

Brecha

ESPECIAL ZITARROSA

Escriben y opinan:

Numa Moraes,
Tatiana Oroño,
Fernando Cabrera,
Daniel Viglietti,
Martín Bentancor,
Washington
Benavides, Eduardo
Milán, Daniela Bouret,
Vania Markarián,
Alicia Casas de
Barrán, Moriana
Zitarrosa, Martín
Palacio Gamboa,
Eduardo Rivero,
Francisco "Paco"
Grillo, Aldo Garay.



El gobierno busca cobrarle impuestos
a las aplicaciones informáticas

Control remoto

Foto: Juanjo Castell

Suicidio en el Vilardebó

Tan triste como ella

Guitarrista de la Velvet
en Montevideo

Ciudadano Cale

Contratapa

El ministro, las armas y la libertad

PORTADA

GOBIERNO REGULARÁ APLICACIONES TECNOLÓGICAS QUE OFREZCAN SERVICIOS

Rápidos y furiosos



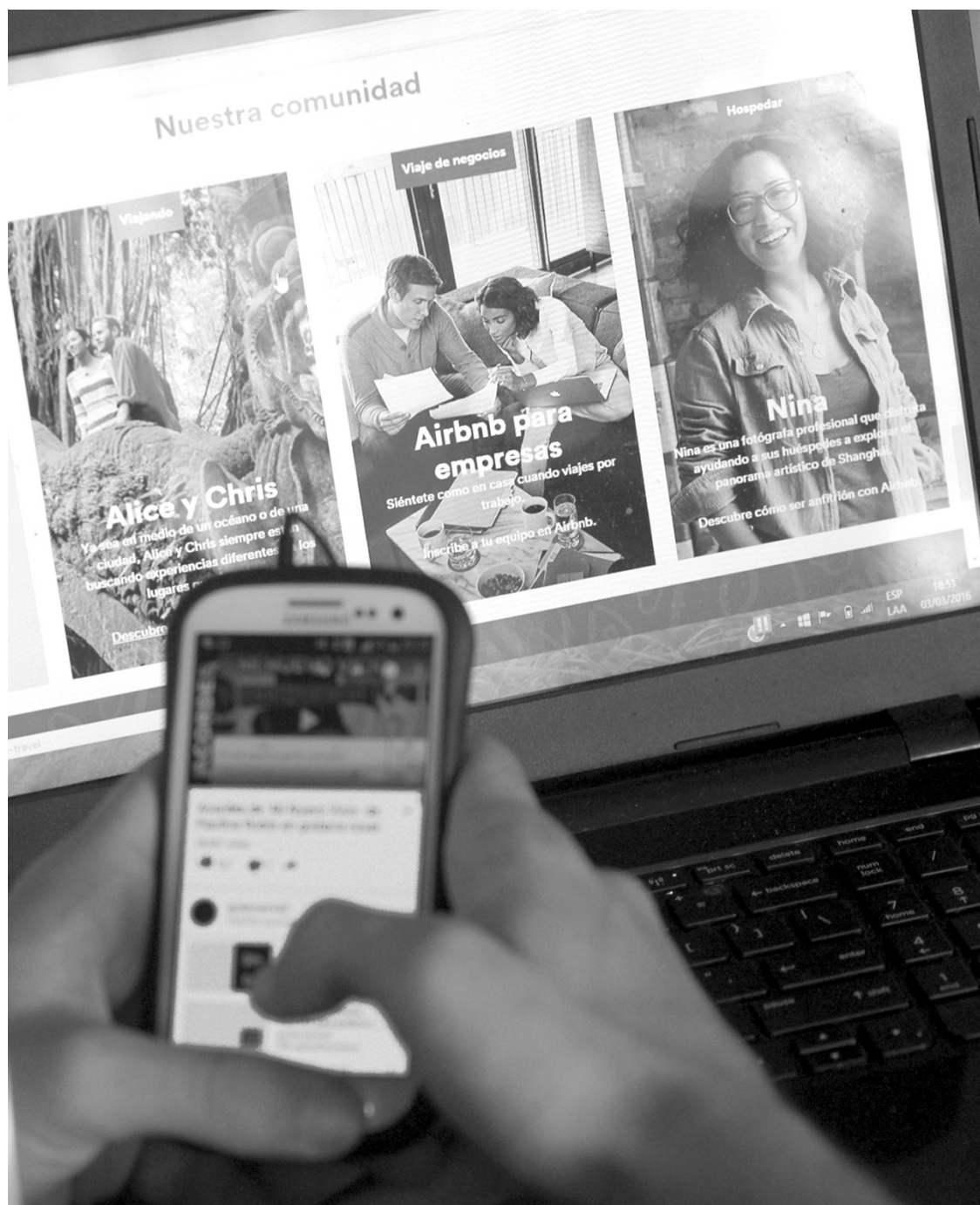
Mientras una nueva aplicación redobla la provocación de la multinacional Uber y comienza a reclutar choferes con camionetas para competir con los ómnibus en el transporte colectivo de Montevideo, el gobierno de Tabaré Vázquez termina de pulir un breve proyecto de ley que obligará a todas las aplicaciones tecnológicas que ofrezcan servicios a través de Internet a pagar impuestos y someterse a las regulaciones vigentes. No serán alcanzadas las plataformas virtuales como Facebook, Twitter o Youtube, pero sí aquellas empresas que ofrezcan negocios que involucren servicios bajo regulación, como Uber (transporte) y Airbnb (alquiler de propiedades), o que no pagan impuestos, como Spotify (música) y Netflix (series y películas). Denominados por algunos estudiosos como “caballos de troya” globales, los efectos de estos nuevos jugadores, munidos de millonarios capitales de riesgo y de una tendencia hacia la inmediatez, sobre las economías nacionales recién empiezan a conocerse.

