

EC/1423



MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CULTURA
MINISTERIO DE INDUSTRIA , ENERGÍA Y MINERÍA
MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS

Montevideo, 23 NOV. 2009

Señor Presidente de la Asamblea General

Mensaje N°50/09

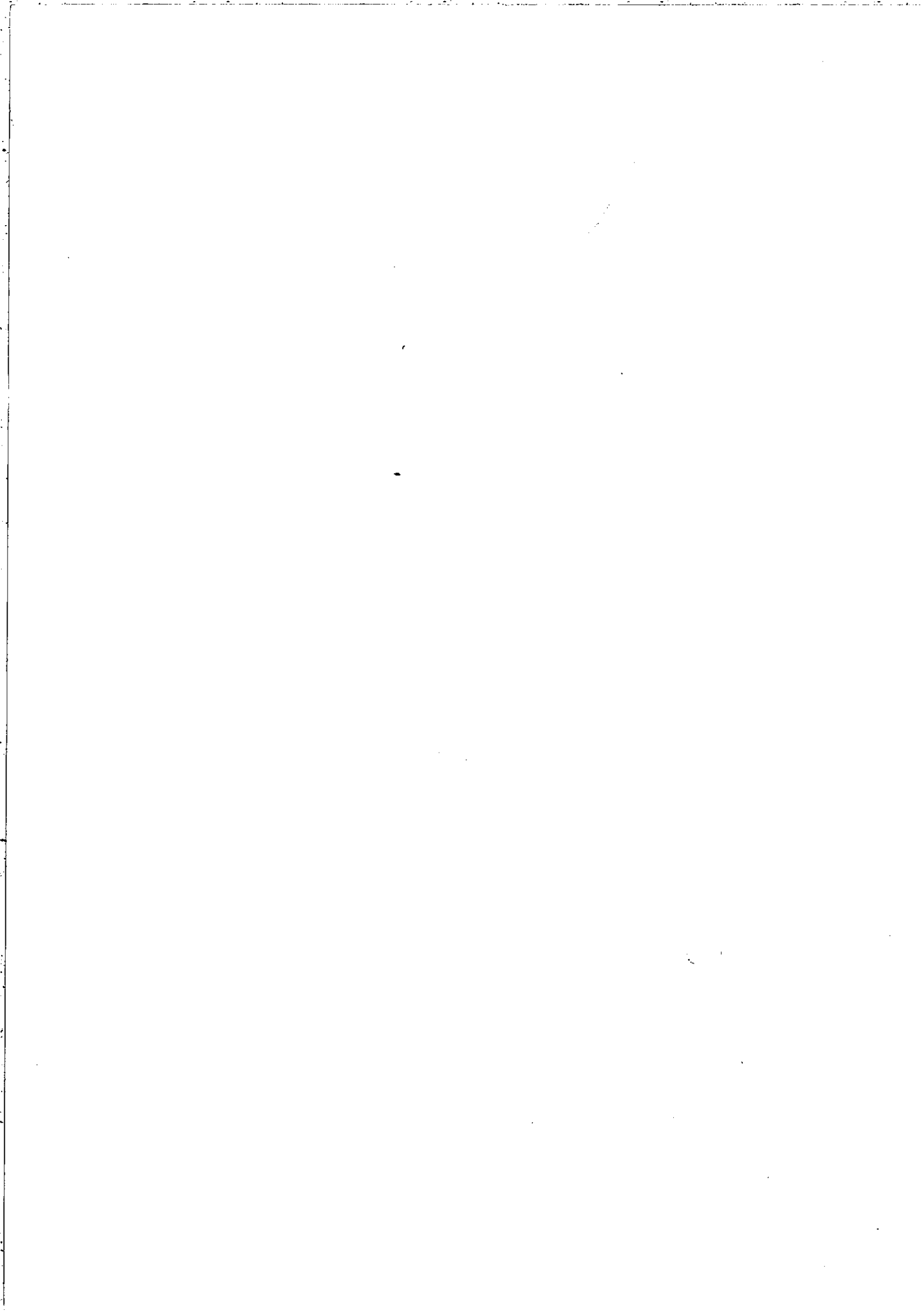
El Poder Ejecutivo tiene el honor de dirigirse a ese Alto Cuerpo a fin de someter a su consideración el proyecto de ley que se acompaña, mediante el cual y al amparo de lo establecido en el nal. 7) del art. 168 de la Constitución de la República se garantiza el acceso a la diversidad cultural como un derecho humano esencial y se promueven los valores múltiples y particulares de la sociedad uruguaya.-

El Poder Ejecutivo saluda al Señor Presidente con su mayor consideración.

