



“2021 – Año de Homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein”

PROYECTO DE LEY

El Senado y la Cámara de Diputados
de la Nación Argentina, reunidos en Congreso...,
sancionan con fuerza de Ley:

PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD Y LA EQUIDAD DE GÉNERO EN LA PUBLICIDAD

ARTÍCULO 1º.- Objeto. La presente ley tiene por objeto promover la igualdad y la equidad de género en la publicidad.

ARTÍCULO 2º.- Definición. A los efectos de la presente ley, se considera como publicidad y aviso publicitario a toda forma de mensaje emitido a cambio de una remuneración o contraprestación similar, o bien con fines de autopromoción, por parte de una empresa pública o privada o de una persona humana en relación con una actividad comercial industrial, artesanal o profesional con objeto de promocionar el suministro de bienes o prestación de servicios, incluidos bienes, inmuebles, derechos y obligaciones.

ARTÍCULO 3º.- Contenidos discriminatorios. A los efectos de esta ley, se considera como contenidos discriminatorios, a aquellos que a través de patrones estereotipados, insultos, ridiculizaciones, humillaciones, descalificaciones, mensajes, valores, íconos o signos transmitan y/o reproduzcan dominación, desigualdad y/o discriminación en las relaciones sociales, en razón del género, la identidad de género, la expresión o la orientación sexual de la persona, o que busquen naturalizar o propiciar la subordinación de la mujer en la sociedad o que en virtud de ellos, incentiven el odio, la descalificación, la exclusión, la ridiculización o el rechazo de las personas.

ARTÍCULO 4º.- Sujetos comprendidos. Se encuentran comprendidos en la presente ley quienes produzcan, distribuyan, emitan publicidades o avisos publicitarios o quienes a través de éstos promocionen sus productos o servicios.



“2021 – Año de Homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein”

ARTÍCULO 5º.- Programas de promoción de la igualdad y la equidad de género. Los sujetos comprendidos en la presente ley, podrán implementar programas de promoción de la igualdad y la equidad de género con el objeto de establecer acciones, mecanismos y procedimientos internos que permitan prevenir, detectar y corregir contenidos contrarios al objeto de esta ley, así como establecer procedimientos ágiles y eficaces de control preventivo y de resolución extrajudicial de las controversias que pudieren generarse ante avisos publicitarios presuntamente contrarios a los parámetros de esta ley.

ARTÍCULO 6º.- Acciones. La autoridad de aplicación promoverá el desarrollo de acciones orientadas al cumplimiento del objeto de la presente ley, haciendo especial hincapié en campañas de concientización y educación, así como también en el diseño de herramientas que promuevan y estimulen el diseño de contenidos publicitarios que incentiven la igualdad y la equidad de género y el respeto por la diversidad sexual.

ARTÍCULO 7º.- Imágenes retocadas. Lenguaje. A los fines de la presente ley, toda imagen comercial que sea editada para modificar la silueta de las personas debe ir acompañada, en formato legible, del mensaje “Imagen retocada”; asimismo, deberá promoverse la utilización de lenguaje no sexista.

ARTÍCULO 8º.- Índice de Compromiso con la Igualdad y Equidad de Género en la publicidad. La autoridad de aplicación elaborará un instrumento de medición que releve el compromiso de los sujetos comprendidos en la presente ley con la realización de publicidades que promueven la igualdad y la equidad de género, considerando los indicadores que estime convenientes para medir y evaluar el aporte realizado. Este índice será de consulta pública y se encontrará disponible en el sitio web de la autoridad de aplicación.

ARTÍCULO 9º.- Certificado. Los sujetos comprendidos en la presente ley podrán obtener el certificado de “Compromiso con la igualdad y equidad de género en la publicidad” que servirá para acreditar que alcanzaron o superaron las pautas fijadas en el índice previsto en el artículo anterior. El certificado será emitido por la autoridad de aplicación, en los tiempos y plazos que ésta determine, pudiendo obtenerlo de acuerdo a distintas y progresivas categorías.



“2021 – Año de Homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein”

Podrá ser revocado antes del vencimiento por incumplimiento de las condiciones que lo fundamentaron, implicando la pérdida automática de los beneficios que se hubieren concedido.

ARTÍCULO 10.- Beneficios fiscales. La autoridad de aplicación podrá determinar que los sujetos que obtengan el certificado referido en el artículo anterior, podrán acceder, de acuerdo a las pautas y categorías que oportunamente determine, a los siguientes beneficios:

- a) prioridades en las contrataciones con el Estado Nacional, cuando exista igualdad de condiciones en la oferta;
- b) mejor y mayor posibilidad de acceso a líneas de crédito y financiación por parte del Estado Nacional o por entidades privadas que así lo dispongan;
- c) acciones que faciliten la promoción de los productos o servicios en eventos públicos del Estado Nacional.

