ciertas características para que no se te corte; eso consume datos y no toda la gente tiene datos. Entonces, en el mundo, sí, está creciendo muchísimo el nivel de *streaming*, las transmisiones vía diferentes plataformas digitales, pero la radio sigue teniendo una gran virtud y una gran ventaja que tiene que ver con la libertad de escucha. Yo puedo estar escuchando una radio y nadie sabe qué radio estoy escuchando. Me dirán que acá eso no importa: sí, acá no importa; pero en otros lugares importa muchísimo, y la radio abierta, la radio libre, por aire, con las condiciones necesarias, fortalece la democracia y la libertad, porque, hoy por hoy, se hace un rastreo de IP y se puede saber qué está escuchando una persona: "¿A ver qué está escuchando Varela?". Sin embargo, hoy por hoy, en la radio libre, de aire, esa libertad se sigue manteniendo.

SEÑOR PRESIDENTE.- Lamentablemente me tengo que retirar, pero queda en mi lugar el vicepresidente de la Comisión, el señor diputado Martín Melazzi. Gracias por haber concurrido.

(Ocupa la Presidencia el señor representante Martín Melazzi)

SEÑOR LERENA (Juan Andrés).- Lo mío es muy breve. Para complementar lo que dijimos sobre la música nacional, quiero terminar con una frase que está contenida en el documento que les vamos a dejar, pero para mí es bien significativa; como sostenía el maestro argentino Ariel Ramírez, reconocido pianista y compositor, autor de la Misa Criolla, entre otras obras conocidas, en ese momento presidente de la Sociedad Argentina de Autores y Compositores -Sadaic- : "No se consigue por ley o decreto lo que se conquista con talento".

Eso resume lo que queremos expresar.

SEÑOR REPRESENTANTE OSORIO LIMA (Marne).- Quiero hacer dos consultas concretas.

Ustedes hablaron mucho sobre el riesgo de la competitividad que tiene el sector en este momento -y yo lo comprendo y lo comparto-, especialmente en el interior del país. Y vinculado a ello, les hago dos preguntas, una referente a la informalidad en el sector, sobre todo a nivel de radios, porque nosotros hemos escuchado en nuestros departamentos y en otras partes del interior que existen algunas ofertas de radio que son clandestinas o que no estarían habilitadas para, entre otras cosas, vender publicidad y que por ahí se estaría dando. Lo consulto para ver si ustedes lo perciben, lo conocen y tienen información al respecto.

Y lo segundo refiere a la publicidad oficial, porque también nosotros desde el interior hemos sentido esa discriminación en el momento de la distribución de la publicidad oficial; lo sentíamos en el Congreso de Intendentes cuando, desde los diferentes gobiernos departamentales, tratábamos de levantar esta voz. Y la pregunta concreta es si hoy ustedes tienen previsto cuál sería la modalidad para instrumentar esa distribución de publicidad oficial a nivel del territorio, porque también se nos ha mencionado en algunas oportunidades que la distribución a través de agencias de publicidad -que casualmente todas o la mayoría están instaladas en la capital-, de alguna manera, comenzaba ya en forma sesgada.

SEÑOR RAVAZZANI (Alejandro).- Empiezo por la pregunta relativa a la publicidad oficial. Nosotros hemos analizado varias veces el tema y se soluciona con mediciones. Estamos hablando de que si bien hay una parte social -hay un porcentaje de publicidad que tiene que ir nivelando o ayudando al sector de telecomunicaciones-, hay otra parte que es profesional: "Yo quiero que mi mensaje se escuche, ¿dónde lo tengo que poner?", y la respuesta es que lo tiene que poner en las radios que se escuchan y en el horario adecuado.