4989/09

Dr. TABARE VAZQUEZ
Presidente de la República

2009-11-0001-4989





EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Esta Administración ha propuesto la formulación de instrumentos jurídicos que garanticen a los ciudadanos el acceso a la diversidad cultural como un derecho humano esencial y a la promoción de los valores múltiples y particulares de la sociedad uruguaya en la apertura a un mundo cada vez más interconectado e interactivo, que a su vez genera nuevas dimensiones de integración.

El punto de partida es una mirada positiva hacia la fortaleza actual y las potencialidades de la creatividad nacional frente a cualquier proceso de integración regional o internacional. Sin embargo, parece de sentido común el reconocer la existencia de grandes monopolios transnacionales, con criterios esencialmente mercantiles y comerciales, que concentran la propiedad de empresas culturales y que disponen de poderosas redes que orientan y controlan la producción y distribución de contenidos a nivel global. Estas corporaciones transnacionales dominan, en los hechos, gran parte del acceso a la diversidad cultural universal, teniendo incluso la capacidad de generar "productos culturales" y "modas" que son transmitidas en forma masiva en todas las culturas del planeta. El mercado por sí solo no garantiza la diversidad cultural, por el contrario los estudios y las estadísticas demuestran que ocurre todo lo contrario.

Frente a estas poderosas influencias transnacionales, es necesario que las culturas nacionales procuren y reclamen cierta protección, promoción y estímulo para poder seguir desarrollando sus potencialidades espontáneas, que surgen de claves identitarias reales de cada nación. Asimismo, se entiende necesario fortalecer la creación cultural nacional en el escenario global dentro de una estrategia de promoción de nuestros productos en el mercado internacional.

No se trata aquí de escapar del mundo por el contrario, se trata de integrarnos al mundo fortaleciendo la producción cultural y artística nacional. No se trata de crear burbujas artificiales que permitan la permanencia, con respiración asistida, de tradiciones y creaciones culturales que los propios ciudadanos ya no reconocen como suyas, sino de permitir que aquellas manifestaciones que viven y respiran, muchas de ellas con raíces únicas de identidad universal, puedan seguir desarrollándose y existiendo al margen de los embates comerciales de los grandes flujos internacionales. A su vez, esto permite persistir en el empeño de participar con dignidad en el diálogo cultural internacional, con una presencia legítima, auténtica y con presencia en el mercado internacional de bienes culturales.

En consecuencia, el proyecto de ley que se presenta tiene por fin sostener el conocimiento y el acceso de los ciudadanos a los contenidos culturales nacionales, la protección y promoción de nuestras expresiones artísticas, el apoyo a nuestros creadores y protagonistas culturales, el fortalecimiento de las industrias culturales con vocación de exportación, en el pleno convencimiento de que nuestro país tiene valores únicos e irrepetibles, que forman parte de la diversidad cultural universal, y que merecen ser preservados y divulgados.

El fortalecimiento de las industrias culturales es imprescindible para lograr no sólo consolidar el desarrollo de nuestros profesionales, el acceso del público sino además porque sólo estimulando la formación de dichos técnicos, profesionales, artistas y creadores será posible obtener productos de alta calidad y profesionales destacados. Para que exista un premio Nobel, un campeón olímpico, un músico destacado, un actor de primer nivel, un guionista excepcional es necesario que existan posibilidades de formación y múltiples mecanismos de promoción y estímulo para que de los muchos surja la excelencia.

En Uruguay, al contrario de lo que sucede en otros países en los que se aplican porcentajes mínimos de protección de la producción nacional como instrumento de políticas culturales y de defensa de contenidos locales desde fines de la Primera Guerra Mundial, no se ha aplicado una política que establezca para los medios (cine, radio y televisión) cumplir con un porcentaje de producción cultural nacional, quedando en manos de los medios y empresas respectivas la más absoluta libertad de elección en lo que hace al contenido de sus emisiones, con las limitantes propias de las normativas de salud, orden público, etc.

