



Aportes de **ANDEBU** para la comunicación en el nuevo entorno tecnológico

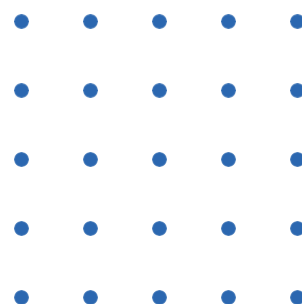


Julio 2025



Índice

- Introducción
- La revolución tecnológica
- Convergencia de medios y dispositivos de comunicación
- Desigualdad e inequidad regulatoria
- Regulaciones técnicas anacrónicas
- Derechos de Autor
- Apoyo a medios del interior del país
- Conclusión



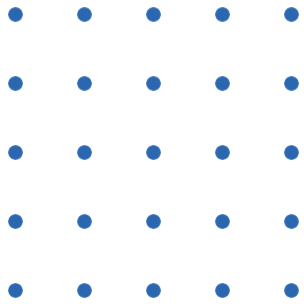


Introducción

Desde el comienzo de las primeras emisiones de radio en nuestro país, hace ya más de 100 años, los medios de radiodifusión privados han funcionado como verdaderos instrumentos para el ejercicio de la Libertad de Expresión, promoviendo el libre intercambio de informaciones, ideas y opiniones dentro de nuestra sociedad, constituyéndose en partícipes indispensables para la plena vigencia de nuestra Democracia.

Durante los años recientes, la humanidad ha procesado una transformación acelerada que se traduce en importantes cambios en la forma de relacionamiento entre sus integrantes y en el impacto que tienen sobre su entorno las actividades que desarrollan los mismos.

La respuesta que han brindado los medios de comunicación en sus formatos tradicionales frente a esta nueva realidad, ha reafirmado su vigencia y la convicción de que los mismos desempeñan una labor profesional que es cada día más necesaria para ofrecer información contrastada y veraz, promover la discusión y el intercambio respetuoso de ideas y opiniones, y brindar valiosos contenidos recreativos y culturales de acuerdo con los requerimientos y necesidades de las audiencias.





La revolución tecnológica

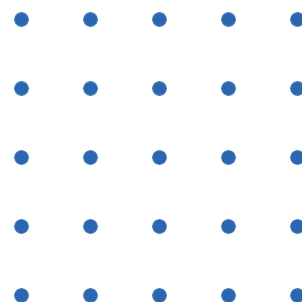
Acompañando estas transformaciones, el ecosistema de medios de comunicación social también viene atravesando un proceso de constantes cambios, pautado por la irrupción y desarrollo de nuevas tecnologías que han propiciado el surgimiento de múltiples nuevos medios y formatos de comunicación.

La revolución tecnológica ha sido tan profunda que ha modificado los hábitos de consumo de las audiencias y provocado la migración de buena parte de las inversiones publicitarias que financian la actividad de los medios convencionales - entre los cuales se encuentran los servicios de radiodifusión y de televisión para abonados- hacia el ecosistema digital y principalmente hacia las grandes plataformas tecnológicas transnacionales (Meta, Google, Amazon, Apple, etc.), afectando gravemente sus ingresos y poniendo en riesgo su propia sustentabilidad.

En Uruguay la inversión publicitaria en medios digitales aumentó un 250% en los últimos 5 años, acaparando actualmente el 40% de la inversión publicitaria global. De este 40%, el 80% va dirigido directamente a las grandes plataformas digitales. Mientras tanto, los medios de radiodifusión han perdido más del 25% de sus ingresos en el mismo período¹. Igual de dramática es la situación de la industria de la televisión por suscripción tradicional, la cual ha registrado una caída de más del 35% del total de sus abonados (más de 250.000) en los últimos 6 años, siendo las empresas nacionales y locales las más afectadas por dichas pérdidas².

¹ Informe CINVE – AUDAP 2024.

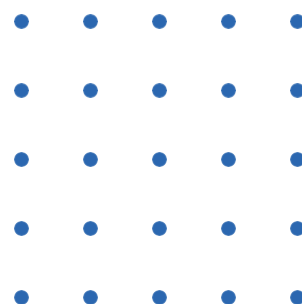
² Informe URSEC Mercado de las Telecomunicaciones, junio 2024.





