

## SESIONES ORDINARIAS

2010

## ORDEN DEL DÍA N° 359

## COMISIÓN DE DISCAPACIDAD

Impreso el día 31 de mayo de 2010

Término del artículo 113: 9 de junio de 2010

SUMARIO: **Medidas** que garanticen una información accesible para el ejercicio del derecho del consumidor, tanto para personas videntes como no videntes. Inclusión de las mismas en la agenda del Parlamento del Mercosur. **Comelli**. (5.081-D.-2007.)<sup>1</sup>

**Dictamen de comisión**

*Honorable Cámara:*

La Comisión de Discapacidad ha considerado el proyecto de resolución de la señora diputada Comelli por el que se solicita al Poder Ejecutivo disponga las gestiones necesarias para incluir en la agenda del Parlamento del Mercosur las medidas que garanticen una información accesible para el ejercicio del derecho del consumidor tanto para personas videntes como no videntes; y, por las razones expuestas en el informe que se acompaña y las que dará el miembro informante, aconseja la aprobación del siguiente

**Proyecto de declaración**

*La Cámara de Diputados de la Nación*

DECLARA:

Solicitar al Poder Ejecutivo que, a través del representante de nuestro país en el Mercosur, incluya en la agenda del Parlamento del Mercosur:

– Medidas a nivel regional con el fin de garantizar una información accesible para el ejercicio del derecho del consumidor en atención de las directrices para la Protección del Consumidor de las Naciones Unidas (resolución ONU 39/248), tanto para personas videntes como no videntes.

– Que se incorporen en la resolución 1/05 del grupo Mercosur las exigencias mínimas de tamaño de caracteres de escritura, sobrerrelieve y/o simbología braille, de las informaciones de rotulación que más abajo se enuncian, y que permitan hacer efectivo lo estipulado en el artículo 2° de la resolución de referencia.

– Establecer exigencias mínimas sobre caracteres físicos de rotulación en bienes y productos medicinales, alimentos, medicamentos, productos domisanitarios y cosméticos que se comercialicen en el ámbito del bloque regional, en las que se establezca con claridad el producto de venta, fecha de elaboración y vencimiento, razón social o responsable de la marca en el país de venta.

– Que la información sobre productos peligrosos o que pudieran poner en riesgo la salud lleve la simbología internacional de peligro en letras de color rojo para su fácil identificación, como estipulan las Directrices para la Protección del Consumidor de las Naciones Unidas.

Sala de la comisión, 12 de mayo de 2010.

*María L. Storani. – Héctor H. Piemonte.*

*– María J. Areta. – Ivana M. Bianchi.*

*– Hugo Castañón. – Oscar R. Currilén.*

*– Paulina E. Fiol. – Susana R. García.*

*– Eduardo M. Ibarra. – Susana del V.*

*Mazzarella. – Pedro O. Molas. – Antonio*

*A. Morante. – Julia A. Perié. – Claudia*

*M. Rucci.*

## INFORME

*Honorable Cámara:*

La Comisión de Discapacidad, en la consideración del proyecto de resolución de la señora diputada Comelli, por el que se solicita al Poder Ejecutivo disponga las gestiones necesarias para incluir en la agenda del Parlamento del Mercosur las medidas que garanticen una información accesible para el ejercicio del derecho del consumidor tanto para personas videntes como no videntes, ha aceptado que los fundamentos que lo sustentan expresan el motivo del mismo y acuerda que resulta innecesario agregar otros conceptos a los expuestos en ellos.

<sup>1</sup> Reproducido.

## FUNDAMENTOS

Señor presidente:

La eliminación de barreras que no sólo obstaculicen a personas con discapacidad como los no videntes, amblíopes, etcétera, sino también a quienes siendo videntes posean disminuida su visión, como por ejemplo la tercera edad, y a todo habitante está amparado por el derecho del consumidor a hacer efectivo su ejercicio mediante su derecho a ver, y con ello ejercer su derecho de libertad de elección sobre las posibilidades de opción de un intercambio de compra y consumo.

En el marco del esfuerzo desplegado bajo ese lema deben adoptarse las medidas necesarias para alcanzar el objetivo de eliminar todos los obstáculos que impidan el libre ejercicio de la elección del consumidor.