Antecedentes y derecho comparado

En relación con los antecedentes nacionales, es de rigor remitirse a la publicación de la Sociedad Uruguaya de Actores (SUA), en la que se realiza un pormenorizado análisis de la legislación vigente en el Uruguay. En cuanto al y el derecho comparado se presentan algunos ejemplos del tratamiento del tema en distintos países.

En el derecho nacional si bien existen algunas normas de orden legal y reglamentario, relacionados con meras declaraciones que convocan a asegurar la protección e inclusión de los artistas nacionales en obras publicitarias, comerciales etc. en algún caso son simples declaraciones de principios y en otros, en lo específico el caso de inclusión de artistas nacionales en determinados porcentajes en obras publicitarias, en las cuales, si bien se establece la obligación de cuota de integración nacional del elenco que participe, carece de sanción específica para el caso de que ello no se cumpla.

La reciente ley 18.232 de 22. 12. 07 en lo relacionado con el servicio de Radiodifusión Comunitaria, en su art. 4to. establece como principio que: "De acuerdo con la función y responsabilidad que poseen los servicios de radiodifusión comunitaria su programación deberá ser preferentemente de producción propia y nacional (departamental o local)" circunstancia que,- por cierto y conforme a la redacción del texto transcripto - admite excepciones.

En igual sentido por otra parte en el Decreto del Poder Ejecutivo No. 374/2008 de 4 de agosto de 2008, relacionado con el otorgamiento del uso de frecuencias para la radiodifusión comercial, establece en su art. 13 como elemento de valoración de incidencia en la adjudicación de los llamados públicos, las propuestas que "tiendan al fortalecimiento de la producción cultural local a través de estaciones destinados a estimular y difundir programas de producción local, propia e independiente, frente a propuestas basadas en la automatización de la emisora".

De las citas y las transcripciones legales y reglamentarias, queda manifiesto más allá de estas últimas disposiciones, que los adjudicatarios de las frecuencias radioeléctricas, gozan de absoluta libertad y sin limitación de contenidos en la formulación de su programación, lo que también resulta válido para exhibición de obras cinematográficas en las salas de cine.

En lo que hace al derecho comparado puede considerarse atendiendo a dos aspectos específicos: a) estableciendo porcentajes de contenidos mínimos de programación de producción nacional o regional o b) incentivando la actividad nacional a través de exenciones o deducciones fiscales.

A modo de ejemplo, en España se establece un porcentaje sin dejar de lado lo nacional, en Argentina se combinan porcentajes e incentivos culturales, en Colombia se establece una "cuota pantalla" TV y todos estos países tienen en común la obligación de emitir programas nacionales en porcentajes significativos.

A lo ya referido corresponde agregar el caso de Canadá donde se establece un porcentaje (que hace al contenido cultural) del 60 % de programación local. Por medio de este mecanismo Canadá asegura al público un acceso a obras producidas por los mismos canadienses.

Resulta necesario traer a colación, por la trascendencia de la temática, que en el caso del TLC que Chile celebrara con EEUU, se estableció a favor del primero una reserva cultural. Dicha reserva señala que los programas de apoyo gubernamental y otros subsidios a las industrias culturales que hoy día existen o que puedan gestarse en el futuro, están fuera de las limitaciones y obligaciones del capítulo de servicios del Tratado.

"En la práctica debe reconocerse que un número bastante grande de Estados, recurre a las cuotas en el sector televisión. En la Unión Europea el art. 4 de la Directiva «Televisión sin fronteras» adoptada en 1989, prescribe que los Estados Miembros se aseguran, cada vez que eso es realizable y por medios apropiados, de que los Organismos de radiodifusión televisiva reservan el mayor porcentaje de su tiempo de difusión a obras europeas" (*Las exigencias del contenido local en el cine, la radio y la televisión como medio de defensa de la diversidad cultural: Teoría y práctica. Parte I* Ivan Bernier).

En el trabajo mencionado precedentemente también se hace referencia a los porcentajes radiofónicos respecto a la difusión de obras musicales nacionales, (Los porcentajes varían según sea el país, Francia, Australia, Canadá, Sudáfrica, etc.).

“En Francia la CSA tiene la facultad de imponerle a los canales de TV, distintas cuotas pantallas que apuntan al público infantil. La cadena privada TFI, por citar un caso, está obligada a transmitir 1000 horas anuales para jóvenes en un horario adecuado al público al que apunta (no marginal) Por su parte, la cadena M6 tiene la obligación de invertir el uno por ciento de sus ingresos en la producción de series animadas, a la vez que el 66% de su programación debe provenir de productoras independientes locales” (Émanuel Respighi).