Lo que pasa con las agencias de publicidad también es que no tienen esas herramientas ni nadie hace la inversión, y es un deber que tiene el Estado: tiene que haber mediciones de audiencia, de cobertura, cuáles son las radios, cuáles son los canales, por dónde se diagrama profesionalmente la publicidad. Es un elemento profesional, como lo hacemos cada uno de nosotros en nuestras empresas. Si tengo que invertir en algo, lo voy a hacer de la mejor manera, con la información que necesito. Hoy esa información no está; por eso también muchas veces cae en manos de terceros, de agencias de publicidad o de agencias de medios, con diferentes criterios que no son un criterio profesional, porque en el interior no hay mediciones de audiencia.

Con respecto a la informalidad en la radiodifusión, sí se da. Se dio hace unos años de manera bastante fuerte con la aparición de radios comunitarias. Se alentó un proyecto a partir del cual se generó una instancia donde, por ejemplo, en una ciudad de diez mil habitantes llegó a haber siete radios comunitarias. ¿Que después se reguló, que después hubo una ley? Sí, lo entendemos. Cuando se reguló y hubo esa ley, el fenómeno disminuyó muchísimo y se le dio cierto formato, pero de igual manera, quedaron algunas emisoras, principalmente unas que nos preocupan mucho, que están bajo la órbita del Ministerio de Educación y Cultura. Hay noventa y siete radios que pertenecen al Ministerio de Educación y Cultura y las administran grupos de personas. En ese formato de radio hay informalidad y todo lo que trae aparejado de competencia desleal en mercados muy pequeños con radios establecidas y formales. Ese problema existe y está hoy vigente.

SEÑOR REPRESENTANTE UMPIÉRREZ DIANO (Javier).- Yo quiero comentar a algunos compañeros de la Comisión que no estuvieron en el período anterior que esta Cámara votó un proyecto de regulación de la publicidad oficial en el período anterior. Ese proyecto de ley -no recuerdo si contó con unanimidad, posiblemente se haya aprobado por unanimidad en general y haya habido algunos matices en algunos artículos- ya destinaba un 30% de la publicidad oficial para los medios del interior, y regulaba todo lo que tiene que ver con la publicidad oficial y la participación de las empresas vinculadas con la publicidad oficial.

Me parece que era un muy buen proyecto de ley. Reitero: la Cámara de Diputados lo aprobó y el Senado no sé por qué motivo no profundizó en ese asunto, pero, como dijo el diputado Varela, estamos dispuestos a presentarlo nuevamente, con las mejoras que se le puedan introducir. El destino de ese porcentaje era un aporte muy importante a algo que evidentemente no llegaba. O sea, al interior llegaba el 1%, 2% o 3% de lo que se destinaba a publicidad oficial, y más allá de los recortes que pueda hacer cualquier gobierno de acuerdo con su saber y entender, es un monto importante de dinero que se puede destinar. Así que, desde la bancada del Frente Amplio estamos dispuestos a reflotarlo y trabajar en ese sentido.

SEÑOR LERENA (Juan Andrés).- Para complementar la respuesta de Alejandro Ravazzani a la pregunta del señor diputado Osorio, les quería comentar que hoy tenemos una realidad en cuanto al tema de radios. Están las radios comunitarias que fueron asignadas a asociaciones civiles a través de la Ursec. Ese sector, que son unas ochenta y cinco, según la ley, debería cumplir con una auditoría respecto a todos los requisitos que están establecidos en la ley. Desconocemos que se hayan hecho esas auditorías. Lo hemos ido a consultar a la Ursec, porque deberían hacerse y publicarse, y no nos consta que se hayan hecho ni publicado durante todo este período.

Con respecto a las emisoras del MEC, también hemos ido a consultar al Ministerio en qué situación están, quién las administra, quién paga la energía eléctrica, los equipos, pero no lo saben; dejamos el tema planteado.

Después están las radios ilegales, que no se han presentado ni a ser profesionales ni comunitarias, que por un tema económico aparecen y desaparecen, no son constantes; el problema de la ilegalidad existe, pero han ido disminuyendo en su número por una cuestión de que no son rentables.

