



Poder Legislativo

LEY Nº 19.307

*El Senado y la Cámara de
Representantes de la República
Oriental del Uruguay, reunidos en
Asamblea General,*

Decretan

TÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

ARTÍCULO 1º. (Objeto de la ley).- Esta ley tiene por objeto establecer la regulación de la prestación de servicios de radio, televisión y otros servicios de comunicación audiovisual.

Se entiende por servicio de comunicación audiovisual un servicio que proporciona una oferta estable y permanente de señales de radio o televisión.

Comprende, por tanto, una o más programaciones, con su respectivo formato, cada una de ellas entendida como la planificación y organización, en forma coherente, de una serie de programas de radio o televisión.

No son objeto de regulación en la presente ley:

- A) Los servicios de comunicación que utilicen como plataforma la red de protocolo internet.

- B) Las redes y servicios de telecomunicaciones que transporten, difundan o den acceso a un servicio de comunicación audiovisual, así como los recursos asociados a esos servicios y los equipos técnicos necesarios para la recepción de estos, que estarán sujetos a lo dispuesto en la normativa sobre telecomunicaciones.
- C) Los servicios de telecomunicaciones y de comercio electrónico a los que se acceda a través de un servicio de comunicación audiovisual.
- D) La difusión de contenidos audiovisuales limitada al interior de un inmueble o un condominio de propietarios, u otros de circuito cerrado limitados a espacios o centros comerciales o sociales de una entidad o empresa.

ARTÍCULO 2º. (Interpretación de la ley).- Constituyen principios rectores para la interpretación y aplicación de la presente ley las disposiciones consagradas en la Declaración Universal de Derechos Humanos, en la Convención Americana sobre Derechos Humanos y en el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos. Asimismo, se tomarán en cuenta muy especialmente los criterios recogidos en las sentencias y opiniones consultivas de la Corte Interamericana de Derechos Humanos y en las resoluciones e informes de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, siempre que ello no implique disminuir los estándares de protección establecidos en la Constitución de la República, en la legislación nacional o reconocidos por la jurisprudencia nacional.

ARTÍCULO 3º. (Definiciones).- A efectos de la presente ley se entiende por:

Ámbito de cobertura de un servicio de comunicación audiovisual: el territorio desde el cual es posible la recepción en condiciones técnicas satisfactorias de los contenidos difundidos por ese servicio. En los servicios de radiodifusión, el ámbito de cobertura solo comprenderá el territorio autorizado.

Área de servicio de un servicio de comunicación audiovisual: el territorio autorizado.

Audiovisual u obra audiovisual: el contenido producido en base a sonidos, imágenes o imágenes en movimiento (video), en forma separada o combinados, con o sin sincronismo entre ellos.

Auspicio, patrocinio: la forma de mensaje publicitario que supone una relación de una marca, producto o servicio con un contenido de programación. Cuando se auspicia un programa o espacio, se incluye la mención a la marca, producto o servicio en la presentación y cierre del programa o espacio.

Autopromoción, promoción: la publicidad del prestador del servicio que informa sobre la programación, programas, paquetes de programación determinados o avances de los contenidos de la señal, a lo largo de su programación.

Autorización: el acto administrativo que habilita a una determinada persona física o jurídica para prestar servicios de comunicación audiovisual no satelitales que utilicen espectro radioeléctrico.

Canal: la porción del espectro radioeléctrico o banda determinada por la autoridad competente, identificada por las frecuencias de inicio y fin o portadora y ancho de banda, que se utiliza para difundir una o más señales de radio y televisión.

Concesión de derechos de uso de espectro radioeléctrico: el acto administrativo que habilita a una determinada persona física o jurídica al uso de una porción del espectro radioeléctrico para brindar los servicios de comunicación audiovisual correspondientes por dicho medio.

Coproducción: la producción realizada conjuntamente entre el titular de un servicio de comunicación audiovisual y una productora independiente en forma ocasional, en la que ninguna de las partes aporta menos del 30% (treinta por ciento) del presupuesto de la producción establecido en el contrato.

Difusión primaria: el acto de comunicación pública inicial por el cual se ponen a disposición del público, mediata o inmediatamente, los contenidos de una señal de radio o televisión.

Emisión en cadena: la difusión simultánea de los mismos contenidos audiovisuales por diferentes servicios de comunicación audiovisual, con distintos ámbitos de cobertura, y se asimila, a efectos de la presente ley, a la conformación de un nuevo servicio, cuyo ámbito de cobertura será el del conjunto de los servicios de comunicación audiovisual que lo distribuyan. A estos efectos se entiende que hay difusión simultánea de un contenido cuando los horarios de su difusión sean total o parcialmente coincidentes.

Emplazamiento de producto: una forma de publicidad consistente en la utilización de productos o servicios y mención o referencia a marcas como parte natural del guion del programa. Se diferencia de la telepromoción porque no existe una promoción de los productos, servicios o marcas, ni de ninguna de sus características o supuestas virtudes.

Ficción televisiva: el género televisivo dedicado a la narración de relatos inventados. Su realización se basa en un guion dramático, con la participación de actores, directores y guionistas entre otros. Entre otras realizaciones, la ficción televisiva incluye películas para televisión, programas de animación, miniserias, series y telenovelas.

Grupo económico, conjunto económico: se entiende que dos o más personas físicas o jurídicas, residentes o no, forman un grupo o conjunto económico cuando están vinculadas de tal forma, que existe control de una sobre las otras o están bajo el control común de una persona física o jurídica, de forma directa o indirecta, o tienen unidad en el centro de decisión, o pertenecen a cualquier título a una única esfera patrimonial, independientemente de la forma jurídica adoptada. La determinación de un grupo económico se dará cuando las empresas o personas que presten

servicios de comunicación audiovisual así lo reconozcan o su existencia hubiere sido probada por los organismos competentes. Cuando una persona física o jurídica ejerza influencia significativa sobre otra o cuando dos o más de estas personas estén bajo la influencia significativa común de una persona física o jurídica, de forma directa o indirecta, se aplicarán las mismas disposiciones que para un grupo o conjunto económico. Lo dispuesto precedentemente es de aplicación exclusiva a la prestación de servicios de comunicación audiovisual de los sujetos vinculados.

Guía electrónica de programas: la información en soporte electrónico sobre los programas individuales de cada una de las señales de radio o televisión, con capacidad para dar acceso directo a dichas señales.

Licencia: el acto administrativo que habilita a una determinada persona física o jurídica para prestar servicios de comunicación audiovisual satelitales o que no utilicen espectro radioeléctrico.

Medios de comunicación: los mecanismos o instrumentos aptos para transmitir, divulgar, difundir o propagar, en forma estable y periódica, textos, sonidos o imágenes destinados al público.

Mensaje publicitario: toda forma de mensaje de una institución, empresa pública o privada o de una persona física en relación con su actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, que sea emitido por un servicio de comunicación audiovisual a cambio de una contraprestación, con objeto de promocionar el suministro de bienes o prestación de servicios, o la información de derechos y obligaciones, entre otros. Los mensajes publicitarios incluyen los *spots* publicitarios y el emplazamiento de producto, el auspicio, la telepromoción, la televenta y otras formas de publicidad no tradicional.