Véase que “la Ley Francesa No.86-1067 art.58 (combina obras nacionales o comunitarias con nacionales) estableciendo...Los servicios de comunicación audiovisual que difundan obras cinematográficas... Tienen la obligación de incluir, especialmente en horas de gran audiencia, por lo menos un 60 % de obras europeas y un 40 % de obras de expresión original francesas...” Las obras francesas contribuyen a cumplir el porcentaje previsto para las obras europeas. Esto comprende tanto a la televisión abierta como a las señales de cable o satelitales. El Dec. 90-66 al reglamentar la disposición legal estableció que los porcentajes que exige la ley deben ser satisfechos anualmente y en tanto en relación al número de obras cinematográficas exhibidas como a la totalidad de tiempo dedicado en el año a la difusión de obras audiovisuales (arts.7 y 8).

Respecto a Canadá, bajo los términos de la sección 3 de la Broadcasting Act, se establece como fundamental el desarrollo y puesta en conocimiento al público del talento canadiense, la maximización del uso de su creatividad y la utilización de la capacidad del sector de la producción independiente. La Canadian Broadcasting Corp. como sistema de radiodifusión público, debe contribuir activamente con el flujo e intercambio de las expresiones culturales. La sección 10 de la Broadcasting Act (sección 10) mandata a la CRTC que debe decidir qué es aquello que constituye “programa canadiense” y la proporción del tiempo que en los servicios debe ser destinado a la difusión de la programación canadiense. La CRTC utiliza un sistema de puntajes para determinar la calidad de canadiense en TV y radio AM (incluida la música) que atiende a la cantidad de canadienses involucrados en la producción de una canción, álbum, film o programa. La sección 7 de la TV Broadcasting Regulations “requiere al licenciatario público (CBC-Televisión de Quebec, etc) dedicar no menos del sesenta por ciento de la programación de la última tarde y noche (prime time) a la emisión canadiense y no menos del 50 % a los licenciatarios privados”.

La Ley Española N° 10/988 en su art. 14 establece los siguientes porcentajes mínimos y compatibles de producción: a) el 15 % de producción propia del titular de la concesión; b) el 40% de producción originaria en países integrantes de las comunidades europeas. Asimismo el 55% de la programación emitida debe ser en expresión originaria española.

La ley del Cine española N° 55/2007 regula expresamente los porcentajes, en el art. 18 se expresa:

“Las salas de exhibición cinematográfica estarán obligadas a programar dentro de cada año natural obras cinematográficas de Estados miembros de la Unión Europea en cualquier versión, de forma tal que, al concluir cada año natural, al menos el 25% del

total de las sesiones que se hayan programado sea con obras cinematográficas comunitarias. Del cómputo total anual se exceptuarán las sesiones en las que se exhiban obras cinematográficas de terceros países en versión original subtituladas.”