Esa es la situación que existe en términos generales.

SEÑOR PRESIDENTE (Martín Melazzi).- La información aportada ha sido muy útil y la tendremos en cuenta. Muchas gracias por su comparecencia.

(Se retira de sala la delegación de Andebu)

(Ingresa a Sala una delegación de la Sociedad de Mineros del Uruguay)

SEÑOR PRESIDENTE.- Buenos días

La Comisión agradece la presencia de la delegación de la Sociedad de Mineros del Uruguay; esta sociedad solicitó ser recibida y lo estamos haciendo en el día de hoy. Está integrada por su presidente, ingeniero Miguel Curbelo; el

contador Facundo Ferro; el ingeniero Walter Cannata, y el licenciado Rafael Ogando

SEÑOR CURBELO (Miguel).- Buenos días. Muchas gracias por recibirnos.

Nosotros somos la gremial de los mineros, es decir de los titulares o propietarios de establecimientos mineros. Nuestra gremial es muy joven; fue fundada hace dos años. La razón de su fundación fue corregir la inmerecida mala imagen que tiene la minería, que goza de mala prensa, porque se identifican las cuestiones que salen mal y no las que salen bien. Si lo analizamos, vemos que la minería es una actividad muy importante para la humanidad. Tal vez sea la primera actividad que el hombre desarrolló y tanto es así que históricamente se reconocen las edades de piedra o de bronce por los avances que se tenía en ese sentido.

Al día de hoy, casi no existen actividades humanas que no tenga que ver con la minería. Una vez hicimos un cuestionario y encontramos solamente dos, que son la poesía cuando no se escribe y la música cuando no se ejecuta. Cualquier otra actividad de alguna manera está vinculada con la minería.

En nuestro país la minería empezó con la colonización. Los españoles fueron importantes precursores de la minería e hicieron grandes trabajos en el país en ese sentido, que mal que bien han llegado al día de hoy.

Actualmente, nuestra situación es la siguiente: la mayor parte de la minería se refiere a áridos para la construcción, que es el grupo más grande de materiales que se explota, que es el tema que nos trae acá. En nuestro país los áridos para la construcción son muy buenos y están muy cerca de las poblaciones. Tenemos el privilegio de que una gran cantidad de uruguayos son propietarios de sus viviendas, estables y duraderas. El otro día vi que cuando pasó el huracán por Estados Unidos no quedó ni una casa en pie, porque son construcciones que están hechas con otro criterio. Si eso hubiera pasado acá, la mayor parte de las casas hubiera quedado en pie y es importante que lo tengamos en cuenta.

¿Qué más tenemos en Uruguay? Tenemos áridos para la construcción, que es el rubro principal, como dije; tenemos ágatas y amatistas, que es algo que nos destaca en el mundo porque nuestra producción es una de las mejores y va a requerir cierto apoyo; tenemos caliza para el pórtland, que por más que el tema esté mal conversado, son productos reales que usamos; tenemos arcillas, y una cantidad de elementos a estudiar. Por ejemplo, tenemos posibilidad de tener fosfatos, arenas negras y hay bentonita. Es decir que hay unos cuantos elementos que requieren estudio para poder ingresar en el mercado.

Nosotros venimos a plantear dos puntos en particular. En nuestra minería, las exploraciones mineras pagan canon. Es decir que los minerales son del Estado, que autoriza a determinada gente a sacarlos y el que lo hace paga un canon por la extracción. ¿Qué estamos pidiendo? El mecanismo de pago de canon consiste en que cada seis meses se hace una liquidación del material extraído y se paga el correspondiente canon. El minero está obligado a retener durante seis meses un dinero que va para el Estado, pero no es fácil hacerlo y