Música nacional: aquella en la que el compositor, el autor de la letra o su intérprete son personas de nacionalidad uruguaya (natural o legal) independientemente del lugar en que la música haya sido grabada o el origen

de su producción fonográfica. Por intérprete nacional se entiende al director, solista o acompañantes destacados.

Obra audiovisual de producción independiente: aquella cuya empresa productora, titular mayoritaria de los derechos patrimoniales sobre la obra, carezca de cualquier dependencia, directa o indirecta, con titulares de servicios de comunicación audiovisual.

Paquete u oferta básica de un servicio de comunicación audiovisual para abonados: el conjunto de señales o grilla, incluidas en la oferta de menor precio, que un prestador de servicios de comunicación audiovisual para abonados ofrece a los clientes.

Película cinematográfica: aquella obra audiovisual que posee una duración de sesenta minutos o superior, documental o de ficción, destinada a ser estrenada en salas de exhibición cinematográfica.

Prestador de un servicio de comunicación audiovisual: sinónimo de titular de un servicio de comunicación audiovisual.

Producción independiente: la realizada por una empresa que, no siendo titular de servicios de comunicación audiovisual, no pertenece ni trabaja exclusivamente para un titular de servicios de comunicación audiovisual y tiene la independencia intelectual y la capacidad profesional y técnica para producir programas con estándares profesionales.

Programa: un conjunto de emisiones de contenidos sonoros o audiovisuales, organizadas secuencialmente y que pueden ser periódicas, que se agrupan bajo un título común y que ofrecen contenidos a modo de bloque, constituyendo una unidad temática.

Programas de producción nacional: los producidos por personas físicas o jurídicas con domicilio constituido en la República que reúnan por lo menos una de las siguientes condiciones:

A) Se realicen total o parcialmente en el territorio de la República Oriental del Uruguay y que la mayoría de los técnicos y la mayoría de los artistas intervinientes en la producción y su realización, sin contar los extras, sean residentes en el país o ciudadanos uruguayos.

B) Que el Instituto del Cine y el Audiovisual de Uruguay les haya expedido el Certificado de Nacionalidad de Obra Realizada.

Programación: la planificación y organización en forma coherente, de una serie de programas. Su ubicación y ordenación en el tiempo, en el interior de un cuadro de referencia, se denomina parrilla de programación, la cual se difunde en un determinado período de tiempo o ciclo de emisión.

Publicidad encubierta: el mensaje publicitario cuyo formato o modo de emisión esté intencionalmente diseñado para confundir o engañar a la audiencia en cuanto al objetivo de promocionar un producto, servicio o marca.

Publicidad no tradicional: el mensaje publicitario emitido fuera de la tanda publicitaria. Incluye el auspicio, el micro de programa, el microespacio, el publrreportaje, el emplazamiento de productos, la telepromoción, la televenta y la participación en los créditos, entre otros.

Publicidad subliminal: la publicidad que, mediante técnicas de producción de estímulos de intensidades fronterizas con los umbrales de los sentidos o análogas, puede actuar sobre el público destinatario sin ser conscientemente percibida.

Radio: la trasmisión a distancia de programas sonoros.

Radiocomunicación: toda telecomunicación transmitida por medio de ondas radioeléctricas.

Radiodifusión: la radiocomunicación unilateral cuyas emisiones se destinan a ser recibidas por el público en general. Estas emisiones pueden comprender programas de radio, programas de televisión u otro género de informaciones.

Radiodifusión abierta: una modalidad de radiodifusión en que la emisión de los contenidos está concebida para una recepción libre y gratuita.

Radiodifusión para abonados o mediante acceso condicional o por suscripción: una modalidad de radiodifusión en que la recepción de manera inteligible de los contenidos difundidos debe realizarse a través de un dispositivo físico o lógico que restringe su acceso a los receptores autorizados.

Radiodifusión de televisión: la radiodifusión de programas de video con los sonidos asociados.

Radiodifusión sonora o radiodifusión de radio: la radiodifusión de programas únicamente de sonidos.

Retransmisión: la puesta a disposición del público de una señal de radio o televisión, cuando los contenidos de dicha señal ya están siendo objeto de difusión primaria y el nuevo acto de difusión se limita a la recepción de los mismos para volver a ponerlos a disposición del público simultáneamente, de manera íntegra y sin alteraciones.

Señal de radio o de televisión: una programación para radio o televisión que está asociada a un formato determinado.

Señales temáticas: aquellas que dedican, como mínimo, el 90% (noventa por ciento) de su programación específicamente a un solo género. Entre otros, los géneros pueden ser informativos, musicales, deportivos, infantiles, documentales o de ficción.

Servicio de comunicación audiovisual: un servicio que proporciona una oferta estable y permanente de señales de radio o televisión. Comprende, por tanto, una o más programaciones, con su respectivo formato, cada una de ellas entendida como la planificación y organización, en forma coherente, de una serie de programas de radio o televisión.

Servicio de comunicación audiovisual abierta o en abierto: una modalidad de servicios de comunicación audiovisual en que la emisión de los contenidos está concebida para una recepción libre y gratuita.

Servicio de comunicación audiovisual para abonados o mediante acceso condicional o por suscripción: el servicio de comunicación audiovisual que se realiza por el prestador del servicio de comunicación audiovisual en que la recepción de manera inteligible de los contenidos difundidos se debe realizar a través de un dispositivo físico o lógico que restringe su acceso a los receptores autorizados.

Servicio de radio: sinónimo de radio.

Servicio de radiodifusión: el servicio de comunicación audiovisual que utiliza la radiocomunicación cuyas emisiones se destinan a ser recibidas directamente por el público en general. Dicho servicio abarca emisiones de radio, televisión o de otro género.

Servicio de televisión: sinónimo de televisión.

Servicio de televisión abierta: una modalidad de televisión en que la emisión de los contenidos está concebida para una recepción libre y gratuita.

Servicio de televisión para abonados o mediante acceso condicional o por suscripción: una modalidad de televisión en que la recepción de manera inteligible de los contenidos difundidos se debe realizar a través de un dispositivo físico o lógico que restringe su acceso a los receptores autorizados.

Tanda publicitaria: el espacio entre el corte de la programación y su reinicio en el que se emiten mensajes publicitarios y de autopromoción de la señal.

Telecomunicación: toda transmisión, emisión o recepción de signos, señales, escritos, imágenes, sonidos o informaciones de cualquier naturaleza por hilo, radioelectricidad, medios ópticos u otros sistemas electromagnéticos.

Telepromoción: una forma de publicidad que inserta un mensaje publicitario dentro de un programa o lo asocia a este, utilizando su mismo decorado, personas, ambientación, utilería o vestuario. Se distingue la telepromoción interna, cuando es dentro del programa, de la telepromoción externa, cuando el mensaje se emite dentro de la tanda publicitaria.