MARCOS REY

LA POLÉMICA SOBRE si Uruguay debía seguir participando en la redacción del TISA, un tratado impulsado por Estados Unidos para abrir a las empresas transnacionales el comercio de servicios de unos 50 países, se saldó cuando el presidente Tabaré Vázquez, empujado por el Frente Amplio, decidió abandonar las negociaciones silenciosas que el ex presidente José Mujica habilitó en 2013. Eso no impidió, sin embargo, que empresas nacionales o extranjeras siguieran ofreciendo por Internet, desacopladas de toda normativa, servicios que en Uruguay, como en la mayoría de los estados, están fuertemente regulados.

Lejos de los bostezos de indiferencia que la discusión del TISA generó en el primer semestre de 2015, incluso en los círculos más politizados, el arribo en noviembre de la empresa norteamericana Uber, con sede en San Francisco, entusiasmó a ciertos sectores de la población capitalina —aquellos que, como mínimo, portan tarjetas de crédito internacionales—, y sacudió la modorra del esclerosado sistema de transporte metropolitano. El grito en el cielo lo pusieron los taxistas, los primeros afectados, pero también la Intendencia de Montevideo cuestionó que la multinacional, resguardada por el intangible mundo virtual, comenzara a operar “a prepo”, “de pesado”, para forzar, por la vía de los hechos consumados, una regulación a medida y en tiempo récord ante la amenaza de que el sistema acabara desregulado.

Se había metido así una suerte de cuña, ubicando a Montevideo en una lista de más de 300 ciudades del mundo que debaten a contrarreloj qué hacer con Uber sin morir en el intento. La empresa cuenta a su favor con el hartazgo de buena parte de la ciudadanía con el sistema de transporte metropolitano. Pero pronto se advirtió que los servicios ofrecidos a



través de plataformas tecnológicas trascienden a Uber y a las taras del transporte colectivo.

Airbnb, por ejemplo, una plataforma informática de alquiler de habitaciones y viviendas, también con sede en San Francisco, viene mordiendo de forma más discreta parte del mercado inmobiliario y hotelero de Uruguay, sin pagar impuestos ni ajustarse a la normativa. No en vano la Cámara de In-

mobiliarias de Uruguay comenzó a golpear los despachos del Parlamento y a advertir que este verano casi el 40 por ciento del mercado de alquiler de viviendas temporales pasó a manos de este tipo de aplicaciones.

REGULAR SIN PROHIBIR. En este contexto, la semana pasada el presidente Tabaré Vázquez prometió que enviaría al Parlamento

un proyecto para regular no sólo a Uber sino a todas las aplicaciones informáticas que ofrezcan servicios en Uruguay. Así lo explicó en el Consejo de Ministros realizado en Piedras Coloradas (Paysandú): “Más que prohibir, creemos que es cumplir con la normativa vigente, que haya una ley que establezca claramente que cualquier tipo de aplicación para ofrecer los servicios den-

tro del país debe cumplir estrictamente los reglamentos, leyes, normativas, tanto nacionales como departamentales”.