a veces se mete mano; hay que pagar y se complica el asunto. Originalmente la razón de ese procedimiento era que los minerales se transportaban y tenían que llevar una guía de transporte. Esa guía era física, se hacía en papel por triplicado y una boleta iba con el mineral, otra quedaba para declarar y otra en el registro. Hoy en día con los avances tecnológicos la guía se emite en forma electrónica y queda registrada. Es decir que va directamente a Dinamige, que tiene los datos. ¿Qué pedimos nosotros? Pedimos que la liquidación en vez de ser cada seis meses sea cada dos meses, para que aligere la parte pesada para el minero y se simplifique la declaración. También pedimos un pequeño cambio en cuanto al canon. Actualmente, el canon se paga a los veinte días de declarado, pero la realidad es otra, porque es muy difícil que cuando se vende el mineral se cobre antes de los sesenta días. Nuestra propuesta es que se liquide cada dos meses y se den sesenta días para el pago del canon. Esto no afecta la recaudación del Estado, sino que la equilibra en el tiempo y es un beneficio grande para los mineros.

Este es el punto fácil, pero tenemos uno difícil, que tiene que ver con las canteras de obra pública. El régimen de cantera de obra pública se instaló en determinadas condiciones para facilitar las obras que se hacían en el país. Como muchas otras actividades, después se desvirtuó y actualmente el régimen de cantera de obra pública es una facilidad que se da a las empresas, pero en realidad no es tal cosa, porque podrían comprar el material en canteras existentes. Lo peor de todo es lo que pasa después, porque termina la obra y queda una cantera para uso de todo el mundo, un agujero que nadie cuida; ambientalmente es algo desagradable.

Nuestra propuesta es que cuando haya una obra pública, el titular de la obra se contacte con las canteras que estén en el entorno para ver si se llega a un acuerdo. Creemos que es racional que se use ese material y no se abra un agujero nuevo. Para ese acuerdo nosotros ponemos una condición porque podría pasar que el minero diga: "Vino la empresa, le arranco la cabeza y le cobro lo que me parece". Entonces, le ponemos un tope al acuerdo que pueden hacer. Asimismo, el mineral que sale de una cantera de obra pública no paga canon, por lo que pedimos que el material de una cantera existente que vaya a una obra pública, tampoco lo pague.

El esquema general es este.

Estamos a las órdenes para las preguntas que se quieran formular.

SEÑOR OGANDO (Rafael).- Lo que expresó Curbelo es una realidad que sucede en el país, porque hay dos leyes distintas para lo mismo. El Código de Minería establece cómo se deben comportar el minero y el Estado en una relación biunívoca para el aprovechamiento de un recurso. A su vez, está la ley de cantera de obra pública -se la llama así coloquialmente-, que dice: "No hagan caso de la primera ley". ¿Por qué? Porque se justificaba cuando había que hacer una vía o una carretera en un lugar despoblado del país y no había una cantera que suministrara el material necesario. Entonces, el constructor buscaba un lugar de donde extraer el material. Estamos hablando de un país de otra época, porque hoy por hoy hay canteras de lo que se quiera en cualquier lado. Sin embargo, se sigue aprovechando lo de la cantera de obra pública por parte de las empresas constructoras, haciendo una minería paralela, que es desleal con respecto a nosotros que estamos bajo el régimen

del Código de Minería. Se amparan en una cuestión que es legal, a pesar de que en los cursos de derecho minero, que nosotros mismos impartimos en la facultad de Derecho, hacemos notar que es una ley absurda y mal hecha, que se elaboró para tapan un agujero en su momento y que ahora no tiene sentido que se mantenga.

Por lo tanto, lo que estamos pidiendo es que la minería legalmente establecida, que cumple con las normas ambientales, económicas, de proceso e industriales -la otra no cumple con nada-, sea tomada en cuenta en forma prioritaria cuando haya una obra pública. El Estado establece la obra pública y luego contrata a través de una licitación a las empresas. Entonces, que la empresa compre el mineral a quien lo puede proveer dentro de un régimen establecido de minería, que somos nosotros, como compra cualquier otro insumo.