Televenta: el espacio o programa que ofrece productos o servicios de forma directa al público, cuya compra puede efectivizarse a través de una llamada telefónica o cualquier otra forma de contacto remoto con el anunciante.

Televisión: la trasmisión a distancia de programas de video con los sonidos asociados.

Titular de derechos de emisión: la persona física o jurídica que posee la autorización del realizador de un programa o evento para realizar su difusión al público.

Titular de un servicio de comunicación audiovisual: la persona física o jurídica que obtiene una autorización o licencia estatal, para prestar un servicio de comunicación audiovisual en las condiciones establecidas en la misma.

ARTÍCULO 4º. (Ámbito subjetivo de aplicación).- Quedan sujetos a las disposiciones de la presente ley:

- A) Los titulares de servicios de comunicación audiovisual establecidos en el territorio nacional.
- B) Los titulares de señales de radio o televisión que se encuentren establecidos en Uruguay o cuyas señales o servicios sean difundidos por los servicios incluidos en el literal A) del presente artículo.
- C) Los titulares de servicios de comunicación audiovisual no establecidos en Uruguay que comercialicen sus servicios de manera parcial o total en Uruguay.

Se consideran establecidos en Uruguay los servicios de comunicación audiovisual y las señales audiovisuales que tengan su sede principal en

Uruguay o que la composición de su oferta de programas y señales audiovisuales esté dirigida principalmente al mercado uruguayo.

TÍTULO II PRINCIPIOS DE LA REGULACIÓN

ARTÍCULO 5º. (Naturaleza de los servicios de comunicación audiovisual).- Los servicios de comunicación audiovisual son industrias culturales, portadores de informaciones, opiniones, ideas, identidades, valores y significados y, por consiguiente, no deben considerarse únicamente por su valor comercial.

Los servicios de comunicación audiovisual son soportes técnicos para el ejercicio del derecho humano a la libertad de expresión y a la libertad de información, preexistentes a cualquier intervención estatal.

Les son aplicables la Constitución de la República, los instrumentos internacionales referidos tanto a la protección y promoción de la libertad de expresión y de la diversidad de expresiones culturales tales como la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales de la Unesco, así como los emanados de los organismos del Sistema Interamericano de Derechos Humanos, entre otros.

ARTÍCULO 6º. (Declaración de interés público).- Los servicios de comunicación audiovisual son de interés público ya que constituyen uno de los principales medios de información social, permiten el ejercicio del derecho a comunicar y a recibir información para el ejercicio pleno de la libertad de expresión de la ciudadanía, la difusión de valores como la identidad y la diversidad cultural y el apoyo a la educación, componiendo un sistema esencial para promover la convivencia, la integración social, la igualdad, el pluralismo y los valores democráticos.

Podrán ser prestados por personas físicas o personas jurídicas, privadas o públicas, estatales o no estatales, en régimen de autorización o licencia y en las condiciones establecidas en la presente ley y la reglamentación respectiva.

ARTÍCULO 7º. (Principios y fines de la prestación de los servicios de comunicación audiovisual).- De conformidad con el interés público de estos servicios, deberán propender al cumplimiento de los siguientes principios y finalidades:

- A) Ejercicio del derecho a la libre expresión de informaciones y opiniones.
- B) Garantía del derecho de las personas a acceder a una pluralidad de informaciones y opiniones.
- C) Facilitación del debate democrático y promoción de la participación democrática en los asuntos públicos.
- D) Elaboración y fomento de la producción de contenidos y aplicaciones nacionales mediante el empleo de recursos humanos nacionales: artísticos, profesionales, técnicos y culturales.
- E) Difusión y promoción de la identidad nacional, así como del pluralismo y diversidad cultural de Uruguay.
- F) Promoción del conocimiento de las producciones culturales uruguayas, las artes, la ciencia, la historia y la cultura.
- G) No discriminación en consonancia con los términos establecidos por la Ley N° 17.817, de 6 de setiembre de 2004.
- H) Apoyo a la integración social de grupos sociales vulnerables.

ARTÍCULO 8º. (Alcance y límites de la potestad regulatoria del Estado).- La potestad del Estado de regular los servicios de comunicación audiovisual debe entenderse en el marco de su obligación de garantizar, proteger y promover el derecho a la libertad de expresión en condiciones de igualdad y sin discriminación, así como el derecho de la sociedad a conocer todo tipo de

informaciones e ideas. El ejercicio de las facultades del Estado frente a los medios de comunicación debe hacer posible el más amplio, libre e independiente ejercicio de la libertad de expresión y nunca será utilizado como una forma de censura indirecta.

ARTÍCULO 9º. (Derecho al uso equitativo de frecuencias radioeléctricas).- El espectro radioeléctrico es un patrimonio común de la humanidad sujeto a administración de los Estados y, por tanto, el acceso equitativo al mismo por parte de toda la sociedad constituye un principio general de su administración.

No existirá otra limitación a la utilización del espectro radioeléctrico que la resultante de establecer las garantías para el ejercicio de los derechos de todos los habitantes de la República, lo que define los límites y el carácter de la intervención estatal en su potestad de administrar la asignación y el uso de frecuencias.

ARTÍCULO 10. (Principios para la regulación de los servicios de comunicación audiovisual).- El Estado regulará los servicios de comunicación audiovisual garantizando los derechos establecidos en la presente ley, en base a los siguientes principios:

- A) Promoción del pluralismo y la diversidad. La promoción de la diversidad es un objetivo primordial de la regulación de los servicios de comunicación audiovisual, de la presente ley en particular y de las políticas públicas que desarrolle el Estado.
- B) No discriminación. Se deberá garantizar igualdad de oportunidades para el acceso de los habitantes de la República a los servicios de comunicación audiovisual, de modo que puedan ejercer su derecho a la información y a la libertad de expresión con las solas exclusiones que esta ley determina con el objeto de sostener el mencionado principio y prevenir prácticas de favorecimiento.

C) Transparencia y publicidad en los procedimientos y condiciones de otorgamiento, transferencias y caducidad de las autorizaciones y licencias para prestar servicios de comunicación audiovisual, que permitan el efectivo contralor por parte de los ciudadanos.

ARTÍCULO 11. (Diversidad y pluralismo en el sistema de servicios de comunicación audiovisual).- El Estado tiene el deber de garantizar la diversidad y el pluralismo en el sistema de servicios de comunicación audiovisual, en todos los ámbitos de cobertura, previniendo la formación de oligopolios y monopolios, así como reconociendo y promoviendo la existencia de servicios de comunicación audiovisual comerciales, públicos y comunitarios.

ARTÍCULO 12. (Acceso universal a la radio y a la televisión).- El Estado debe garantizar el acceso universal, así como el uso de los servicios de radiodifusión abierta y gratuita de radio y televisión como parte de una estrategia integral para lograr el objetivo de asegurar la inclusión social de toda la población y el ejercicio de derechos fundamentales reconocidos en la Constitución de la República.