Una comisión interministerial (Industria, Economía, Trabajo, Turismo y Transporte) se reunió a fin de año para analizar la situación planteada por Uber y determinar, por ejemplo, la relación jurídica que existe entre esa empresa y los choferes. Uno de los acuerdos de la comisión fue que los choferes de Uber debían estar alcanzados por el mismo marco que rige para el sistema de transporte nacional y departamental (condiciones laborales, aportes a la seguridad social, exigencias de los vehículos, entre otras). También se acordó la necesidad de asegurar la recaudación de tributos, como el IRAE o el IVA. En esa línea, la DGI podría obligar a que las empresas como Uber o Airbnb tributen en Uruguay a través de las tarjetas de crédito de los usuarios.

El director de Transporte del MTP, Felipe Martín, explicó a **Brecha** que el informe que presentó esa cartera incluía las reglas de juego a cumplir por las aplicaciones que ofrezcan servicios de transporte. “Ningún gobierno se va a negar al desarrollo de las plataformas tecnológicas, pero su servicio tiene que estar organizado, regulado, reglamentado, porque si no es un viva la Pepa y nos convertimos en una república bananera. El aspecto más grueso es que se instalan de pesados. Las normas ya existen, lo que se está pensando es cómo hacer para que estas plataformas cumplan con todas las reglas de juego, porque si no, hay competencia desleal.”

Lo cierto es que con los insumos de cada ministerio, Presidencia elaboró algunas directivas y encomendó la redacción de un anteproyecto al Ministerio de Trabajo (MTSS). A cargo de la coordinación está el secretario de Presidencia, Miguel Ángel Toma, quien luego de acordar un borrador dentro del oficialismo deberá articular con la oposición. Es que Tabaré Vázquez le comunicó al presidente del Congreso de In-

LOS PARTIDOS DE LA OPOSICIÓN

Consenso dudoso

UNA VEZ QUE esté acordado en la interna del Frente Amplio el proyecto de ley, el gobierno consultará la opinión de la oposición para delinear una política de Estado. Los legisladores blancos tratarán el tema recién la semana que viene cuando pidan asesoramiento al Centro de Estudios del Partido Nacional sobre los alcances jurídicos e impositivos de una eventual regulación, comentó a **Brecha** el senador Álvaro Delgado. De todas formas, el presidente del Congreso de Intendentes, el blanco Sergio Botana, ya se pronunció a favor de la regulación de Uber. El Partido Independiente, en tanto, no ha discutido el asunto, pero su líder, el senador Pablo Mieres, adelantó algunos reparos a título personal: *“Dudo que se puedan regular de forma genérica las aplicaciones informáticas. Lo que sí se podría regular, aunque también es difícil, son las actividades o los sectores sobre los que actúan estas aplicaciones. Es decir, me parece complicado regular a Uber, pero sí se podría regular a los choferes que usan Uber. O formalizar los contratos de alquiler de Airbnb para que tributen como corresponde. Pero tenemos que tener mucho cuidado con tomar medidas que sean restrictivas de las aplicaciones informáticas. Lo que no podemos bancar es que por la vía de la intangibilidad de Internet (las empresas) se salteen las regulaciones que valen para el resto”*. El Partido Colorado, por su parte, aguardará a que el Ejecutivo envíe el proyecto de ley para discutir el tema, contó a **Brecha** el diputado Ope Pasquet. No obstante, su par Adrián Peña (Vamos Uruguay), presentó el mes pasado en la comisión de Transporte un proyecto de ley que permite, con ciertas condiciones, que las plataformas informáticas ofrezcan servicios de transporte, pero las obliga a tributar al Bps y la DGI, así como a ceñirse a las normas vigentes. ■

tendentes, Sergio Botana, que además de pactar con los jefes comunales en el caso concreto de Uber, convocará a todos los partidos para tener una *“política de Estado”* respecto a la regulación de las apps. Toma agregó en Paysandú que el proyecto otorgará *“instrumentos a los organismos para que puedan realizar su labor de control mediante el ejercicio de policía administrativa”* y que abarcará a *“cualquier aplicación que utilice mano de obra”*.

PONER LOS MORLACOS. *“El objetivo es encuadrar dentro de la regulación existente a todas las aplicaciones o negocios concentrados a través de Internet que presten servicios. Lo que se busca es evitar el hecho de que los negocios que se acuerden a través de medios tecnológicos o aplicaciones móviles, se hagan como forma de desregulación laboral o tributaria”*, explicaron a **Brecha** desde el Mtss.