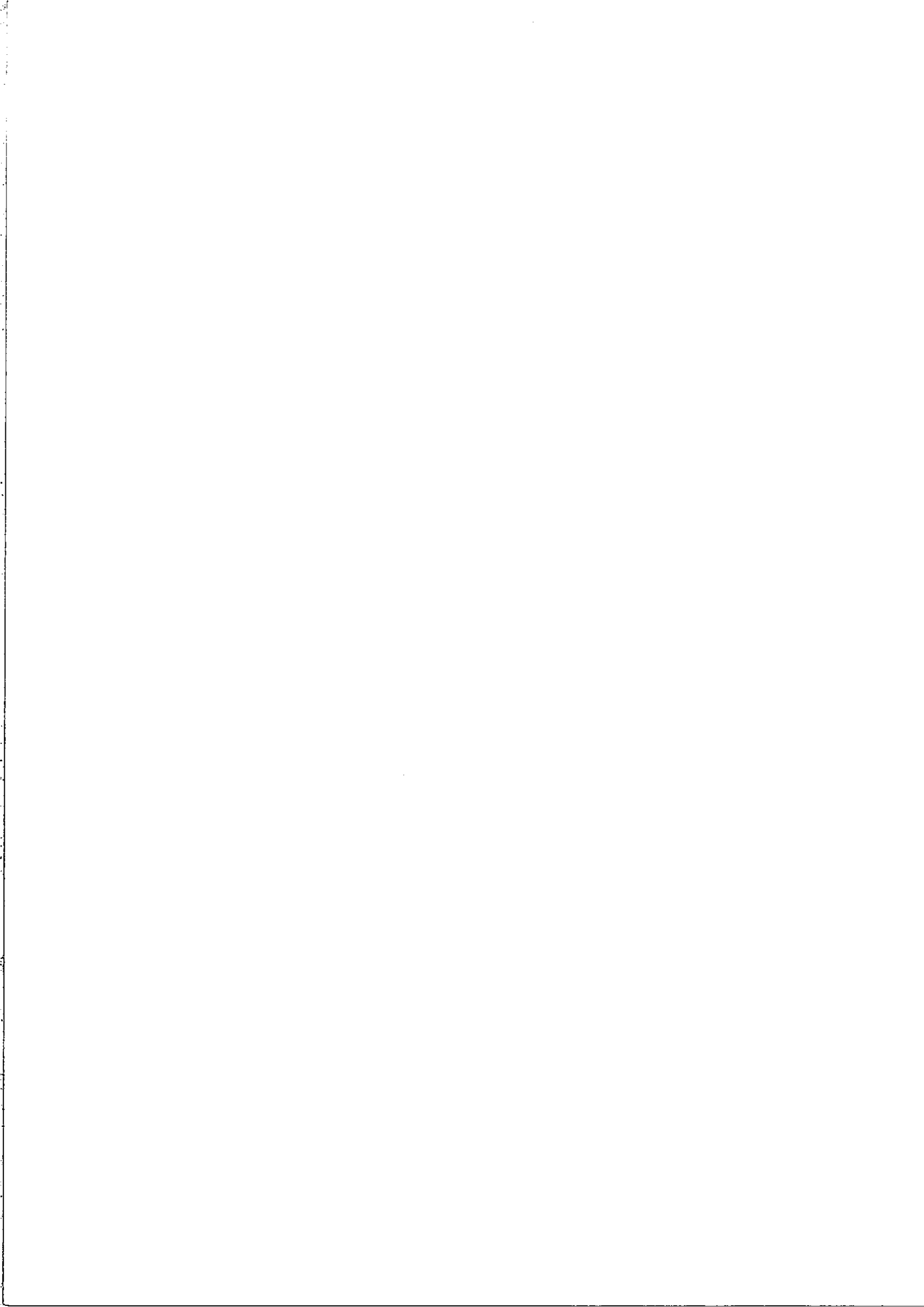
En el reciente proyecto de la Ley de Radiodifusión Argentina.... “Las cuotas de producción nacional y el manejo del fútbol también tienen su lugar en la propuesta de la ley. Las radios deberán contar con al menos 70 % de producción local en materia de contenidos, mientras que la televisión deberá cumplir con un mínimo de 60%, propiciando además el establecimiento de una cuota pantalla, como lo han hecho Francia o Brasil” (Infobae).

En la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales ratificada por la Ley 18.068 de 11 de diciembre de 2006 se consagra entre otros principios fundamentales, el derecho soberano de los Estados a adoptar medidas y políticas para proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales en sus respectivos territorios.

En lo que hace a la defensa de la absoluta libertad por parte de los medios uruguayos privados, corresponde consignar que el establecimiento de un marco regulatorio de los contenidos culturales, entendido éste como “la dimensión artística y los valores culturales que emanan de las identidades culturales o las expresan” (Definición de la Convención mencionada) no puede considerarse que vulnere la libertad de expresión, pues esta se mantiene intacta en su esencia, en tanto no se prohíbe o censura la expresión de pensamientos, sino que se impone la obligación genérica de emisión de programas nacionales en determinados porcentajes (sin determinar ni incidir en la naturaleza de los programas que es justamente donde se ejerce la libertad del medio).

Por otra parte los antecedentes del derecho comparado que datan de más de 50 años demuestran no solo la vigencia y necesaria protección de los contenidos culturales nacionales, sino además que su establecimiento no afecta derecho fundamental alguno.