ARTÍCULO 13. (Desarrollo de la industria de contenidos audiovisuales y aplicaciones).- El Estado debe promover el desarrollo de capacidades de las industrias nacionales de contenidos audiovisuales y aplicaciones, fomentando la identidad cultural del país, la producción nacional y su comercialización al exterior, impulsando la innovación, la investigación, la generación de empleo de calidad y la descentralización, valiéndose de los avances tecnológicos, el desarrollo de políticas públicas activas y un entorno regulatorio apropiado.

TÍTULO III

DERECHOS DE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

ARTÍCULO 14. (Libertad de expresión e información).- En el ejercicio del derecho a la libertad de expresión e información, los titulares, los periodistas y los demás trabajadores de los servicios de comunicación audiovisual tienen derecho a buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole.

ARTÍCULO 15. (Prohibición de censura previa).- Está prohibida la censura previa, interferencias o presiones directas o indirectas sobre cualquier expresión, opinión o información difundida a través de cualquier servicio de comunicación audiovisual.

ARTÍCULO 16. (Independencia de los medios de comunicación).- Los medios de comunicación tienen derecho a realizar su labor en forma independiente. Las presiones directas o indirectas ejercidas sobre los comunicadores son incompatibles con la libertad de expresión, así como la utilización del poder y los recursos económicos del Estado con el objetivo de presionar, castigar, premiar o privilegiar a los comunicadores y a los medios de comunicación en función de sus líneas informativas.

ARTÍCULO 17. (Libertad editorial).- Los titulares de servicios de comunicación audiovisual tienen derecho a la libertad editorial, lo cual incluye la determinación y libre selección de contenidos, producción y emisión de la programación, de conformidad con los principios y finalidades reconocidos en la presente ley y en el marco de lo establecido en la Convención Americana de Derechos Humanos.

ARTÍCULO 18. (Derecho a emitir mensajes publicitarios).- Los titulares de servicios de comunicación audiovisual tienen el derecho a emitir mensajes publicitarios, incluyendo publicidad tradicional y no tradicional.

ARTÍCULO 19. (Derechos de emisión en exclusiva de contenidos audiovisuales).- Los titulares de servicios de comunicación audiovisual tienen el derecho a contratar, en forma exclusiva, los derechos de emisión de contenidos audiovisuales, sin perjuicio de lo establecido en la presente ley referido a los eventos de interés general.

ARTÍCULO 20. (Uso compartido de un canal).- Los titulares de servicios de comunicación audiovisual podrán asociarse para compartir un canal para la emisión de sus señales.

ARTÍCULO 21. (Servicios interactivos).- Los titulares de servicios de comunicación audiovisual podrán ofrecer, de manera complementaria y accesoria a su programación de televisión, servicios como teletexto y guía electrónica de programas, así como otros servicios interactivos autorizados de conformidad con lo dispuesto en la presente ley.

TÍTULO IV DERECHOS DE LAS PERSONAS

CAPÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES

ARTÍCULO 22. (Libertad de expresión y derecho a la información).- Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión.

Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas.

ARTÍCULO 23. (Derecho a fundar servicios de comunicación audiovisual).- El derecho a la libertad de expresión comprende el derecho de todas las personas a fundar, instalar y operar cualquier clase de servicio de comunicación

audiovisual, dando cumplimiento a los requisitos y procedimientos resultantes de las normas respectivas.

ARTÍCULO 24. (Transparencia).- Toda persona tiene derecho a:

- A) Solicitar información respecto de los procedimientos de otorgamiento, revocación y renovación de las autorizaciones y licencias para prestar servicios de comunicación audiovisual en el marco de la Ley N° 18.381, de 17 de octubre de 2008. El Estado, en cumplimiento del artículo 5° de la Ley N° 18.381, tiene la obligación de transparencia activa respecto, entre otras, a la información sobre autorizaciones y licencias otorgadas de servicios de comunicación audiovisual, debiendo prever la adecuada organización, sistematización y disponibilidad de la información en su poder, asegurando un fácil acceso a los interesados.
- B) Que los mensajes publicitarios estén claramente diferenciados del resto de los contenidos audiovisuales. Todas las formas de comunicación comercial deben estar claramente diferenciadas de los programas mediante mecanismos acústicos u ópticos según los criterios generales establecidos por la autoridad competente. Quedan excluidos de este inciso los mensajes publicitarios definidos como emplazamiento de producto.
- C) Conocer la identidad de los titulares de los servicios de comunicación audiovisual, así como sus socios o accionistas y las empresas que forman parte de su grupo económico, de conformidad con lo dispuesto por el artículo 51 y siguientes de la presente ley.
- D) Conocer la programación con una antelación suficiente, que en ningún caso será inferior a tres días, en forma gratuita, permanente y accesible, para lo cual el prestador de servicios de comunicación audiovisual deberá instrumentar los mecanismos que la hagan

posible, tales como el uso de guía electrónica de programas, uso de páginas web u otras que la tecnología permita.

La programación solo podrá ser alterada por sucesos ajenos a la voluntad del prestador del servicio audiovisual o por acontecimientos sobrevenidos de interés informativo o de la programación en directo y deberá disponer de mecanismos de aviso apropiados de que la programación ha sufrido modificaciones de última hora.

Los horarios anunciados de los programas deberán ser respetados por los prestadores de servicios de comunicación audiovisual, con un margen de tolerancia máximo de diez minutos, salvo fundadas causas de fuerza mayor.

ARTÍCULO 25. (Derechos culturales).- 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 los servicios de comunicación audiovisual.

ARTÍCULO 26. (Usuarios y consumidores de servicios de comunicación audiovisual).- Toda persona tiene derecho a que los prestadores de servicios de comunicación audiovisual brinden información clara, veraz y suficiente respecto de los productos y servicios que ofrecen. La autoridad competente podrá requerirles la información necesaria para asegurar el cumplimiento de este derecho.

La contratación de servicios de comunicación audiovisual en régimen de suscripción o para abonados, así como su rescisión luego de cumplidos los plazos contractuales, es libre y no requerirá más cargos a las partes que los estipulados en el mismo contrato. No se admitirán cargos por rescisión que dependan del plazo no ejecutado del contrato luego de haberse cumplido el primer año del contrato originario.

ARTÍCULO 27. (Derecho a la participación ciudadana).- El Poder Ejecutivo deberá establecer mecanismos que garanticen la participación ciudadana en el proceso de elaboración y seguimiento de las políticas públicas para los servicios de comunicación audiovisual.

ARTÍCULO 28. (Derecho a la no discriminación).- Los servicios de comunicación audiovisual no podrán difundir contenidos que inciten o hagan apología de la discriminación y el odio nacional, racial o religioso, que constituyan incitaciones a la violencia o cualquier otra acción ilegal similar contra cualquier persona o grupo de personas, sea motivada por su raza, etnia, sexo, género, orientación sexual, identidad de género, edad, discapacidad, identidad cultural, lugar de nacimiento, credo o condición socioeconómica.