Convergencia de medios y dispositivos de comunicación

En la actualidad la integración de diversas tecnologías, medios y formas de comunicación en una única plataforma o sistema permite que diferentes dispositivos y aplicaciones dialoguen e interactúen entre sí, compartiendo contenidos independientemente del método tecnológico mediante el cual fueron creados u originados. En este contexto, resulta lógico y sensato permitir que los prestadores de un determinado servicio tecnológico accedan a prestar servicios tecnológicamente complementarios o colindantes en especial cuando se trate de operadores nacionales a los que es imperioso respaldar e impulsar en virtud de la desproporcionada competencia en la que se encuentran frente a las gigantescas plataformas internacionales fomentadas desde sus propios países de origen.



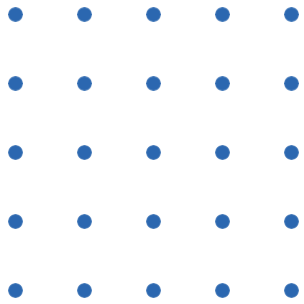


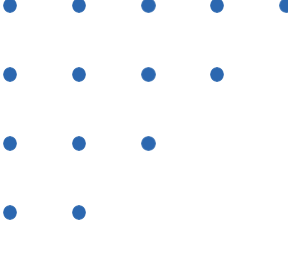
Desigualdad e inequidad regulatoria

Habiendo transcurrido el primer cuarto de este Siglo XXI ya nadie cuestiona que las plataformas digitales y redes sociales constituyen verdaderos medios de comunicación masiva a escala mundial. En la actualidad, todas las definiciones incluyen a la Internet y sus distintas plataformas como parte del ecosistema de los medios de comunicación. Tan es así, que desde hace varios años la Unión Europea ha venido aprobando diversas normativas para regular su actividad con el propósito explícito de que “sigan las mismas reglas que los medios tradicionales”.

En nuestro país existe un marco jurídico común que comprende a todos los medios de comunicación, conformado por la Constitución Nacional, tratados internacionales sobre Derechos Humanos, instrumentos internacionales relativos a la Libertad de Expresión, y normativa legal referida al derecho a la Libertad de Comunicación e Información. Además, los medios de comunicación en general, se encuentran sujetos al cumplimiento de diversas disposiciones emanadas normas como la Ley de Derechos de Autor, Ley de Promoción y Defensa de la Competencia, Ley de Relaciones de Consumo, Ley de Protección de Datos Personales, Código de la Niñez y la Adolescencia, Ley de Protección Integral de Personas con Discapacidad, leyes contra toda forma de discriminación e intolerancia, entre otras, además de las normas generales en materias comercial, laboral y tributaria. **Sin embargo, en Uruguay parecería no exigirse a los medios de comunicación que operan sobre internet el cumplimiento de ninguna de las normas que debe cumplir cualquier medio de comunicación social, ni siquiera el de las normas más elementales que fueron mencionadas.**

La Ley Nº 16.099 (Ley de Prensa) norma básica que comprende a todos los medios de comunicación, consagra, en aplicación del art. 29 de la Constitución Nacional, la más amplia la libertad de comunicación del pensamiento por cualquier forma de divulgación, pero al mismo tiempo establece la





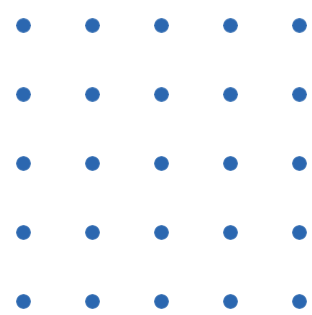
responsabilidad legal por el uso abusivo de ese derecho, para lo cual esta ley instrumenta una serie de formalidades previas que debe cumplir cada medio, como el registro de un gerente o editor responsable, que debe acreditar ciertos requisitos ante el Ministerio de Educación y Cultura. Todas las plataformas digitales a las cuales se puede acceder desde nuestro país deberían cumplir con dicho registro y designar un responsable ante las eventuales violaciones a la Ley de Prensa.