Para igualar precios y que no haya diferencias con respecto a los números que se manejan hoy por kilómetro de carretera, nosotros le vendemos el material al precio ficto que establece el Estado. O sea que las canteras A, B, C o Z van a ofrecer el mismo precio y la persona va a elegir la que le quede más cerca o la que tenga mejor producto para lo que necesita. A su vez, como es un destino para el Estado y no para un privado, pedimos que no pague el canon, que sería la otra ventaja que tienen quienes utilizan la ley de cantera de obra pública.

Quiero que quede claro que hay una ley que dice que no se le haga caso a la verdadera ley y es un mamarracho. La actividad minera es típicamente rural, afincan personas y se piensa en treinta años con postergaciones sucesivas. Hay muchas familias que se instalan por la minería, pero si a dos cuadras hacen una cantera de obra pública y dejan un agujero abierto, todo el mundo empieza a servirse de ese lugar, ambientalmente no hay control y es ahí donde se ahogan los gurises. Eso es lo que sale en la mala prensa de la minería, pero esa no es la minería. Por eso, de una buena vez queremos empezar a poner las cosas en orden.

Trajimos una idea de cómo debería redactarse la iniciativa, sin amputar definitivamente el concepto de obra pública, porque donde no hay tenemos que hacerla, pero donde hay tienen que aprovecharse en forma racional.

SEÑOR CANNATA (Walter).- Quiero hacer un pequeño aporte a lo que dijo Rafael.

Si nos remitimos a la historia, en su momento, el Ministerio de Transporte y Obras Públicas fue la entidad que más construcciones importantes hizo en el país, cuando aún la minería no estaba desarrollada. Por eso, la ley de emergencia tuvo su razón de ser, porque los hospitales, las escuelas y otras obras en el interior las hacía el Ministerio. Por usos y costumbres, cuando el Ministerio se redujo a una expresión de auditoría y se transfirieron las construcciones a empresas privadas mediante la licitación, las canteras de obra pública pasaron a estar en manos de los privados. Quizás por una cuestión estructural de ese Ministerio, porque no tiene los mecanismos de control -la minería la controla la Dinamige dentro del Ministerio de Industria, Energía y Minería-, esto se ha ido tergiversando al punto de que del cien por ciento de los áridos explotados en el país, las proporciones entre empresas públicas y privadas prácticamente son iguales. Esto no tiene razón de ser. Como bien dijo

Rafael, la minería privada genera desarrollo de economías regionales y los planes de trabajo son por treinta años y no por una obra que dura seis meses.

Este es el porqué de que se haya ido tergiversando en el tiempo involuntariamente un mecanismo que tuvo su razón de ser en su momento y hoy está fuera de control o desregulado y que atenta contra la economía de las canteras establecidas. Como dijo Miguel, un agravante adicional es que la cantera de obra pública se debe cerrar cuando la obra se termina, pero administrativamente eso no ocurre, sino que las canteras quedan abiertas, sigue habiendo extracción de piedra por fuera de la obra que le dio su razón de ser y esa piedra entra en el mercado, lo que es grave para los mineros que están posicionados.

Entonces, entendemos que esto sería una solución para normalizar las reglas de juego, cuidar a los productores que están trabajando y que sean más ecuanímenes la producción y el mercado para todos.

SEÑOR FERRO (Facundo).- El sector está compuesto por micro, pequeñas y medianas empresas que desarrollan su actividad en el medio rural.

Para obtener un título minero, es decir una concesión por treinta años, hay muchas regulaciones que satisfacer. Si elijo ser minero tengo una serie de requisitos que exige el Estado para explotar sus recursos, que lleva un año y medio de trámites, estudios arqueológicos, medioambientales, etcétera y un cierre de cantera, es decir, qué se va a hacer cuando se deje de operar la cantera dentro de treinta años. Aparte, hay que demostrar la capacidad económica. O sea que son un montón de requisitos que pide el Estado para operar y trabajar. Por otra parte, si me presento como un empresario de la construcción vial, no me piden nada y en un mes y medio se puede operar una cantera. Es decir que la ley o el Estado trata a un ciudadano de dos maneras totalmente distintas, según como se presenta, para hacer lo mismo.