En ningún caso estas disposiciones deben interpretarse como una imposibilidad de informar sobre los hechos, o de analizar y discutir sobre estos temas, en particular durante programas educativos, informativos y periodísticos.

Los servicios de comunicación audiovisual promoverán en su programación, expresiones y acciones afirmativas e inclusivas a favor de personas o grupos objeto de discriminación.

CAPÍTULO II

DERECHOS DE LOS NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES

ARTÍCULO 29. (Deber de protección).- De conformidad con lo dispuesto en la legislación nacional e instrumentos internacionales, el Estado tiene la obligación de proteger los derechos de todos los niños, niñas y adolescentes, asegurando la aplicación de normas que den efectividad a esos derechos en su relación con los servicios de comunicación audiovisual.

ARTÍCULO 30. (Deber de promoción).- Reconociendo la importante función que desempeñan los medios de comunicación, en especial los servicios de comunicación audiovisual, para el efectivo ejercicio de los derechos de los niños, niñas y adolescentes, entre otras acciones el Estado, en particular a través del Consejo de Comunicación Audiovisual y de la Dirección Nacional de Telecomunicaciones y Servicios de Comunicación Audiovisual del Ministerio de Industria, Energía y Minería:

- A) Incentivará a los medios a difundir programas y servicios que tengan por finalidad promover su bienestar social y afectivo y su salud física y mental.
- B) Impulsará su participación en los medios de comunicación.
- C) Desarrollará planes de educación para los medios.
- D) Promoverá la realización de investigaciones, cursos, seminarios y otros para abordar la relación entre medios e infancia.
- E) Desarrollará mecanismos de acceso a fondos públicos para la producción de contenidos audiovisuales y aplicaciones interactivas de calidad especializadas.
- F) Estimulará las buenas prácticas de responsabilidad social empresarial y la creación de mecanismos de autorregulación de los medios para la promoción y protección de los derechos de niños, niñas y adolescentes.

ARTÍCULO 31. (Derecho a la privacidad).- Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a que se respete la privacidad de su vida. Tienen derecho a que no se utilice su imagen en forma lesiva, ni se publique ninguna información que los perjudique y pueda dar lugar a la individualización de su persona.

En el contexto de hechos delictivos, así como en circunstancias donde se discutan su tutela, guarda, patria potestad o filiación, los servicios de comunicación audiovisual se abstendrán de difundir nombre o seudónimo,

imagen, domicilio, la identidad de sus padres o el centro educativo al que pertenece u otros datos que puedan dar lugar a su individualización.

ARTÍCULO 32. (Horarios de protección).- Establécese el horario de protección a niños, niñas y adolescentes todos los días de la semana desde la hora 6 a la hora 22.

Los programas, los mensajes publicitarios y la autopromoción emitidos en este horario por todos los servicios de comunicación audiovisual, deberán ser aptos para todo público y deberán favorecer los objetivos educativos que dichos medios de comunicación permiten desarrollar.

Se podrán establecer dentro de este horario recomendaciones y guías para informar y orientar a la población sobre la programación en estos temas, en función de franjas de edad.

Debe evitarse, en el horario antedicho, la exhibición de programas que promuevan actitudes o conductas violentas, morbosas, delictivas, discriminatorias o pornográficas, o fomenten el esoterismo, los juegos de azar o las apuestas.

Sin perjuicio de la información de los hechos, la programación emitida durante el horario de protección a niños, niñas y adolescentes no deberá incluir:

- A) Imágenes con violencia excesiva, entendida como violencia explícita utilizada de forma desmesurada o reiterada, en especial si tiene resultados manifiestos de lesiones y muerte de personas y otros seres vivos (asesinatos, torturas, violaciones, suicidios o mutilaciones).
- B) Truculencia, entendida como la presentación de conductas ostensiblemente crueles o que exalten la crueldad, o que abusen del sufrimiento, del pánico o del terror, o que exhiban cadáveres o resultados de crímenes en forma abierta y detallada.

- C) Apología, exaltación o incitación de la violencia y las conductas violentas, del delito o las conductas delictivas.
- D) Pornografía, entendida como la exhibición de materiales, imágenes o sonidos de actos sexuales, o sus reproducciones, con el fin de provocar la excitación sexual del receptor.
- E) Exhibición de escenas con actos sexuales explícitos, obscenos o degradantes, o de elementos de prácticas sadomasoquistas.
- F) Apología, exaltación o incitación a la pornografía, la explotación sexual o los delitos sexuales.
- G) Exhibición de consumo explícito y abusivo de drogas legales e ilegales.
- H) Apología, exaltación o incitación al consumo de drogas o al narcotráfico.
- I) Presentación como exitosas o positivas a las personas o a los personajes adictos a drogas o que participan del narcotráfico.
- J) Contenidos que hagan apología, promuevan o inciten a actos o conductas discriminatorias o racistas.

En programas informativos, cuando se trate de situaciones de notorio interés público, excepcionalmente podrán incluirse imágenes de violencia excesiva como las definidas en el literal A) de este artículo, incluyendo avisos explícitos para prevenir la exposición del público infantil a estas.

En aplicación de estas disposiciones deberá valorarse el contexto y la finalidad de los programas que incluyan estos contenidos.

En ningún caso estas pautas deben interpretarse como una imposibilidad de informar, analizar y discutir, en particular durante programas educativos, informativos y periodísticos, sobre situaciones de violencia, sus causas o sus repercusiones en materia de seguridad ciudadana u otros abordajes sobre la realidad uruguaya, ni sobre temas relacionados a la sexualidad, ni sobre temas

relacionados a las drogas legales e ilegales, ni sobre temas relacionados a la discriminación, todos ellos en sus más variadas dimensiones. En particular, las presentes directivas no deben ser interpretadas como una limitación a las expresiones surgidas en el debate de opinión o durante manifestaciones políticas, aun si ellas pudieran considerarse agresivas o hirientes para las autoridades públicas o actores políticos y partidarios.

Los programas no aptos para todo público deberán estar debidamente señalizados con signos visuales y sonoros al comienzo y durante su transmisión, y se deberá asegurar que los servicios interactivos, tales como las guías electrónicas de programas, incluyan la información que advierta de manera suficiente y veraz del contenido del programa a efectos de la protección de niños, niñas o adolescentes.

La señalización de los programas deberá realizarse ajustándose al patrón que oportunamente el Poder Ejecutivo aprobará, en base a la propuesta del Consejo de Comunicación Audiovisual.

Los servicios de televisión para abonados podrán habilitar gratuitamente mecanismos cifrados de acceso para posibilitar el control parental de las señales no establecidas en Uruguay. Las señales con programación exclusiva para adultos no podrán estar nunca en abierto.

ARTÍCULO 33. (Publicidad dirigida a niños, niñas y adolescentes).- En atención a la protección de los derechos de los niños, niñas y adolescentes, los mensajes publicitarios no deberán producirles perjuicio moral o físico. En consecuencia, su emisión tendrá las siguientes limitaciones:

- A) No debe incitar directamente a los niños, niñas y adolescentes a la compra o arrendamiento de productos o servicios aprovechando su inexperiencia o credulidad, ni incluir cualquier forma de publicidad engañosa.