Entre los fundamentos del Decreto del Poder Ejecutivo de 4 de agosto de 2008 se recoge como principio que “por tratarse de medios de comunicación social y de interés público, el Estado debe fomentar la diversidad de medios, la identidad nacional, así como la producción cultural, local, regional y nacional” y quien tiene la potestad de asignación o otorgamiento de frecuencias puede establecer la pautas de uso de las mismas, incluso la regulación de contenidos, siendo una clara e indiscutible potestad del Estado que es quien otorga y autoriza el uso de las frecuencias.





MINISTERIO DE EDUCACION Y CULTURA
MINISTERIO DE INDUSTRIA , ENERGIA Y MINERIA
MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS

PROYECTO DE LEY

LEY DE PROMOCION DE LA CULTURA NACIONAL EN CINE, RADIO Y TELEVISION

CAPÍTULO I

ARTÍCULO 1ro. (Objeto) Declárase de interés general la promoción de los derechos culturales de todos los habitantes de la República, comprendiendo la efectiva realización de las capacidades creativas individuales y colectivas, la participación y disfrute de la cultura en todas sus manifestaciones, en un marco de diversidad y democratización cultural, muy especialmente a través de las trasmisiones y retransmisiones, tanto de los servicios públicos y privados de cine, radio y televisión.

ARTÍCULO 2do. (Principios rectores en las emisiones). Todo servicio público o privado de radio y televisión abierta o por suscripción, deberá a través de sus emisiones promover contenidos culturales basados en los siguientes principios:

- a. La defensa de la persona humana y su dignidad;
- b. La libertad de expresión, de pensamiento y de opinión;
- c. La promoción y defensa de la diversidad cultural;
- d. El acceso democrático a los bienes culturales
- e. La defensa del orden democrático y de los derechos humanos fundamentales consagrados por la Constitución de República y los Tratados Internacionales a los que se encuentra adherida la República Oriental del Uruguay;

Estos principios serán interpretados, en el marco de una sociedad democrática, de acuerdo a las normas establecidas en la sección I y II de la Constitución de República, la Declaración Universal de Derechos Humanos y los Tratados Internacionales a los que se encuentra adherida la República Oriental del Uruguay.

ARTÍCULO 3ro. (Ámbito de aplicación) Los operadores, proveedores y permisarios cualesquiera sea su naturaleza jurídica, que emitan, transmitan y/o retransmitan a través de servicios públicos o privados de radio o televisión abierta o por suscripción o por abonados, que hayan sido autorizadas de conformidad con la normativa vigente para operar en el territorio nacional, quedan comprendidos en las disposiciones de esta ley.

CAPÍTULO II

ARTÍCULO 4to. (Promoción de la cultura nacional en la Televisión abierta pública y privada) Los servicios de televisión abierta pública y privada deberán incluir en su programación programas de producción nacional en los porcentajes que se relacionan a continuación:

A) Televisión abierta privada:

El 50 % de la programación total emitida deberá ser de producción o coproducción nacional . Se comprenderá en el mismo todos los programas tales como noticieros, deportes, revistas, variedades, periodísticos, documentales, concursos, entretenimientos y todo tipo de ficción, entre otros.

Dicho porcentaje se integrará con un mínimo de 20 % de ficción nacional (largometrajes, cortometrajes, telefilmes, telenovelas y seriales, comedia, drama policial, etc.), o programas de humor, videoclips musicales y difusión de espectáculos nacionales (teatro, ópera, recitales y conciertos, espectáculos de carnaval y otros).

B) Televisión abierta pública



El 70% de la programación total emitida deberá ser de producción o coproducción nacional . Se comprenderá en el mismo todos los programas tales como noticieros, deportes, revistas, variedades, periodísticos, micros, documentales, concursos, entretenimientos y todo tipo de ficción, entre otros.

Dicho porcentaje se integrará con un mínimo de 30% de ficción nacional (largometrajes, cortometrajes, telefilmes, telenovelas y seriales, comedia, drama policial, etc.), o programas de humor, videoclips musicales y difusión de espectáculos nacionales (teatro, ópera, recitales y conciertos, espectáculos de carnaval y otros).

C) Pautas comunes a la Televisión abierta privada y pública

Tanto la televisión abierta pública como privada deberán emitir 2 (dos) estrenos televisivos al año, de un largometraje y otro indistinto de largometraje o telefilme de producción o coproducción nacional. Asimismo deberán emitir al menos la de un unitario, una telenovela y una teleserie al año.