En concreto, el proyecto no tendrá más de seis artículos y propondrá un “marco general” para que las empresas que ofrecen servicios a través de Internet estén obligadas a pagar impuestos, aportar a la seguridad social y cumplir con las leyes laborales en el caso de emplear trabajadores, aunque sea

en forma indirecta como es el caso de Uber. A nivel tributario, estarían alcanzadas aplicaciones como Spotify (música) y Netflix (series y películas). Afuera de esta regulación quedarían, según las fuentes consultadas por **Brecha**, las aplicaciones que no prestan servicios regulados (Facebook, Twitter, Youtube). No queda clara la situación de plataformas como Olx o Mercado Libre, que intermedian con bienes y servicios (y también acercan a propietarios e interesados en alquilar casas al igual que Airbnb).

La lista de aplicaciones, en todo caso, es interminable e imposible de predecir. Incluso en las zonas francas operan empresas habilitadas para ofrecer sólo al exterior servicios profesionales, logísticos o contables. De aparecer aplicaciones tecnológicas con el objetivo de ofrecer esos servicios en suelo uruguayo, también quedarían enmarcadas en este proyecto. *“Es diverso e inmenso—admitieron desde el Poder Ejecutivo— todo lo que está incluido cuando se habla del comercio electrónico. Incluso el proyecto no habla de comercio electrónico, porque no refiere a los negocios que se puedan hacer a través de Internet, sino sólo a la prestación de determinados servicios regulados en Uruguay.”* ■

APP PROMETE COMPETIR CON LOS ÓMNIBUS

Otra perforación

UNA NUEVA APLICACIÓN tecnológica —así se presenta— comenzó a reclutar *“socios colaboradores”* para ofrecer servicios de transporte colectivo en Montevideo. El nombre es Shubert buses. El aviso fue publicado en la edición impresa de *El País* y promete *“excelente rentabilidad”* a quienes pongan a disposición camionetas fabricadas a partir de 2013, con aire acondicionado, y para trasladar hasta 17 pasajeros, sólo sentados, en dos trayectos desde la costa este hacia Ciudad Vieja. Uno partiría desde Carrasco a través de la rambla, y el otro desde Pocitos pasando por Punta Carretas, Cordón y el Centro. *“Estamos al tanto de ese anuncio, pero no tenemos información de quién está detrás. Era predecible que si resultaba exitoso en un lado (taxis), quisieran entrar por el otro (ómnibus). Pero nosotros seguiremos trabajando para que el sistema de transporte se mantenga regulado”*, aseguró a **Brecha** el director de Transporte de Montevideo, Máximo Oleaurre. ■

LAS EMPRESAS DETRÁS DE LAS APLICACIONES

Me logueo, luego existo



BETANIA NÚÑEZ

EXISTEN APLICACIONES MÁS allá de la App Store. No solo Uber y Airbnb lo son, también Facebook, Twitter, Youtube, Netflix. Tal vez el concepto de plataforma virtual dé más en la tecla y permita palpar que hay aplicaciones que brindan servicios y otros contenidos. La inmediatez, característica de estos tiempos en los que la oferta y la demanda se actualizan sin la necesidad de clickear F5, se inmiscuye en cada ámbito de la vida.

Esta *“nueva matriz tecnológica cambia la forma de estar en el mundo”* y los aspectos vinculados a *“lo espacial, lo temporal y lo vincular. Si buscás una información y la obtenés en 0,041 segundos, porque Google se encarga de decírtelo, vas a esperar ese ritmo en muchas otras cosas, tu cerebro se empieza a formatear de esa manera”*, dice Roberto Balaguer, psicólogo especialista en tecnologías de la información y la comunicación (Tic) y magister en educación, para explicar el aluvión de aplicaciones con las que se busca resolver cada vez más aspectos de la vida.

Pronto —que mientras usted lee esto, tal vez ya es ahora—, se habilitarán nuevas plataformas que permitan llamar a un médico a domicilio, contratar una niñera o localizar a un electricista de turno. *“Quizá se están generando nuevos actores que no responden a la lógica de antes”* y que no se diferencian tan claramente entre *“capitalistas y proletarios. Lo que estamos viendo son los caballos de Troya”*, sostiene Balaguer. *“Es una cuestión de tiempo para que muchas actividades que no están mediadas por una aplicación pasen a estarlo. La forma de hacer negocios está cambiando”*, añade.