- B) No debe animar directamente a los niños, niñas y adolescentes para que compren productos o servicios publicitados, ni prometerles premios o recompensas para ganar nuevos compradores.
- C) No puede ser presentada de una manera que se aproveche de la lealtad de niños, niñas y adolescentes, o de su confianza, sobre todo en los padres, profesores u otras personas. No puede socavar la autoridad de estas personas y su responsabilidad.
- D) No deben anunciar ninguna forma de discriminación, incluyendo cualquiera que se base en la raza, nacionalidad, religión o edad, ni deberán en ninguna forma menoscabar la dignidad humana.
- E) Deberá tener especialmente en cuenta las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud en lo que se refiere a publicidad de alimentos con altos contenidos de grasa, sal o azúcares.
- F) Está prohibida la emisión de publicidad no tradicional en los programas infantiles con excepción del emplazamiento de productos y el auspicio.

ARTÍCULO 34. (Publicidad protagonizada por niños, niñas y adolescentes).- Los niños, niñas y adolescentes no pueden participar en mensajes publicitarios que promocionen bebidas alcohólicas, cigarrillos o cualquier producto perjudicial para la salud física o mental, así como aquellos que atenten contra su dignidad o integridad física, psicológica o social.

CAPÍTULO III

DERECHOS DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD

ARTÍCULO 35. (Derecho a la accesibilidad a los servicios de comunicación audiovisual).- Las personas con discapacidad, para poder ejercer su derecho a la libertad de expresión y de información en igualdad de oportunidades que las

demás personas, tienen derecho a la accesibilidad a los servicios de comunicación audiovisual.

ARTÍCULO 36. (Accesibilidad de personas con discapacidad auditiva y visual).- Los servicios de televisión abierta, los servicios de televisión para abonados en sus señales propias, y las señales de televisión establecidas en Uruguay que sean distribuidas por servicios para abonados, deberán brindar parte de su programación acompañada de sistemas de subtulado, lengua de señas o audiodescripción, en especial los contenidos de interés general como informativos, educativos, culturales y acontecimientos relevantes.

El Poder Ejecutivo, asesorado por el Consejo de Comunicación Audiovisual, fijará la aplicación progresiva y los mínimos de calidad y cobertura exigibles para el cumplimiento de estas obligaciones.

ARTÍCULO 37. (Estímulo a la accesibilidad audiovisual).- El Poder Ejecutivo facilitará y promoverá el desarrollo de tecnologías apropiadas, la producción de contenidos nacionales, la formación de profesionales y la investigación en accesibilidad audiovisual para apoyar el cumplimiento de estas obligaciones y asegurar el efectivo ejercicio de los derechos de las personas con discapacidad auditiva y visual.

CAPÍTULO IV

DERECHO AL ACCESO A EVENTOS DE INTERÉS GENERAL

ARTÍCULO 38. (Derecho al acceso a eventos de interés general).- El derecho a la información incluye el derecho del público a acceder a la recepción a través de un servicio de radiodifusión de televisión en abierto, en directo, en simultáneo y de manera gratuita, de determinados eventos de interés general para la sociedad.

ARTÍCULO 39. (Eventos de interés general).- En caso de emitirse por televisión los eventos que involucren actividades oficiales de las selecciones nacionales de fútbol y de básquetbol en instancias definitivas de torneos internacionales y en instancias clasificatorias para los mismos, deberán ser emitidos a través de un servicio de radiodifusión de televisión en abierto y en directo y simultáneo.

Para estos eventos quedará limitado el ejercicio de derechos exclusivos en aquellas localidades del territorio nacional donde no se cumpla esta condición. En estos casos, y cuando no exista ningún otro prestador interesado en la emisión, el Sistema Público de Radio y Televisión Nacional deberá hacerse cargo de garantizar el derecho establecido en el artículo precedente, siempre que sea técnicamente posible y en la modalidad de retransmisión.

El Poder Ejecutivo excepcionalmente podrá, mediante resolución fundada y previo informe del Consejo de Comunicación Audiovisual, incluir eventos adicionales en esta modalidad.

ARTÍCULO 40. (Condiciones de la emisión o retransmisión de eventos de interés general).- En el caso de que ningún titular de servicios de radiodifusión de televisión abierta estuviera interesado en adquirir los derechos de emisión o retransmisión, el titular de los derechos deberá autorizar al Sistema Público de Radio y Televisión Nacional la retransmisión del evento en forma gratuita. Esta retransmisión deberá realizarse en forma ininterrumpida, incluyendo los mensajes publicitarios incorporados en la señal entregada por el titular de los derechos.

Si el organizador del evento no estuviese establecido en Uruguay, la obligación de acceso recaerá sobre el titular de los derechos exclusivos que asuma la retransmisión en directo.

CAPÍTULO V

DERECHOS DE LOS PERIODISTAS

ARTÍCULO 41. (Actividad de los periodistas y trabajadores de los servicios de comunicación audiovisual).- La actividad de los periodistas y trabajadores de los servicios de comunicación audiovisual será promovida y ejercida con los derechos, responsabilidades y garantías establecidos por la Constitución de la República y las leyes, en particular por lo dispuesto en la Ley N° 16.099, de 3 de noviembre de 1989, y en la Ley N° 18.515, de 26 de junio de 2009, en lo que le sean aplicables.

ARTÍCULO 42. (Objeción de conciencia de los periodistas).- Los periodistas tendrán derecho, en el ejercicio de su profesión, a negarse a acompañar con su imagen, voz o nombre contenidos de su autoría que hayan sido sustancialmente modificados sin su consentimiento.

CAPÍTULO VI

PROCEDIMIENTO PARA HACER EXIGIBLES LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS EN LA COMUNICACIÓN

ARTÍCULO 43. (Acción de protección de los derechos en la comunicación).- Cualquier persona física o jurídica podrá entablar una acción judicial con el objeto de establecer la pertinencia de la aplicación de sanciones y la determinación de su cuantía, por la violación de los derechos de las personas establecidos en los artículos 28, 31, 32, 33 y 34 de la presente ley.

El Consejo de Comunicación Audiovisual deberá deducirla toda vez que se configuren las hipótesis mencionadas en el artículo siguiente.

Los servicios de comunicación audiovisual regulados por esta ley podrán, asimismo, entablar la acción judicial con el objeto de establecer si una información, expresión o pieza comunicacional difundida viola los derechos de las personas establecidos en los artículos 28, 31, 32, 33 y 34 de la presente ley.

ARTÍCULO 44. (Procedencia, competencia y término para el accionamiento).- La acción de protección de los derechos en la comunicación procederá contra toda difusión de información, expresión o pieza comunicacional efectuada por los servicios de comunicación audiovisual alcanzados por la presente ley, en violación de los derechos de las personas establecidos en los artículos 28, 31, 32, 33 y 34 de esta ley; en cuyo caso, se solicitará al Juez que establezca si se produjo la efectiva violación de los derechos tutelados y aplique, en consecuencia, las sanciones establecidas en el Título X de la presente ley.