ARTÍCULO 11.- Sanciones. Todo incumplimiento o infracción a la presente ley determinará la aplicación de las siguientes sanciones:

- a) el cese de los actos o conductas que favorezcan situaciones de violencia de género y, en su caso la remoción de sus efectos;
- b) multa pecuniaria hasta pesos cinco millones (\$5.000.000) que actualizará la autoridad de aplicación conforme el índice de precios al consumidor (IPC).
- c) prohibición de difundir avisos publicitarios de cualquier tipo, durante plazo determinado;
- d) inhabilitación para ejercer el comercio de seis (6) meses a tres (3) años;
- e) pérdida o suspensión de los beneficios estatales obtenidos;
- f) la reparación del daño causado y/o la realización de contenidos publicitarios o campañas en concordancia con el objetivo de la presente ley.



“2021 – Año de Homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein”

Las sanciones establecidas podrán imponerse en forma independiente o conjunta y no impedirán la concurrencia con otras sanciones que se encontraren previstas en otras leyes.

Asimismo, un mismo hecho podrá dar lugar a sanciones para cada uno de los sujetos intervinientes, sea que hayan participado en la producción, distribución, emisión u obtención de cualquier otro beneficio por la emisión de la publicidad en incumplimiento o infracción a la presente ley.

El importe de las multas será destinado al organismo nacional de mayor jerarquía en materia de géneros para el desarrollo de acciones compatibles con el objeto de la presente ley.

ARTÍCULO 12.- Graduación de las sanciones. En todos los casos, la sanción que se imponga, dentro de los límites indicados, se graduará teniendo en cuenta lo siguiente:

- a) la gravedad de la infracción cometida;
- b) la reincidencia en la comisión de infracciones;
- c) la repercusión social de las infracciones, teniendo en cuenta el impacto en el público y en las personas afectadas;
- d) el beneficio que haya reportado al infractor el hecho objeto de la infracción.

ARTÍCULO 13.- Responsabilidad solidaria. A los efectos de las sanciones previstas en el artículo 11, son solidariamente responsables -en las que correspondiere- todos los sujetos que hayan participado en la producción, distribución, emisión u obtención de cualquier otro beneficio por la emisión de publicidad en incumplimiento o infracción a la presente ley.

ARTÍCULO 14.- Protección judicial. La autoridad de aplicación, el organismo nacional de mayor jerarquía en materia de géneros, el Ministerio Público Fiscal, el Instituto Nacional contra la discriminación, la xenofobia y el racismo y las asociaciones legalmente constituidas que tengan por objeto la defensa de los derechos de la mujeres y comunidad LGBTIQ+ están legitimadas para promover acción de amparo ante el juez competente en su domicilio con el fin de solicitar la cesación y/o la rectificación de las publicidades y/o avisos publicitarios difundidos en violación al objeto establecido en la presente.



“2021 – Año de Homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein”

ARTÍCULO 15.- Autoridad de aplicación. El Poder Ejecutivo designará la autoridad de aplicación de la presente ley.

ARTÍCULO 16.- Comuníquese al Poder Ejecutivo.

Dip. Brenda Lis Austin

Dip. Claudia Najul

Dip. Lorena Matzen



“2021 – Año de Homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein”

FUNDAMENTOS

Señor Presidente:

El presente proyecto toma como antecedente al expediente N° 2220-D-2019 de mi autoría, que tuvo el acompañamiento de las diputadas Ana Carla Carrizo, Claudia Najul, Alejandra Martínez (MC), Lorena Matzen y Teresita Villavicencio (MC), y a la fecha ha perdido estado parlamentario.

Promover la igualdad y la equidad de género constituye para nuestro país un mandato convencional y constitucional que debemos cumplir. Los tratados de derechos humanos con jerarquía constitucional, los preceptos constitucionales (arts. 16, 20, 33, 41, 42, 75 inc. 19, 22, 23) y las leyes sancionadas en su consecuencia -en particular la ley de protección integral de la mujer-, están orientadas a la eliminación de la discriminación hacia las mujeres.

Para la Convención sobre la Eliminación de todas las formas de discriminación hacia la Mujer, la expresión “discriminación contra la mujer”; refiere a “toda distinción, exclusión o restricción, basada en el sexo que tenga por objeto o por resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio por la mujer, independientemente de su estado civil, sobre la base de la igualdad del hombre y la mujer, de los derechos humanos y las libertades fundamentales en las esferas política, económica, social, cultural y civil o en cualquier otra esfera”.

Asimismo, el art. 6 inc. f de la Ley de Protección Integral a las Mujeres (26.485) describe dentro de las modalidades de violencia a la violencia mediática y la define como “aquella publicación o difusión de mensajes e imágenes estereotipados a través de cualquier medio masivo de comunicación, que de manera directa o indirecta promueva la explotación de mujeres o sus imágenes, injurie, difame, discrimine, deshonre, humille o atente contra la dignidad de las mujeres, como así también la utilización de mujeres, adolescentes y niñas en mensajes e imágenes pornográficas, legitimando la desigualdad de trato o construya patrones socioculturales reproductores de la desigualdad o generadores de violencia contra las mujeres”.



