

*Honorable Cámara de Diputados
Provincia de Buenos Aires*

El Senado y la Cámara de Diputados de la Provincia de Buenos Aires sancionan con fuerza de Ley:

Promoción de Industrias Audiovisuales en la Provincia de Buenos Aires

CAPITULO I

DEFINICIONES

Art.1º.- La presente ley tiene por objeto promover el desarrollo de la industria audiovisual en la Provincia de Buenos Aires.

Art.2º.- Declárese de interés provincial el establecimiento de industrias de producción audiovisual y toda aquella actividad que se realice en el territorio de la provincia y que contribuya a la promoción y difusión de la actividad audiovisual.

Art.3º.- Se considerara que la actividad audiovisual comprende las siguientes formas:

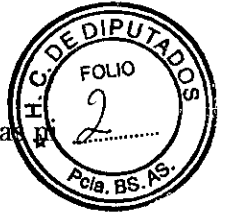
- a) Producciones cinematográficas de corto, medio y largometraje, producciones documentales, contenidos publicitarios, animaciones y producciones televisivas.
- b) La prestación de servicios de soporte, registro, grabación, asistencia y todos aquellos que estén directamente relacionados al montaje de una producción audiovisual.
- c) La edición y posproducción resultante de una filmación y/o animación.

CAPITULO II

BENEFICIARIOS

Art.4º.- Podrán ser beneficiarios del presente régimen las personas físicas o jurídicas (con o sin fines de lucro) que cumplan las siguientes condiciones:

- a) Estén radicadas en la provincia de Buenos Aires.



- b) No estén condenadas por delitos dolosos contra la administración pública, ni ellas ni sus directivos en el caso de las personas jurídicas.
- c) No tengan deuda exigible o juicios en contra de la Provincia de Buenos Aires.
- d) No haber incurrido previamente en incumplimiento injustificado de sus obligaciones respecto del presente régimen de fomento.

Art. 5°.- En caso de incumplimiento por parte de los beneficiarios de alguna de las obligaciones contraídas al momento de acogerse al siguiente programa de beneficios, la autoridad de aplicación y/o el organismo que ésta haya consignado a los fines de implementar parte de la presente política pública, podrá suspender o disponer la caducidad de los beneficios previamente consignados al beneficiario.

CAPITULO III

POLOS DE PROMOCION AUDIOVISUAL

Art.6°.- Promuévase la creación de Polos de Promoción Audiovisual en la Provincia de Buenos Aires.

CAPITULO IV

REGISTRO DE EMPRESAS AUDIOVISUALES

Art.7°.- Créese en el marco de la autoridad de aplicación el Registro de Empresas Audiovisuales y afines, donde podrán inscribirse aquellas empresas candidatas a acceder al presente régimen luego de comprobar el cumplimiento de las condiciones previstas en el artículo 4.

CAPITULO V

FONDO DE PROMOCION DE LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL

Art.8°.- Créase el Fondo de Promoción de la Industria Audiovisual, que será administrado por la Autoridad de Aplicación designada por la reglamentación, el cual contará con los recursos que se detallan a continuación:

- a) Fondos asignados mediante la ley de presupuesto;
- b) Importes provenientes del pago de intereses, recargos y multas aplicadas conforme a los estipulados por la presente ley;
- c) Recursos no utilizados provenientes de ejercicios anteriores del propio Fondo de Promoción Audiovisual;
- d) Donaciones y legados;
- e) Todo otro ingreso no provisto por los incisos anteriores que derive de la aplicación de la presente Ley;

Art.9°.- El Fondo creado en el artículo precedente, será utilizado para los siguientes fines:



- a) Otorgamiento de subsidios a producciones audiovisuales que por su contenido sean declaradas de interés educativo o cultural por la autoridad de aplicación;
- b) Fomento de festivales relacionados a la promoción audiovisual que se realicen en el territorio provincial;
- c) Financiamiento de una línea de créditos a través del Banco de la Provincia de Buenos Aires, destinados a adquisición de capital o producción de contenidos claramente vinculados a la actividad principal;
- d) Fomento de la participación de producciones locales en festivales nacionales e internacionales;
- e) Realización de actividades publicitarias tendientes a promocionar la industria, el comercio y la reproducción de producciones realizadas en La Provincia;
- f) Distribución de copias de producciones realizadas en el territorio provincial, que por su contenido educativo o cultural, sean de interés para instituciones educativas, filmotecas, bibliotecas populares y cualquier otra institución tanto pública como privada que por sus características pudiese promover dicha producción.