Serán competentes los Jueces Letrados de Primera Instancia en lo Civil en la Capital, y los Jueces Letrados de Primera Instancia en el resto del país.

La interposición de esta acción no impide el ejercicio de las acciones penales y civiles emergentes, ni constituye condición para el ejercicio de estas.

En todos los casos, la demanda deberá ser interpuesta dentro de los ciento ochenta días a partir de la fecha en que se produjo la difusión caracterizada en el primer inciso del presente artículo. No le correrá el término al titular del derecho presuntamente violado, si estuviere impedido por justa causa.

ARTÍCULO 45. (Aspectos procesales).- En lo que no esté previsto expresamente serán aplicables supletoriamente las disposiciones del procedimiento extraordinario (artículos 346 y siguientes del Código General del Proceso).

ARTÍCULO 46. (Inicio del procedimiento).- La demanda se presentará con las formalidades prescriptas por el artículo 117 del Código General del Proceso. Deberá estar acompañada de una copia o grabación de la emisión que la haya originado, o la individualización de quien pudiere proporcionarla o, en su defecto, indicación del servicio de comunicación audiovisual que la haya emitido, el día y hora de la difusión, si fuere posible. También se indicarán los restantes medios de prueba a utilizar.

La prueba documental se acompañará necesariamente con la demanda.

El Juez podrá solicitar opinión al Consejo de Comunicación Audiovisual.

Salvo que la acción fuera manifiestamente improcedente, en cuyo caso el Juez la rechazará sin sustanciarla, se les dará traslado a los titulares de la licencia, autorización o registro del servicio de comunicación audiovisual por el término de quince días hábiles, improrrogables y perentorios.

ARTÍCULO 47. (Contenido de la audiencia).- Contestada la demanda, o vencido el término para hacerlo, el Juez dispondrá en forma inmediata el diligenciamiento de la prueba solicitada por las partes y que no pueda ser recibida en audiencia, de modo tal que a la fecha de aquella, esa prueba se halle diligenciada.

En el mismo decreto convocará a una única audiencia en el plazo de siete días hábiles que se regirá por lo establecido en el artículo 346 del Código General del Proceso.

El Juez podrá dictar sentencia definitiva en la audiencia única o fuera de audiencia y dentro de los tres días siguientes. En este último caso, en la misma audiencia fijará fecha para su pronunciamiento.

La sentencia se notificará electrónicamente el mismo día de dictada. En aquellos casos en los que no se haya implementado la comunicación

electrónica, la sentencia definitiva se notificará en los domicilios constituidos en autos a tales efectos.

ARTÍCULO 48. (Contenido de la sentencia).- La sentencia definitiva deberá:

- A) Establecer si acoge o desestima la acción instaurada.
- B) En caso de corresponder, establecer las sanciones que deberá cumplir el servicio de comunicación audiovisual demandado, de acuerdo a lo establecido en el Título X de la presente ley.
- C) En caso de aplicarse la sanción de multa, el monto de esta y la obligación de abonarla al Consejo de Comunicación Audiovisual.

ARTÍCULO 49. (Adopción de medidas provisionales).- Si de la demanda, o en cualquier otro momento del proceso resultare, a juicio del Juez, la necesidad de su inmediata actuación, este dispondrá, con carácter provisional, las medidas que correspondieren en amparo del derecho presuntamente violado.

ARTÍCULO 50. (Recurso de apelación).- En el proceso de Protección de los Derechos en la Comunicación solo serán apelables la sentencia definitiva y la que rechaza la acción por ser manifiestamente improcedente.

El recurso de apelación deberá interponerse en escrito fundado, dentro del plazo perentorio de tres días. El Juez elevará sin más trámite los autos al superior cuando hubiere desestimado la acción por improcedencia manifiesta y lo sustanciará con un traslado a la contraparte, por tres días perentorios, cuando la sentencia apelada fuese la definitiva.

La interposición del recurso no suspenderá las medidas decretadas, las cuales serán cumplidas inmediatamente después de notificada la sentencia, sin necesidad de tener que esperar el transcurso del plazo para su impugnación.

TÍTULO V DIVERSIDAD Y PLURALISMO

CAPÍTULO I GARANTÍAS Y PROMOCIÓN DE LA DIVERSIDAD Y EL PLURALISMO

ARTÍCULO 51. (Monopolios y oligopolios).- Los monopolios u oligopolios en la titularidad y control de los servicios de comunicación audiovisual conspiran contra la democracia al restringir el pluralismo y diversidad que asegura el pleno ejercicio del derecho a la información de las personas. Es deber del Estado instrumentar medidas adecuadas para impedir o limitar la existencia y formación de monopolios y oligopolios en los servicios de comunicación audiovisual, así como establecer mecanismos para su control.

ARTÍCULO 52. (Registro de Servicios de Comunicación Audiovisual).- Créase el Registro de Servicios de Comunicación Audiovisual con el objeto de asegurar transparencia en la titularidad de los servicios de comunicación audiovisual y en el que se incluirá información de los titulares que tengan autorización, licencia o registro para prestar dichos servicios, con las características que oportunamente fijará el Consejo de Comunicación Audiovisual.

El Registro será público, se mantendrá actualizado permanentemente y estará disponible a la población por medios electrónicos con carácter gratuito.

Se incluirán en el Registro:

- A) Los titulares de autorizaciones y licencias para operar en Uruguay de los distintos tipos de servicios de comunicación audiovisual.
- B) Los titulares de señales de radio o televisión establecidas en Uruguay.

- C) Los representantes nacionales de los titulares de servicios de comunicación audiovisual no establecidos en Uruguay, que se difundan o distribuyan a través de un servicio de comunicaciones electrónicas bajo jurisdicción uruguaya y que comercialicen sus servicios o vendan publicidad en territorio nacional.
- D) Los representantes nacionales de los titulares de señales de radio o televisión no establecidos en Uruguay cuya difusión o distribución se realice por un servicio de comunicación audiovisual establecido en Uruguay.

ARTÍCULO 53. (Limitaciones a la titularidad de servicios de radio y televisión abierta).- Una persona física o jurídica privada no puede ser beneficiada con la titularidad, total o parcial, de más de tres autorizaciones para prestar servicios de radiodifusión abierta de radio o televisión, ni más de dos para prestar servicios de radiodifusión abierta en la misma banda de frecuencias –amplitud modulada (AM), frecuencia modulada (FM), televisión–, en todo el territorio nacional.

Se entiende que una persona física o jurídica privada es titular parcialmente de una autorización para prestar servicios de radiodifusión abierta cuando no es el único titular de ella, sino que la comparte con otra u otras personas físicas o jurídicas, a título personal o en forma societaria, o es dueño de acciones o cuotas de una sociedad titular de una autorización de radiodifusión o integra un grupo económico que tiene personas o empresas que son titulares de dichas autorizaciones.