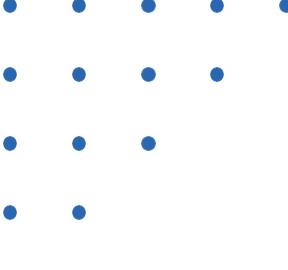
En la misma línea, los contenidos violentos, de odio, denigrantes, o dirigidos directamente a los menores de edad se encuentran presentes en muchas de estas plataformas durante las 24 horas del día. ¿Acaso no aplican a estos gigantes tecnológicos las normas contenidas en el Código de la Niñez y la Adolescencia? Tampoco apreciamos ningún tipo de control respecto de las obligaciones establecidas en la Ley N° 18.331 sobre Protección de Datos Personales y en especial sobre el tratamiento y destino de los datos que extraen de los usuarios en la red, particularmente de nuestros niños y niñas.

En materia de defensa de la competencia una reciente sentencia judicial de un Tribunal Federal de los EEUU, declaró culpable a una de las principales plataformas de internet de conformar un doble monopolio ilegal en el mercado de la publicidad digital. De la misma forma, varios procesos judiciales por actividades similares se siguen en tribunales de la Unión Europea, los cuales constituyen llamativas señales de alarma sobre graves inconductas cometidas por las grandes plataformas digitales que parecen pasar desapercibidas en nuestro país.

Las plataformas digitales y las redes sociales son incuestionablemente editores que seleccionan, promueven, impulsan, restringen y suprimen información y contenidos en general, por lo que se les debería exigir el cumplimiento de las normas generales y básicas antes mencionadas.

Pero en nuestro país la situación es aún mucho más perjudicial para los medios de comunicación convencionales. En el Uruguay los medios de radio y televisión, incluyendo a las señales de generación nacional que se transmiten por los



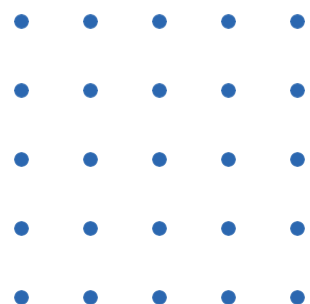


sistemas de TV para abonados, se encuentran, además, regulados bajo el marco normativo establecido por la Ley N° 20.383 y su decreto reglamentario N° 31/025 con las modificaciones dispuestas por el decreto N° 137/025.

Estas normas imponen diversas obligaciones, responsabilidades, deberes, cargas y gravámenes sobre la Radio y la Televisión en sus formatos “tradicionales”, mientras que los medios que operan en Internet se encuentran expresamente excluidos de esta regulación, lo cual acentúa la evidente desigualdad competitiva que venimos denunciando.

Esta situación es, por otra parte, claramente contraria al principio de neutralidad tecnológica, en el entendido de que la regulación sobre los derechos y las obligaciones de quienes prestan servicios de telecomunicaciones de la misma naturaleza debe ser indiferente al marco tecnológico sobre el cual se desenvuelven (conf. Dec. N° 115/003).

En consecuencia, resulta imperioso restaurar el equilibrio competitivo y ofrecer a los medios de radio y televisión nacionales y locales las condiciones legales indispensables que les permitan prosperar en la nueva era digital, equiparando los escenarios regulatorios de todos los medios de comunicación sin distinción de plataformas tecnológicas, garantizando igualdad de oportunidades a los medios convencionales frente a los medios digitales.





Regulaciones técnicas anacrónicas

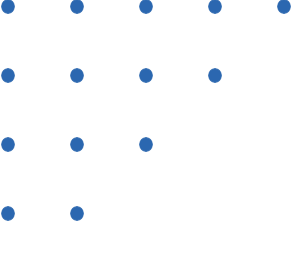
Desde el punto de vista técnico las emisoras de radio y televisión se encuentran reguladas por soluciones que fueron concebidas hace varias décadas atrás, las que aparecen en la actualidad como injustificadamente rígidas y en algunos casos hasta obsoletas, por lo que resulta necesario iniciar un proceso de revisión y flexibilización de la normativa para adecuarlo a la presente realidad de las emisoras y de los usuarios. Y en el caso particular de las radios AM, las mismas se encuentran frente a un gran desafío que amenaza su propia existencia, a partir de las interferencias electrónicas que sufren en las ciudades donde están instaladas.