CAPITULO VI

BENEFICIOS


Art. 8°.- Todas los inscriptos en el REGISTRO DE EMPRESAS AUDIOVISUALES podrán ser destinatarios de las acciones de promoción del FONDO DE PROMOCION DE LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL.

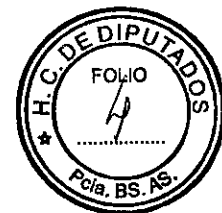
Art.9°.- Aquellas personas físicas o jurídicas que se encuentren inscriptas dentro del Registro de Empresas Audiovisuales y afines, y que estén radicadas en los Polos de producción audiovisual establecidos según el artículo 6, gozaran de:

- a) Exención en el pago del impuesto a los ingresos brutos.
- b) Exención en el pago de impuestos a la propiedad inmobiliaria para las propiedades dentro de los polos definidos en el artículo 6.
- c) Los actos onerosos estarán exentos del pago del Impuesto de Sellos.

Art. 10°.- Los beneficios mencionados en el artículo 9° serán efectivos por un plazo de 15 años a partir de la entrada en vigencia de la presente ley, las empresas audiovisuales podrán gestionar extensiones del beneficio ante la autoridad de aplicación quien podrá otorgarla por plazos no mayores a los 5 años.

Art.11°.- De forma. Comuníquese al Poder Ejecutivo.-


GRACIELA ROMANELLI
Diputada
Bloque Nuevo Encuentro
H.C. Diputados Pcia. de Bs. As.



Fundamentos:

En el contexto de la aplicación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, promulgada en octubre de 2009 venimos asistiendo a un florecer de la Industria Audiovisual que en estos años ha generado más de 100.000 puestos de trabajo en todo el país. Han florecido gran cantidad de productoras audiovisuales comunitarias, la mayoría de ellas como expresión directa y voz de sus comunidades.

El cine y el video comunitarios expresan la necesidad que tienen diversos sectores populares de comunicarse en un lenguaje propio sin intermediarios.

Se trata de un sector habitualmente invisibilizado que, no obstante, representa una propuesta cualitativamente diferente a las comerciales, al promover la cultura y la educación popular. Se estima que en Latinoamérica más de 120.000 organizaciones sociales desarrollan este tipo de experiencias, dándole así visibilidad a sus problemáticas sociales y reafirmando la identidad de sus comunidades.

Algunas experiencias en la Región:

Existen en Latinoamérica distintos grupos y organizaciones que se animaron y siguen construyendo la producción audiovisual popular y comunitaria.

Desde hace 15 años, Wayruro Comunicación Popular, con sede en Jujuy, viene trabajando junto con los sectores populares del noroeste argentino en la producción, fomento y capacitación audiovisual. Durante estos años, más de un centenar de organizaciones sociales se apropiaron de los conocimientos y fueron registradas por las cámaras de Wayruro.

La explosión de medios comunitarios en Venezuela muestra un nuevo momento de la disputa de los pueblos en el plano del sentido. Actualmente allí existen más de 50 televisoras comunitarias.

Una de las más importantes es Catia TV, que tiene el provocador eslogan: "No vea televisión, hágala". En abril de 2002, Catia TV jugó un papel fundamental durante la restitución del poder al presidente Hugo Chávez, luego del frustrado golpe de Estado por parte de la oposición y los medios de comunicación hegemónicos.

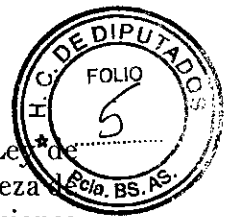
Las organizaciones sociales y barriales, los pueblos originarios, las cooperativas, las universidades, las asociaciones de la sociedad civil tienen la posibilidad y el desafío de cambiar el mapa de la comunicación y de la producción audiovisual de nuestro país.