Mientras tanto, las aplicaciones de citas, de taxis, de alquiler, *“los caballos de Troya”*, ya están instalados en todo el globo. Entre medio de las *medionaranjas*, de los choferes y los pasajeros, de los propietarios y los inquilinos, en algunos casos se consolidan megaempresas con las fichas puestas en el marketing y en el lobby. Los intermediarios del siglo XXI buscan una mordida que a veces se concreta a través de la vieja y querida comisión o el relativamente novedoso muro de pago, y otras muchas mediante anuncios intercalados entre la foto de un amigo, el video de un perrito y la noticia viral del momento. Lo que es una constante en la prosperidad y la fama de esas marcas son los datos que generosa y desinteresadamente brindan sus usuarios, sin los que no hay negocio. Por ejemplo, en Facebook *“somos nosotros los que, con las cosas que compartimos y la interacción que generamos, lo hacemos interesante para alguien”*, mientras que *“los datos que recogen sobre cada uno de nosotros son los que vuelven a la empresa verdaderamente rica”*, explica Mariana Fossatti, socióloga especializada en Tic e integrante de Creative Commons Uruguay. Los gustos, los recorridos, las formas de relacionarse se almacenan; luego se devuelve un producto que el usuario encuentra irresistible.

INTERMEDIADOS. Uno: el caso más sonado. En un extremo están los choferes que ponen su fuerza de trabajo y sus vehículos. Del otro, los pasajeros que pagan por el servicio. En el medio, Uber obtiene una comi-

sión del 25 por ciento del viaje gracias a una tecnología que casi cualquier programador podría desarrollar. El mayor aporte, en realidad, millones en publicidad.

Dos: el caso que, tardíamente, empieza a sonar, pero que ya está operando con fuerza en Uruguay. De un lado hay propietarios que tienen una habitación libre o un hogar entero sin ocupar. Del otro, viajeros o inquilinos que buscan por un tiempo limitado un espacio para habitar. Otra vez, en el medio, una empresa, en este caso Airbnb, que retiene un tres por ciento del valor del alquiler a los propietarios y cobra entre un 6 y un 9 por ciento a los inquilinos, gracias a una tecnología que no han sido los primeros en diseñar. Su gran valor, en realidad, el capital que está detrás.

Fossatti relata que *“son soluciones tecnológicas que vienen a solventar un problema o una necesidad, como toda herramienta, pero obviamente no son las únicas: son aquellas que tuvieron un determinado éxito de mercado. Ha habido un montón”* de aplicaciones en el sector inmobiliario, por ejemplo, *“algunas que no son ultra célebres pero tienen años. La diferencia es que estas plataformas (como Uber y Airbnb) se proponen como concentradores de esos intercambios, y están acompañados de grandes cantidades de capital de riesgo”*. Una tecnología similar pero utilizada con un afán completamente distinto podría ser, por ejemplo, la de *“vecinos de un barrio que se pongan de acuerdo para generar una aplicación e intercambiar servicios como el cuidado de los niños, sin que venga ningún megacapital a bancarlos”*. Pero esas empresas, con *“sede en Estados Unidos, concretamente en Silicon Valley, San Francisco, donde está el enclave tecnológico que está transformando al mundo”*, no se proponen *“cambiar las formas de producción”*, sino que responden a *“la especulación de los capitales de alto riesgo, donde se manejan billones de dólares”*, aporta Fossatti. Así, arrasan porque *“tienen la capacidad de meterse en los mercados locales y proyectarse con recursos de marketing sin necesidad de una rentabilidad inmediata. Los costos son tan bajos en relación con lo que se podría ganar, que invierten en diez empresas y si funcionan tres, ganan de sobra”*. Uber y Airbnb funcionaron. La primera está valuada en más de 50 mil millones de dólares y la segunda supera los 25 mil millones.

No son los únicos ejemplos. Pedidosya, una aplicación de origen nacional, contacta a casas de comida con clientes que quieren recibir alimentos a domicilio. Tras demostrar su gran éxito y su veloz expansión, se promociona en las calles, en la tevé y en las plataformas virtuales colegas, además de trabajar en mercados de varios países de la región. Más allá de la distancia geográfica, la lógica es bastante similar a la de Uber y Aribnb, salvo porque no toca intereses previamente contruidos como los del sistema de taxis o los del sector inmobiliario. Los restaurantes, gustosos de agilizar su sistema de envíos pero manteniendo su *delivery* propio, brindan una comisión a Pedidosya. La aplicación fue propiciada por *“dos firmas de capital de riesgo, Kaszek Ventures y Atomico”* y fue vendida en un 70 por cien-



► to a Delivery Hero en 2014, una empresa de procedencia alemana, según lo declaró a *El Observador* uno de los compatriotas que creó la plataforma.