En los programas nacionales cuyo público objetivo sean niños, niñas y adolescentes y sus contenidos fuesen de ficción y/o educativos, se contabilizará uno y medio por cada unidad a los efectos del cálculo del porcentaje.

Igual valor se asignará a los programas nacionales que se emitan en los horarios centrales (entre las 19 y las 22 horas)

Las pautas publicitarias de programas con contenidos para adultos que puedan ser considerados perjudiciales o inconvenientes para niñas, niños y adolescentes, deberán ser emitidas fuera del horario de protección a las niñas, niños y adolescentes.



El valor de las repeticiones de programas de producción nacional a los efectos del cálculo del porcentaje será establecido en forma decreciente (primera repetición, segunda, tercera y subsiguientes) en la reglamentación de la presente ley.

D) Televisión por suscripción o para abonados.

Las señales de contenido nacional que se emitan a través de televisión por suscripción o para abonados, deberán cumplir con los porcentajes previstos para los servicios de televisión abierta tanto privada como pública .

CAPÍTULO III

ARTÍCULO 5to. (Promoción de la cultura nacional en los servicios de Radiodifusión sonora). Los operadores, proveedores y permisarios de contenidos y servicios de radiodifusión (pública o privada) por cualquier medio deberán cumplir con un mínimo de emisión de música de origen nacional, que abarcará la tercera parte del total de la música programada y emitida efectivamente. Esto comprende autores, compositores o intérpretes nacionales, en los diversos géneros musicales existentes.

En el caso de radios temáticas, de perfil claramente definido, se deberá instrumentar un programa o programas o selecciones musicales diarios, que cubran dos horas de emisión efectiva como mínimo, destinados a la difusión de producciones de músicos nacionales y latinoamericanos que encuadren dentro del perfil establecido por la emisora. Los mismos deberán ser emitidos entre las 09:00 y las 18:00 horas, sin perjuicio de repetición en otros horarios.

CAPÍTULO IV

ARTÍCULO 6to.- (Promoción de la cultura nacional en Cines y Salas de Exhibición) El Instituto del Cine y del Audiovisual del Uruguay (Ley 18 284) a través de su Consejo

Asesor Honorario, establecerá anualmente las modalidades mediante las cuales se promoverá en los cines y salas de exhibición del circuito comercial la cultura nacional por medio de filmes de producción nacional tanto cortometrajes y largometrajes.

Asimismo procederá a la fijación de criterios para garantizar el estreno de largometrajes nacionales que tengan las mejores condiciones de exhibición.

ARTÍCULO 7mo. (Producción Nacional) Se consideran de producción nacional:

1. Audiovisuales: aquellos con certificación de nacionalidad expedida por el Instituto Nacional del Cine y del audiovisual del Uruguay (ICAU) (art. 2do. Lit. P de la Ley 18.284 de 16 de mayo de 2008).
2. Programas Nacionales los realizados por productores nacionales (naturales o legales) o extranjeros con actores, músicos, directores, periodistas, artistas, investigadores y técnicos uruguayos. Se admite, sin que ello modifique la naturaleza de programa nacional, que en el mismo participen extranjeros en cualquiera de las profesiones u oficios relacionados precedentemente mientras no superen el 20 % del total de participantes que integren o formen parte de la realización del programa.
3. Programas en coproducción nacional los realizados total o parcialmente en el territorio de la República en régimen de coproducción con otros países, en los que la participación del coproductor nacional no sea inferior al 15 % del valor total del proyecto.-
4. Música Nacional: Se considera música nacional aquella en la que el compositor, el autor de la letra o su intérprete sean nacionales (naturales o legales) independientemente del lugar en que la misma haya sido grabada o el origen de su producción fonográfica.
5. Largometraje: Se considera aquel producto audiovisual cuya duración supera los 60 minutos.
6. Corto y cortometraje: Se considera aquellos productos audiovisuales cuya duración es menor a los sesenta minutos.