Asimismo, se considerará que una persona física o jurídica privada es titular, total o parcialmente, de la autorización para prestar servicios de radiodifusión abierta cuando realice actos relativos a dicha titularidad a través de interpuesta persona.

Las nuevas autorizaciones para servicios de radiodifusión de radio abierta en la banda de FM y de televisión abierta de los sectores comercial y comunitario tendrán alcance, a lo sumo, departamental. Para el caso del departamento de Montevideo se considerará el área metropolitana según la define el Instituto Nacional de Estadística. La Unidad Reguladora de Servicios de Comunicaciones (Ursec) velará en su identificación de canales radioeléctricos y parámetros de transmisión por el cumplimiento de este inciso dentro de las posibilidades que brinde la tecnología.

ARTÍCULO 54. (Limitaciones a la titularidad de servicios de televisión para abonados).- Una persona física o jurídica privada no puede ser beneficiada con la titularidad total o parcial de más de seis autorizaciones o licencias para prestar servicios de televisión para abonados en el territorio nacional ni más de una autorización o licencia para un mismo o similar ámbito de cobertura local. El número de seis autorizaciones o licencias será reducido a tres en el caso de que una de las autorizaciones o licencias incluya el departamento de Montevideo.

Se entiende que una persona física o jurídica privada es titular parcial de una autorización o licencia para prestar servicios de televisión para abonados cuando no es el único titular de ella, sino que la comparte con otra u otras personas físicas o jurídicas, a título personal o en forma societaria, o es dueño de acciones de una sociedad titular de una autorización o licencia de televisión o integra un grupo económico que tiene personas físicas o jurídicas que son titulares de dichas autorizaciones o licencias.

Asimismo, se considerará que una persona física o jurídica privada es titular, total o parcialmente, de una autorización o licencia para prestar servicios de televisión para abonados cuando realice actos relativos a dicha titularidad a través de interpuesta persona.

ARTÍCULO 55. (Limitaciones a la cantidad de suscriptores de servicios de televisión para abonados).- El total de suscriptores de las empresas de televisión para abonados autorizadas en todo el territorio nacional no podrá superar el 25% (veinticinco por ciento) del total de hogares con televisión para abonados de todo el país.

El total de suscriptores de las empresas de televisión para abonados autorizadas en todo el territorio nacional no podrá superar el 35% (treinta y cinco por ciento) del total de hogares con televisión para abonados de cada territorio donde existan otras autorizaciones o licencias de menor alcance.

En ambos casos el total de hogares con televisión para abonados se determinará conforme a los datos del último censo de población del Instituto Nacional de Estadística.

ARTÍCULO 56. (Incompatibilidades para la prestación de servicios de comunicación audiovisual). Las personas físicas o jurídicas que presten servicios de comunicación audiovisual regulados por la presente ley no podrán, a su vez, prestar servicios de telecomunicaciones de telefonía o de transmisión de datos. Esta incompatibilidad alcanza a las personas, físicas o jurídicas, integrantes de las personas jurídicas involucradas.

Lo establecido en el inciso precedente es sin perjuicio de los acuerdos de comercialización que se puedan celebrar, ofrecidos en igualdad de condiciones a todos los interesados.

Ninguna persona física o jurídica podrá ser titular, total o parcial, simultáneamente, de una licencia para prestar servicios de televisión para abonados satelital de alcance nacional y de autorizaciones para prestar servicios de radiodifusión abierta, así como tampoco de otras licencias para prestar servicios de televisión para abonados.

ARTÍCULO 57. (Control del régimen de incompatibilidades).- El Consejo de Comunicación Audiovisual podrá recomendar la adopción de medidas por parte

del Poder Ejecutivo, que tengan como objetivo garantizar el cumplimiento de las limitaciones establecidas en el presente Capítulo.

Las personas físicas y jurídicas que se propongan ejecutar un acto o negocio que pudiere resultar contrario a lo dispuesto en el régimen de limitaciones a la titularidad de autorizaciones y licencias podrán formular la correspondiente consulta al Consejo de Comunicación Audiovisual acerca de la compatibilidad con lo establecido en la presente ley. La consulta deberá incluir todos los datos necesarios para apreciar la naturaleza y los efectos de la actuación y en particular, los datos identificativos de las partes que intervienen.

El Consejo de Comunicación Audiovisual emitirá un informe en el plazo de sesenta días desde la entrada en su registro de la consulta. Dicho informe habrá de versar acerca de la adecuación o no del acto o actuación a lo dispuesto en esta ley, podrá aconsejar aquellas modificaciones o fijar aquellas condiciones que sean precisas para que el acto o la actuación satisfagan dicha adecuación.

Sin perjuicio de la sanción que, en su caso, pueda imponerse, los actos o contratos ejecutados en contra de lo dispuesto en el presente Capítulo serán absolutamente nulos.

Cuando, como consecuencia de circunstancias sobrevenidas derivadas de operaciones de concentración empresarial, sucesión en caso de fallecimiento u otras formas análogas de transferencia, se incumpliere lo dispuesto en las previsiones de la ley en materia de requisitos, limitaciones, incompatibilidades y condiciones de titularidad o registros, el titular o adquirente dispondrá de un plazo de doce meses para adecuarse a las disposiciones de la presente norma.

Durante este plazo, las personas físicas y jurídicas en las que concurra la circunstancia indicada en el inciso anterior no podrán ejercer los derechos correspondientes a las acciones que hayan adquirido y aquellas y las

sociedades en las que participe, quedarán inhabilitadas para participar en concursos para el otorgamiento de autorizaciones, licencias o registros para la prestación de servicios de comunicación audiovisual previstos en la presente ley. Lo establecido en este inciso y en el anterior, se entiende sin perjuicio de la aplicación de la normativa en materia de defensa de la competencia, en todo aquello en lo que no resulte contrario a lo dispuesto en la presente ley.

ARTÍCULO 58. (Límites para la concentración de radiodifusión comunitaria).- Los límites a la concentración para el caso de servicios de radiodifusión comunitarios son los establecidos en la Ley N° 18.232, de 22 de diciembre de 2007.

ARTÍCULO 59. (Retransmisión de señales de radio o televisión).- Todo servicio de radiodifusión de radio o televisión privado que retransmita en forma reiterada o permanente los programas originados por otras señales de radio o televisión respectivamente, deberá solicitar la autorización del Consejo de Comunicación Audiovisual.

Los servicios de radiodifusión de radio o televisión privados no podrán exceder el 70% (setenta por ciento) de su tiempo de emisión diario en la retransmisión de otra señal de radio o televisión respectivamente. El Poder Ejecutivo podrá autorizar excepcionalmente un porcentaje de tiempo de retransmisión diario mayor en base a informe fundado del Consejo de Comunicación Audiovisual a, como máximo, dos servicios de comunicación audiovisual por cada señal original.

CAPÍTULO II

PROMOCIÓN DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL NACIONAL

ARTÍCULO 60. (Promoción de la producción nacional de televisión).- Los servicios de televisión abierta, los servicios de televisión para abonados en sus