“En esto hay dos corrientes”, dice la periodista y politóloga argentina Natalia Zuazo, que acaba de publicar el libro **Guerras de Internet**.¹ Está “la visión tecnooptimista, liberal, que dice que toda tecnología debe ser adoptada” porque lo contrario significa “quedarse atrás, oponerse a la innovación, no progresar en el mundo, y no importan los trabajadores ni el sistema social ni la concentración”. Hay otra visión, “en la que somos menos, que propone que el Estado, el último refugio de la protección social, todavía importa. Las empresas poderosas del mundo como Google, Amazon, Yahoo, Uber o Netflix en el corto plazo nos parecen fabulosas porque nos resuelven cosas que antes no conocíamos, pero tendríamos que pensar cómo afectan a nuestras economías en el largo plazo (...). No es que los sistemas de taxi no tengan actitudes corporativas, mafiosas y violentas. Pero el marketing es que lo nuevo siempre es mejor”.

En este escenario, más allá de algunas diferencias, lo que parecen tener en común estas empresas es que “es difícil hacerlas pagar impuestos. Google hace poco acordó con el Reino Unido cuánto iba a pagar, pero partiendo de la base de que pagaba cero impuesto”, cuenta Fossatti. Son marcas alojadas en otros países, a veces incluso en paraísos fiscales, por lo que evaden en la mayoría de los lugares en los que operan. “Entonces, la negociación termina siendo que pagan impuestos pero no con el mismo régimen que las empresas nacionales; terminan teniendo exoneraciones a la fuerza”.

DESREGULADOS. El gobierno ha anunciado que se regulará la actividad de algunas de estas plataformas virtuales (véase nota de Marcos Rey). Pero qué tan amplia o específica será esta regulación, cuánto ayudará a obligar a las empresas extranjeras a acatar las directrices nacionales y si es necesario generar una nueva legislación o se deberían aplicar las leyes ya vigentes, todas son dudas que se generan a los consultados por **Brecha**. Los temores se entienden si se tiene en cuenta que las dos empresas que hoy más preocupan al gobierno, Airbnb y Uber, ya han reclamado públicamente regulaciones a su medida.

“Me parece que mirar la cuestión como una regulación de las aplicaciones es ingenuo,

y no sé si lo es, realmente, o nos estamos haciendo los ingenuos para no meternos en este mundo más complejo de empresas gigantescas. Tenemos que encontrar formas para que paguen los impuestos y cumplan sus responsabilidades, sin que afectemos a empresas pequeñas o de una escala más normal, que pueden tener propuestas para agregar valor a la producción y generar innovación en el país”, asegura Fossatti. “La guerra analógica no tiene sentido”, afirma Balaguer, e incluye en el concepto el intento de “bloquearlas” o el “patoteo” de los opositores. “Habrá que buscar una forma inteligente de que tributen. Todos son malos hasta que los aprietan, y en la medida en que haya una regulación que tampoco los asfixie, van a querer negociar porque no pueden tener problemas permanentemente en todo el mundo”, agrega.

Fossatti postula que para regular estas empresas hay que aplicar las mismas leyes que al resto, donde “convergen un montón de marcos regulatorios, que van desde la protección de los datos personales” hasta las leyes del “mundo del trabajo, de la empresa” y del sector específico en el que operan. El discurso que defienden esas empresas de que “esto es tecnológico, está en la nube y es totalmente nuevo implica hacer una distinción entre el mundo virtual y el real que no tiene sentido, porque el mundo virtual no existe, está asentado en el real”, dice Fossatti, y agrega que “no tenés derechos humanos nuevos ni leyes de competencia nuevas, hay que tratar de que estos fenómenos no descalabren todas estas construcciones previas”.

Otra característica subrayada por Fossatti es que el poder de estas empresas puede “generar cada vez más concentración y comprometer a la web, el espacio más descentralizado que había, con mayor posibilidad de escuchar diferentes versiones de la realidad. Nos fuimos olvidando de cómo era, y estamos pensando siempre en marcas cuando la base de todo esto la dan una serie de protocolos de comunicación públicos y abiertos”.