Quería ser gráfico con el ejemplo, porque a veces lo teórico no queda tan contante y sonante.

Muchas gracias.

SEÑOR CURBELO (Miguel).- Del porcentaje de áridos que se extrae, nosotros calculamos que el 45% sale de canteras registradas y el 55% se reparte en partes más o menos iguales entre canteras de obra pública y minería ilegal, o sea la residual que va quedando de las canteras que no se usan y material que se saca sin permiso. Esto es una competencia muy grande para los mineros establecidos.

Dejo como información otra cuestión en la que estamos empeñados, que es promover una lucha contra el abigeato minero, es decir contra todo el mineral que se saca sin permiso. Pensamos que los recursos tecnológicos que hay hoy en día nos permiten establecer si un camión lleva o no una carga adecuada. Eso que se manda como guía electrónica, que va a Dinamige, queremos coordinar con Agesic para que llegue a otros lugares de control, como por ejemplo, el Ministerio del Interior y los peajes, para evitar el tráfico ilegal de materiales. Si recuperáramos eso, otro mundo tendríamos nosotros.

Muchas gracias.

SEÑOR REPRESENTANTE OSORIO LIMA (Marne).- Doy la bienvenida a la delegación; es un gusto recibirlos.

Creo que es muy pertinente y oportuno el abordaje que se hace de la temática, porque nosotros tristemente hemos visto algunas de las secuelas que deja la minería sin control en algunos lugares, en especial, de interés público nacional. Recuerdo algunas intervenciones que se hicieron hace muchos años en el Valle del Lunarejo, en una obra que se estaba haciendo en la región, que dejó una herida irrecuperable en uno de los paisajes protegidos del país.

El planteo que se hace sin duda es un gran desafío para el país, porque parte de la obra pública a la que se hace referencia es ejecutada por administración directa de los gobiernos subnacionales y otra parte a través de proyectos con empresas contratadas, que tienen el privilegio de extraer material para la obra pública y muchas veces dándose de punta contra los intereses de las comunidades a las que va a atender esa obra. Esto nos desafía en cómo conciliar los dos intereses, porque la obra pública que se hace por administración, en general tiene que ver con el mantenimiento de la caminería rural y de los pequeños centros poblados del interior, y se hace desde canteras que están muy cerca, por cuestiones de costo y de posibilidades operativas de los gobiernos subnacionales. El Congreso de Intendentes ha estado trabajando en los últimos tiempos para ver de qué forma se puede conciliar todo esto a fin de no promover la ilegalidad y poder sostener el ritmo de obra con los menguados recursos públicos a efectos de atender la infraestructura.

Esto lleva a que haga algunas preguntas. Una es el costo. ¿Tienen estudiado si existirían las capacidades desde el sector habilitado formalmente por el Estado para brindar ese material con costos, que sostuviesen la viabilidad de la obra pública por administración? Hago esta pregunta porque si la obra pública se puede hacer por administración, sin lugar a dudas lo va a poder hacer con la obra pública contratada.

También quisiera saber acerca del mapeo de las canteras que actualmente están habilitadas en el país; ¿existe? Porque no se trata simplemente de ir e instalar una cantera; hay que ver dónde están los recursos. Por ejemplo, en la zona este del departamento de Rivera hay distancias que dificultan la realización de algunas obras públicas por la lejanía de las canteras de material de calidad. Entonces, me interesa conocer la territorialidad de la ubicación de las canteras y cuántas empresas, cuántos mineros hay en el país con las habilitaciones estatales.

Gracias, presidente.