La producción de cine y video comunitario es un fenómeno que surge en el contexto de la democratización político-cultural que vivió América Latina en los años ochenta y de la introducción de importantes cambios tecnológicos en las formas socio-productivas y de la comunicación.

Estos avances favorecen nuevos desarrollos en el campo de la producción audiovisual, posibilitando una ampliación de la participación social en el conocimiento y la comunicación. Por otra parte, el proceso de democratización política encarado a nivel latinoamericano en esos años impulsó a sectores de la sociedad para que asumieran funciones vinculadas a derechos culturales y sociales (educación popular, comunicación, etc.).

Esta situación se profundizó durante la etapa neoliberal, cuando la sociedad debió asumir una mayor cantidad de funciones que el Estado dejaba abandonadas. Una tercera etapa para las producciones audiovisuales comunitarias tuvo lugar con el cambio de siglo en buena parte de Latinoamérica, ya que el contexto político provocó un mayor protagonismo de los sectores populares. Esas experiencias son desarrolladas por pueblos originarios, organizaciones populares y asociaciones barriales, entre otros. En el caso argentino, ya desde finales del siglo XX se comienza a desplegar esta línea de trabajo, aunque es con posterioridad a la crisis de 2001 cuando se nota cierto auge.

En este marco, un hecho fundamental es la sanción, en 2009, de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (26.522). Esta ley marca un cambio de paradigma al reconfigurar la relación entre el Estado y las organizaciones sin fines de lucro, y esto se manifiesta en el derecho a la comunicación que el Estado les reconoce con un significativo grado de amplitud. Considerando que el espíritu de la Ley apunta a que haya no solo "más voces" sino también diversidad de voces, los actores comunitarios constituyen actores



estratégicos en un eventual modelo comunicacional alternativo a la del Decreto-Ley de Radiodifusión de la dictadura cívico-militar. Por su anclaje territorial y por la naturaleza de sus producciones, así como por sus propuestas estéticas y temáticas, estas organizaciones aportan una nueva forma de entender lo comunicacional.

Estas organizaciones no conciben a la producción audiovisual como mera mercancía, sino que mantienen una perspectiva militante con relación a los valores solidarios y comunitarios de la comunicación social.

Las producciones audiovisuales que realizan las organizaciones abordan diferentes temáticas, estrechamente relacionadas con los objetivos que persiguen y el público específico al que se orientan. Un conjunto de ellas trata de reflejar historias, vivencias y problemáticas que atraviesan, sobre todo, a los jóvenes de los sectores populares.

Más allá de los públicos destinatarios específicos, algunas de estas organizaciones exhiben sus producciones en muestras, festivales, universidades y otros espacios similares. Por otro lado, existen organizaciones que se orientan a temáticas como los derechos humanos, la salud o la discapacidad.

En todas esas experiencias resulta significativa la activa participación de los miembros de la comunidad en las temáticas por abordar y cubriendo distintos roles como técnicos, actores, guionistas, etcétera. Incluso, en algunos casos la participación no sólo les permite capacitarse, sino que las/os transforma también en capacitadores capaces de replicar la experiencia. Un efecto destacable en la circulación de los productos audiovisuales contemporáneos es la creciente fragmentación de las audiencias, donde la producción local abre la posibilidad de un espacio para estas experiencias alternativas.

El proyecto que estamos presentando, además de proponerse cumplir un rol fundamental como mecanismo de inclusión social tiene por objetivo contribuir a crear fuentes de trabajo en los territorios donde se instalen las industrias audiovisuales. Por todo lo expuesto solicitamos a nuestros pares el pronto tratamiento y aprobación del presente proyecto de Ley, que ha sido elaborado con la colaboración de Aníbal Hnatiuk.

GRACIELA ROMANELLI
Diputada
Bloque Nuevo Encuentro
H.C. Diputados Pcia. de Bs. As.