En este escenario más real que virtual, no sólo los uruguayos confundimos las marcas con las cosas, como cuando hablamos de los champions, la gillette, el agua jane o la gotita. Ya hoy, para muchos, Internet es Google. ¿Se convertirá Uber en sinónimo de taxi? ■

1. El libro se presentará en Montevideo en el Centro Cultural de España, el 29 de marzo a las 19 horas.

UBER EN EL MUNDO

Bloqueos y trincheras



Protestas contra UBER en Costa Rica / FOTO: AFP, EZEQUIEL BECERRA

UBER TIENE SU base en San Francisco, donde se creó en 2009, vale entre 50 mil y 60 mil millones de dólares y opera en unos 60 países. En su capital participan gigantes como Google, Goldman Sachs y First Round Capital. Según su vicepresidente, David Plouffe, contrata a alrededor de 1,1 millones de conductores a lo largo y ancho del planeta y ha obtenido ganancias por 3.500 millones de dólares en 2015. En febrero pasado Uber recibió el respaldo directo del grupo inversor LetterOne, propiedad del magnate ruso Mijail Fridman, que aportó unos 200 millones de dólares con el fin de “extender el servicio a más y más mercados emergentes”.

En algunas ciudades la empresa ha sido prohibida, en otras se lo intenta, y en muchas otras ha recibido licencias para operar o las autoridades han renunciado a tomar acciones en su contra por la “imposibilidad efectiva” de aplicarlas, como dijo el intendente de Nueva Delhi, India. En Europa, Italia y España son los países que más restricciones han impuesto a esta empresa, al punto de hacer que su operación sea casi inviable, mientras Alemania y Holanda también se encaminan hacia legislaciones restrictivas, que no afectan sin embargo a aplicaciones similares a Easy taxi o Voyentaxi, que conectan a pasajeros con taxistas, y no con particulares, como Uber.

En Francia, en febrero el tribunal de gran instancia de París condenó a Uber a pagar 1,2 millones de euros a la Unión Nacional de Taxis por violar reglamentaciones municipales que protegían a los taxistas, y el Tribunal Constitucional prohibió lisa y llanamente uno de los servicios de Uber, Uberpop. De todos

modos, la firma mantiene en ese país otros servicios de transporte, focalizados en una clientela de alto poder adquisitivo. En Holanda la sede europea de la compañía fue allanada por la policía.

En América Latina el DF mexicano se convirtió a mediados del año pasado en la primera ciudad latinoamericana en regular el servicio. Los propietarios locales de la empresa deberán pagar 1,5 por ciento de lo recaudado por cada viaje al Fondo Público para el Taxi, la Movilidad y el Peatón, los conductores deberán obtener un permiso especial renovable y los vehículos utilizados estarán sujetos a normas relativamente estrictas. También deberá pagar un canon anual a la intendencia, pero que es tres veces menor que el que pagan los taxistas.

En Brasil el servicio ha sido prácticamente prohibido en las grandes ciudades, y en Buenos Aires los taxistas han logrado, por ahora, frenar su funcionamiento.

En Colombia, Uber ha innovado. La aplicación permite allí no sólo servicios de transporte, sino también otros muchos: de comida caliente ultrarrápida, para rescate de mascotas (Uberpet), para asistencia a ciclistas (Uberbike), para reservar furgonetas (Ubervan), para reparto de helados (Ubericecream) y sobre todo Uberángel, que permite a alguien que no está en condiciones de manejar llamar a través de la aplicación a un “ángel” que lo remplace.

Quienes más se oponen concretamente a Uber —con huelgas o bloqueos de calles, por

ejemplo— son los taxistas, que en Europa han sido reconocidos oficialmente como *lobby*, lo que les da derecho a reunirse con las autoridades de la UE y plantear reclamos. Su principal demanda en 2015 fue precisamente prohibir Uber, o en todo caso obligarla a respetar leyes sociales y reglamentaciones vigentes. En Europa los taxistas deben cumplir cientos de horas obligatorias de formación para poder trabajar, una exigencia que en Londres se hace aun más pesada: tienen que conocer de memoria las calles de la capital inglesa. Los uberistas, en cambio, se manejan únicamente con un GPS, y de formación obligatoria ni se habla. Los taxistas londinenses, conductores de los emblemáticos automóviles negros, estuvieron precisamente entre los que más le plantaron cara a Uber en estos meses en el mundo: 2 mil de ellos bloquearon la capital británica en setiembre. Y fue también el alcalde de Londres, Boris Johnson, uno de los que más fuertemente ha salido en defensa de la empresa, acusando a la “corporación de taxistas” de ser “como los luditas que rompían máquinas durante la revolución industrial”. Johnson se hizo eco de afirmaciones de ejecutivos de Uber, según quienes la suya es una empresa “propia de la economía colaborativa, que pone en contacto a personas que ofrecen un servicio y a otras que lo requieren, en beneficio mutuo. Los que quieren ir a un mundo sin Uber no podrán. Sería un mundo sin tecnología. Imposible”. Así, sin más. ■