SEÑOR CURBELO (Miguel).- En el proyecto de ley de obra pública pusimos un límite de distancia; es decir que una obra en Rivera no tiene que contratar con una cantera que esté en Durazno. Establecemos un límite en kilometraje de recorrido que es menor a 50 kilómetros. Si en ese entorno no hay una cantera, es razonable que se abra una. No le cargamos a la obra un costo de transporte que puede ser muy pesado.

Hay aproximadamente mil canteras instaladas de distinto tamaño, desde casi unipersonales hasta más grandes, y todas tienen permiso para trabajar.

Territorialmente están bastante distribuidas y por eso está el límite de 50 kilómetros: si no hay, no hay problema con que se abra una.

El costo no puede ser menor al abrir una cantera que recurrir a una cantera existente, que sacó el material sobrante y abrió los frentes. Entonces no hay competencia de precios.

SEÑOR CANNATA (Walter).- Un detalle más sobre el tema de los costos. Haciendo mención a lo que dijo el señor Ferro, si nosotros bajo las leyes y los decretos de la Dinama hacemos una apertura y un cierre de la cantera como corresponde, que está altamente regulado en las privadas, es inviable, porque la tecnología que compartimos es similar, que el que abra una cantera para hacer una obra tenga costos más bajos que el que está establecido. Sin duda los tiene porque no cumple con la señalización, la seguridad, el destape, la remediación y el control ambiental al momento de producir. Entonces, transfiere a un menor costo las cosas que deja por fuera, como por ejemplo, el tratamiento de residuos y de gases, y hasta el estado en el que abandona su obrador, algo que todos estamos acostumbrados a ver y que castiga a los mineros que intentamos hacer bien los deberes. Por consiguiente, no debería ser lógico que su precio fuera más bajo, aunque desgraciadamente en la práctica, por una cuestión de cultura y de acto reflejo, las empresas viales a veces ni siquiera intentan negociar con el minero, sino que van por el camino sencillo de elegir un predio, hablar con el dueño del campo e instalarse, en muchas ocasiones, mucho antes de pasar por la ventanilla del Ministerio de Transporte y Obras Públicas. Es una realidad que nos toca vivir.

Creo que hay un punto de entendimiento que puede ser bueno para todos. Es más, el negocio de las empresas viales no está en producir piedra, ese no es el *core* de su negocio, porque no es un insumo que tenga tanta incidencia en el producto final. No sé si esto contesta la pregunta del señor diputado.

SEÑOR REPRESENTANTE MIER (Sergio).- El diputado Marne Osorio preguntó acerca de la cantidad de canteras instaladas legalmente y se respondió que hay alrededor de mil. Mi pregunta es si tienen idea de la cantidad de canteras ilegales que están funcionando y si están distribuidas en todo el país.

Por otra parte, me importa mucho saber cuál es la relación que tienen las Intendencias departamentales en la comercialización con las canteras ilegales.

SEÑOR PRESIDENTE.- Aprovecho y agrego la consulta de cuáles entienden que son los motivos para que los privados abran nuevas canteras si hay una cantera abierta en menos de 50 kilómetros.

SEÑOR OGANDO (Rafael).- No tenemos el número exacto de canteras en negro, porque en realidad fueron abiertas en base a una ley que lo permitía y luego son abandonadas, fuera de tiempo y sin preocuparse. Entonces, es utilizada por cuatro o cinco operadores distintos que se van corriendo entre ellos. Quizás esperan que caiga una denuncia formal hecha por nosotros, por la Sociedad de mineros. Entonces, van las autoridades y dicen: "Esto tendría que haber sido cerrado hace diez años". Entonces, dejan de operarla y empiezan a actuar en la de al lado, pero al poco tiempo vuelven. En definitiva, capaz que son menos cantidad de agujeros, pero tienen muchos operadores

distintos que no se pueden identificar. Lo único que se puede identificar es el dueño del terreno. Hay un concepto generalizado en Uruguay por el que se concibe que el dueño del terreno es el propietario del subsuelo. Sin embargo, la ley minera establece claramente que por debajo del pasto el dueño es el Estado. Es algo que viene desde la monarquía y nos parece bien que sea así. Por eso, nosotros tenemos que demostrar al Estado que podemos ser buenos mineros y socios al explotar un determinado yacimiento, y el Estado nos da la concesión para hacerlo. Nunca nos da el yacimiento; por eso la concesión es por un tiempo perentorio.