Derechos de Autor

En materia de Propiedad Intelectual, el sector destaca los avances que se han dado en los últimos con la aprobación de leyes que han permitido combatir con mayor eficacia la piratería audiovisual en Internet, colocando a nuestro país a la vanguardia de la región en este sector de actividad. Las acciones judiciales que las empresas ya emprendían denunciando civil y penalmente a los proveedores piratas, se complementan ahora con procedimientos administrativos cautelares que permiten contener los efectos más perjudiciales para las empresas legales, mediante el bloqueo temporal de los sitios de internet desde donde se difunden los contenidos no autorizados.

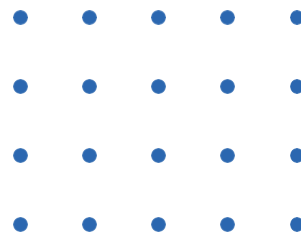
Sin perjuicio de lo señalado, la puesta en ejecución de dichas normas nos ha demostrado que el combate a la piratería audiovisual requiere de una permanente capacidad de adaptación, tanto desde el punto de vista técnico como normativo. Entendemos en tal sentido, que el actual marco normativo requiere la introducción de algunos ajustes para fortalecer la capacidad y eficacia de los instrumentos creados por dichas normas.

Los servicios de radio y televisión son titulares de derechos sobre sus producciones y sobre sus emisiones, al mismo tiempo que también son usuarios de obras protegidas, por lo que resulta trascendental que cualquier iniciativa que se promueva por el Estado en esta materia cuente con la opinión previa del sector.



En este sentido, preocupa a la industria la proliferación de iniciativas para la reforma de la legislación autoral sin el debido estudio y análisis previo que requiere una normativa tan compleja.

Consideramos que es un momento propicio para llevar adelante la discusión sobre la necesidad de implementar medidas para que las plataformas digitales abonen una remuneración justa por el uso de contenido informativo y periodístico de las empresas de comunicación, así como medidas que impidan la retirada arbitraria o la reducción del tráfico de contenido periodístico con el fin de no pagar por el aprovechamiento del mismo, tal como ha acontecido en otros países.





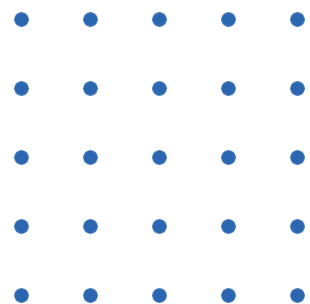
Apoyo a medios del interior del país

Finalmente, es importante destacar la aprobación del art. 774 de la Ley 19.924 (modificado por el art. 658 de la Ley 20.212) que regula la publicidad oficial para los medios del Interior del país, que contó con el apoyo de todos los Partidos Políticos. Sin embargo, advertimos que hasta la fecha no se ha podido implementar un sistema de contralor eficaz que permita garantizar que los organismos públicos cumplan con la referida norma.



Conclusión

Cuando nos encontramos arribando al primer cuarto del siglo XXI, desde ANDEBU consideramos conveniente dejar de pensar en los medios de comunicación como si aún viviéramos en el siglo pasado, y abordar el universo multidimensional de medios y plataformas de comunicación que existe en la actualidad de tal forma que asegure que todo aquél que emprenda esta actividad pueda hacerlo en un entorno de libertad, incorporando y respetando los principios y valores rectores de la comunicación en beneficio de la sociedad, tal como lo han hecho la radio y la televisión privadas desde hace más de 100 años.





ANDEBU

ASOCIACIÓN NACIONAL DE BROADCASTERS URUGUAYOS

Dirección Carlos Quijano 1264 (+598)29021525 /
29021540

andebu@andebu.org