D G

Brecha

Redacción: Víctor Hugo Abelando, Samuel Delgado, Fabio Guerra, Ana Inés Larre Borges, Roberto López Belloso, Salvador Neves, Betania Núñez, Rosalba Oxandabarat, Carolina Porley, Marcos Rey, Sofi Richero, Raúl Zibechi. **Colaboradores:** Marcelo Aguilar, Corión Aharonián, Milita Alfaro, Andrés Alsina, Ana Artigas, Ignacio Bajter, Ana Laura Barrios, Martín Bentancor, Ángeles Blanco, Carina Blixen, Alma Bolón, Oscar Bonilla, Oscar Brando, Gerardo Caetano, Carlos Caillabet, Anibal Corti, Florencia Cremonese, Juan Manuel Chaves, Virginia Díaz, Carlos María Domínguez, Diego Faraone, Roque Faraone, Tania Ferreira, Christian Font, Mariangela Gialmo, Eliana Gilet, Alfredo Goldstein, Carlos Liscano, Álvaro Loureiro, Sebastián Martínez, Luis Eduardo Morás, Constanza Moreira, Benjamín Nahoum, Rubén Olivera, Tatiana Oroño, Ignacio Pardo, Javier Perdomo, Leticia Pérez, Guilherme de Alencar Pinto, Rafael Rey, Andrés Reyes, Álvaro Rico, Eduardo Rivero, Mónica Robaina, Pablo Thiago Rocca, Florencia Rovira, Diego Sempol, Cinthia Soca, Florencia Soria, Alfredo Torres, Alicia Torres, Andrés Torrón, Walter Veneziani, Daniel Viglietti. **Colaboradores en fotografía:** Manuela Aldabe, María Inés Hiriart, Artigas Pessio. **Corresponsales en el exterior:** Argentina: Fabián Kovacic. Bolivia: Pablo Stefanoni. Brasil: Agnese

Marra, Mário A. Jakobskind. Chile: Horacio Brum. España: Álvaro Hilario, Pablo Tabasco. Estados Unidos: Jorge A. Bañales. Francia: Braulio Moro. Israel: Dov Avital. Italia: Gennaro Carotenuto. México: Carlos Fazio. Norte de África: María Eugenia Rodríguez. Paraguay: José A. Vera. **Colaboradores en el exterior:** Argentina: Emiliano Guido. China: Xulio Ríos. España: Gabriel Gatti. Estados Unidos: Luis Camnitzer, Jorge Ruffinelli, Mario Szichman, Ana Tiscornia. Francia: Edmundo Gómez Mango. **Servicios exteriores:** Inter Press Service, AFP, Project Syndicate. **Edición para Internet:** Juan Manuel Chaves, Matías Clarens, Tania Ferreira. **Brecha** en Internet: <http://www.brecha.com.uy> **Comisión Directiva cooperativa Labrecha:** Víctor H. Abelando, Juan Manuel Chaves, Gonzalo Tuimil. **Administración:** Juan Manuel Chaves, Diego Faraone, Sebastián Pastorino, Ignacio Perdomo, Gonzalo Tuimil. **Departamento comercial:** Laura Melendez. **Diagramación y armado:** Germán Barreto, Graciela Caeiro, Eduardo Cardozo. **Realización de portada:** Eduardo Cardozo. **Dibujantes:** Fermín Hontou (Ombú). **Corrección:** Pablo Azzarini, Inés Casamayou, Marcos Rattin, Silvia Rodríguez, Graciela Valdés. **Logística:** Juan Pablo Cambeiro, Luis Ignacio Perdomo. **Archivo:** Matías Clarens. **Fotografía:** AFP. Películas e impresión: Microcosmos SA, Guatemala 1221, tel. 2924 70 00. Distribución: Espert SsL, Ciudadela 1416, tel. 2901 11 84, fax 2902 72 67. Mec: Carpeta 96, año 85, inc. 7785. MEF: Matrícula 2488. cnp: n° 045. Depósito legal 210.099. **Redacción y administración:** Avda. Uruguay 844. 11100 Montevideo. 2901 67 23, 2900 87 77, 2902 50 42, 2902 50 43, 2902 50 44, 2902 03 88. Direcciones de correo electrónico: brecha@brecha.com.uy, admin@brecha.com.uy, suscrip@brecha.com.uy