Con respecto a otra de las preguntas, privados somos todos

Se preguntó por qué a una empresa vial le interesa abrir una cantera. Es una mezcla entre uso y costumbre, porque no tienen que preguntar ni negociar con nadie, pero no pasa por el contador de la empresa. Por ejemplo, si quiero sacar arena y arriba tengo entre 4 metros y 5 metros de otro material que se llama destape, imagínense lo que es sacar cientos o miles de camiones para liberar la arena que me interesa. Es un trabajo muerto; es pérdida total. Eso lo hace el minero establecido una vez, porque va a estar veintinueve años sacando la arena, pero la empresa que necesita la arena durante seis meses pone mucho dinero para sacar ese destape, lo tira en cualquier lado -queda muy feo-, saca la arena que precisa y luego se va. Si calcularan bien los costos, se darían cuenta de que pierden plata y si además se les aplicaran los controles que deben aplicarse, con las multas perderían plata en todo el negocio, porque habría que perseguirlos. Sin embargo, esto no pasa y por uso y costumbre lo hacen, pero no es una razón demasiado lógica.

Por lo tanto, nosotros decimos que los costos son similares; por eso nos ponemos tope de ganancia cuando se trata de una obra pública. Decimos que no podemos cobrar más que el valor ficto que establece el Estado, a través de la Dinamige, que es un promedio de todo lo que se vendió en el país de determinado mineral. Ese es el ficto. A veces, si se trata de un edificio de lujo, se puede vender más caro el producto, pero en el caso de una obra pública, que es de interés general, el máximo debe ser el ficto, que es un precio bajo.

Además, si las extracciones de empresas carreteras no pagan canon, cuando el mineral del minero establecido es para una carretera, tampoco debería pagarlo; entonces, también se iguala por ese lado. La cuenta final es que el costo es el mismo. El peso del árido en una carretera es 2% o 3%, es decir que no pesa realmente. Asimismo, todas las ofertas cuando se presentan en una licitación van a tener el mismo precio base, porque todas se refieren al precio ficto; es decir que ni siquiera habría diferencias de competencia desde ese punto de vista y las empresas constructoras tendrían que competir en calidad, tiempo de entrega, etcétera. Si se piensa bien, en realidad nadie va a ser perjudicado. ¿Quién se beneficia? Antes que nada el ambiente, la legalidad y el orden jurídico, porque no está bueno que haya una ley que diga que no se cumpla otra ley. Es literal, lo dice así. En el papel que vamos a entregar a la Comisión está muy claro y establecido.

SEÑOR PRESIDENTE (Martín Melazzi).- Agradecemos la presencia de la delegación.

Me parece que esto va a ameritar que redactemos una iniciativa y llegado el momento posiblemente los volvamos a citar. Quedó más que claro lo que nos transmitieron; lo tendremos presente y seguiremos avanzando en el tema.

Muchas gracias.

SEÑOR CURBELO (Walter).- Entregamos un atrevido proyecto de modificación y nuestro interés es que pueda incluirse en la ley de presupuesto, en la que habitualmente se incorporan al final una serie de normas que no son muy discutidas y son de fácil trámite. Si esto fuera una ley particular, pienso que llevaría una discusión más larga y demoraría en ser aprobada. Pensamos que la instancia del presupuesto sería la adecuada.

SEÑOR PRESIDENTE.- Se levanta la reunión.

≠