Una publicidad engañosa entendida como cualquier modalidad de información, difusión o comunicación de carácter publicitario que sea entera o parcialmente falsa, o que de cualquier otro modo, inclusive por omisión de sus datos esenciales, sea capaz de inducir a error a los consumidores de cualquiera de los países, o cuando su tamaño, falta de especificidad o fácil identificación, impidan tener los elementos necesarios para decidir una relación de consumo, implica que nos encontramos ante una directa violación simulada al derecho de consumidores que nos corresponde.

Siendo que la rotulación es toda inscripción, leyenda, imagen o toda materia descriptiva o gráfica que se haya escrito, impreso, marcado, marcado en relieve o huecograbado o adherido al envase del alimento, que proporciona información sobre las características particulares del alimento, como ser fecha de duración, contenido neto, forma de preparación, instrucciones de uso, propiedades nutricionales, etcétera, esta información es importante al realizar una compra, ya que le permite al consumidor elegir, de acuerdo con su criterio, aquellos alimentos que no sólo mejor se ajusten a sus necesidades sino que además no sólo hagan a su resguardo, a la integridad física y a su salud.

Que, en consecuencia, para hacer efectivo tal derecho, resulta imprescindible que algunas de dichas informaciones que hacen a la identificación de bien para consumo, que hacen al resguardo de la salud o integridad física, y las que hacen a establecer la responsabilidad del productor del mismo, deben ser tenidas en cuenta no sólo como imprescindibles, ya que además deberá exigírseles un mínimo de fácil identificación que permita el ejercicio libre del consumidor a su derecho a opción de compra, por lo que es necesario que estén al mayor alcance de todos los consumidores.

Atento a esto es que se exige que los elementos de información tales como: *a)* producto de venta, *b)* fecha de elaboración y vencimiento y *c)* razón social o responsable de la marca sean escritos con un tamaño de carácter de más de 3 milímetros, en simbología braille, en sobrerrelieve, a los efectos de lograr el libre ejercicio del derecho de elección y opción de compra que posee el consumidor, mediante el libre acceso a dicha información.

Resulta más que obvio que en lo que hoy se exige por leyes, decretos, tratados del Mercosur y cuanta legislación en materia de rotulación de productos existe hay un verdadero vacío legal en cuanto a que esta realidad no ha sido contemplada para el consumidor, sea éste vidente o no vidente, en la resolución 1/05 del Mercosur.

En el derecho al consumidor, los derechos tutelados por el conjunto de normas aplicables son el derecho a la salud, con el que debe conjugarse la libertad de contratar, y el derecho de propiedad.

En función de lo expresado, solicito a mis pares que me acompañen en la aprobación del presente proyecto.

*Alicia M. Comelli. – Hugo R. Acuña. – Guillermo E. Alchouron. – Paula M. Bertol. – Eusebia A. Jerez. – Julián M. Obiglio. – Federico Pinedo. – Pablo G. Tonelli.*

## ANTECEDENTE

## Proyecto de resolución

*La Cámara de Diputados de la Nación*

RESUELVE:

Solicitar al Poder Ejecutivo que a través del representante de nuestro país en el Mercosur, se incluya en la agenda del Parlamento del Mercosur:

– Que se tomen medidas a nivel regional para garantizar una información accesible para el ejercicio del derecho del consumidor en atención de las Directrices para la Protección del Consumidor de las Naciones Unidas (resolución ONU 39/248), tanto para personas videntes como no videntes.

– Que se incorporen en la resolución 1/05 del grupo Mercosur, las exigencias mínimas de tamaño de caracteres, la simbología braille, y el sobrerrelieve, de las informaciones de rotulación que más abajo se enuncian, y que permita hacer efectivo lo estipulado en el artículo 2º de la resolución de referencia.

– Establecer exigencias mínimas sobre caracteres físicos de rotulación en bienes y productos que se comercialicen en el ámbito del bloque regional, en las que se establezcan con claridad fecha de elaboración y vencimiento, razón social o responsable de la marca en el país de venta en sobrerrelieve y en simbología braille.

– Que la información sobre productos peligrosos o que pudieran poner en riesgo la salud, lleve la simbología internacional de peligro en letras de color rojo para su fácil identificación, como estipulan las Directrices para la Protección del Consumidor de las Naciones Unidas.

*Alicia M. Comelli. – Hugo R. Acuña. – Guillermo E. Alchouron. – Paula M. Bertol. – Eusebia A. Jerez. – Julián M. Obiglio. – Federico Pinedo. – Pablo G. Tonelli.*