CAPÍTULO V

ARTÍCULO 8vo. (Infracciones) El incumplimiento de las cuotas de contenidos culturales que se establecen en la presente ley para los servicios de radio y televisión serán sancionadas de conformidad con lo dispuesto en el art. 89 de la Ley 17.296 de 21 de febrero de 2001 .-

Las multas se graduarán de acuerdo con lo establecido en el art. 4 nral.3º. del Dec. Ley 14.670 de 23 de junio de 1977.-

CAPÍTULO VI

ARTÍCULO 9no. (Instituto de Mediación Cultural) Créase el Instituto de Mediación Cultural como órgano desconcentrado del Poder Ejecutivo que tendrá los siguientes cometidos:

- a. Intervenir como mediador en los conflictos que se presenten a resultas de la presente ley, sugiriendo soluciones entre las partes.
- b. Recibir denuncias de las personas físicas o jurídicas que se realicen sobre el apartamiento de los contenidos culturales que se ordenan en estas disposiciones o de violación de los principios rectores, realizar la investigación de la misma y gestionar ante los servicios privados de Radio y Televisión cuando ello corresponda la adecuación de las emisiones a los requerimientos de las disposiciones de esta ley y de lo establecido en las secciones I y II de la Constitución de República, la Declaración Universal de Derechos Humanos y los Tratados Internacionales a los que se encuentra adherida la República Oriental del Uruguay.
- c. Sugerir o generar iniciativas ante el Poder Ejecutivo a través del Ministerio de Educación y Cultura para la modificación de aquellas normas cuyo cumplimiento pudiera provocar, a su juicio, situaciones perjudiciales para los administrados que son alcanzados por la presente normativa.



- d. Solicitar información a los concesionarios de Radio y Televisión así como a las empresas evaluadoras de ranking sobre las emisiones relacionadas con el cumplimiento de los contenidos culturales de origen nacional.
- e. Formar un registro de las denuncias recibidas y formular anualmente un informe de actuación que deberá ser presentado a la Asamblea General el que deberá contener las acciones desarrolladas, las recomendaciones y soluciones encontradas, debiendo ser publicado en medios de difusión nacional.
- f. Solicitar a la Asamblea General, o por su intermedio al Poder Ejecutivo, la instrumentación de auditorías internacionales de rating y ranking de los medios de comunicación en Uruguay, en caso debidamente fundado de dudas sobre la transparencia de los indicadores brindados por las empresas a nivel nacional.
- g. Cooperar con organismos nacionales e internacionales que promuevan la diversidad cultural y el acceso democrático a los bienes y servicios culturales y a la producción cultural.
- h. Comunicar y derivar a la Unidad Reguladora de los Servicios de Comunicaciones debidamente fundado, las situaciones que a su juicio, constituyan grave infracción a lo dispuesto en la presente ley a los efectos de que se implementen las sanciones correspondientes.

ARTÍCULO 10mo. (Integración y forma de designación). El Instituto se integrará con tres Consejeros cuya designación por la Asamblea General será a propuesta del Poder Ejecutivo y deberá contar con el aval de los 2/3 de dicha Asamblea General. Pasados 60 días si la Asamblea General no alcanza los 2/3 podrá decidir por simple mayoría y pasados los 180 días por mayoría de presentes. Los Consejeros durarán cinco años en sus funciones y podrán ser reelectos por única vez. Los detalles de su funcionamiento serán definidos en la reglamentación de la presente ley.

ARTÍCULO 11mo. (Impedimentos e Incompatibilidades) Será incompatible con el desempeño de la función de mediador cultural:

- a. La ocupación de cargo político o de particular confianza
- b. Desempeño de funciones directivas en un partido político o en un sindicato, asociación o fundación relacionada directa o indirectamente con los medios de comunicación cualquiera sea su naturaleza y con el empleo al servicio de los mismos.
- c. Con el ejercicio de las magistraturas judiciales y fiscales.
- d. Con cualquier actividad profesional, liberal, mercantil o laboral vinculada directa o indirectamente con los medios de comunicación cualquiera sea su naturaleza.

ARTÍCULO 12mo. (Independencia de actuación). El Instituto de Mediación Cultural será absolutamente independiente en el ejercicio de su funciones y cumplimiento de sus cometidos que desempeñará con plena autonomía, no estando sujeto a más mandato imperativo que las establecidas en esta ley.

ARTÍCULO 13ero. (Protocolo de actuación) El Instituto de Mediación Cultural una vez integrado formulará en el plazo de 90 días a partir de su integración, un protocolo de buenas prácticas en los medios y reglamento de actuación que deberá ser aprobado con el voto unánime de sus tres Consejeros.

ARTÍCULO 14to. (Vigencia) La presente ley entrara en vigencia a partir de los 180 días de su reglamentación