“2021 – Año de Homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein”

La ley de actos discriminatorios (23.592) así como las numerosas declaraciones y convenciones universales y regionales de derechos humanos que refieren a la prohibición de la discriminación en razón del género, la identidad de género, la expresión o la orientación sexual de la persona, completan el marco que propicia el presente proyecto ley.

Convencidos de que los contenidos publicitarios constituyen un aspecto esencial de la comunicación y contribuyen a la construcción de estereotipos, categorías, mensajes y discursos, consideramos necesario promover una ley cuyo objeto central esté dirigido a promover la igualdad y la equidad de género en las publicidades.

En este sentido, el proyecto de ley propuesto aporta definiciones para contener los conceptos de “publicidad” (art. 2) y “contenidos discriminatorios” (art. 3), en concordancia con las normativas vigentes mencionadas y con la ley de servicios audiovisuales.

En el artículo 4, se hace mención a los sujetos alcanzados, señalando a todos aquellos que de distinta manera intervienen en el circuito publicitario, desde quienes lo producen hasta quienes se benefician con la venta de sus productos o servicios. Creemos que resulta necesario un ámbito de aplicación personal amplio, puesto que, de esta manera, los incentivos y mecanismos de control entre los propios agentes serán más eficaces, y obligarán a poner atención a todos aquellos que, de una u otra manera, intervienen en una campaña publicitaria.

En consonancia con esa idea, el artículo 5 establece que los sujetos comprendidos podrán impulsar “Programas de promoción de la igualdad y la equidad de género” dentro de sus propias compañías, empresas u organizaciones. El objetivo es que establezcan mecanismos de autoregulación y autocontrol, que les permitan detectar situaciones contrarias a la ley antes de ser publicitadas (como control preventivo), o bien, procedimientos eficaces para actuar y reparar los daños ya ocasionados (con mecanismos extrajudiciales de controversias). La autoridad de aplicación creará un indicador de cumplimiento de la ley (Índice de Compromiso con la Igualdad y Equidad de Género en la publicidad –art. 8-) y emitirá certificados a los sujetos que cumplan con los parámetros fijados -art. 9-. Finalmente, se establecen una serie de beneficios fiscales e impositivos, entre otros, para estimular a las empresas a obtener dicha certificación -art. 10-.



“2021 – Año de Homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein”

Además, la autoridad de aplicación tendrá entre sus funciones la de promover campañas de concientización y educación, y la de diseñar otros instrumentos que estimulen el uso de contenidos publicitarios acordes a la ley -art. 6-. La finalidad última del presente proyecto es transformar los patrones culturales en los que se asienta la discriminación hacia las mujeres, las distintas identidades de género y las orientaciones sexuales, y creemos que la educación constituye una vía eficaz para lograrlo.

En esa misma línea se inscribe la promoción del uso del lenguaje no sexista y la obligación de colocar la leyenda “imagen retocada”, cuando la figura que se utiliza haya sido alterada distorsionando la imagen real de la persona. Existen antecedentes normativos en Argentina (ley bonaerense 4827) y en el mundo (la “Self esteem Act” en los Estados Unidos, o las leyes de Israel en 2012 y de Francia en 2017) que dan cuenta de la aplicación de esta leyenda, cuyo objetivo es evitar la creación de estereotipos de belleza contrarios a la salud.

Como se ha señalado, el objetivo de la ley es promover contenidos publicitarios que promuevan la igualdad y la equidad de género; y la eliminación de la discriminación hacia la mujer y las distintas identidades de género y orientaciones sexuales. Este objetivo se engloba, como ya se señaló, en los tratados internacionales y en la propia Constitución Nacional, buscando contribuir a una sociedad libre de prejuicios, sin violencia de género y sin estereotipos nocivos que sustentan la discriminación hacia las personas.

En el mundo existen antecedentes normativos similares, por ejemplo, en el derecho europeo (a través de la Directiva actualmente denominada de Servicios de Comunicación Audiovisual 89/552/CEE), que establece la prohibición de la publicidad contraria a la dignidad de la persona y la publicidad discriminatoria (sexista, entre otras motivaciones vedadas). Asimismo, en 1994 la legislación española ha incorporado dicha directiva mediante ley (Ley 25/1994) a su marco jurídico, el cual ya incluía desde 1988 una tipificación de publicidad discriminatoria contra las mujeres. Antecedentes en otros países dan cuenta de que es una herramienta valiosa y que puede contribuir a la lucha contra la violencia de género en todas sus dimensiones.



“2021 – Año de Homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein”

Finalmente, el proyecto puesto a su consideración establece una serie de sanciones (de distinta naturaleza) y amplía la legitimación procesal para interponer la acción de amparo con el objeto de darle un amplio margen de protección y facilitar así su cumplimiento.

Todos los seres humanos nacemos libres e iguales en dignidad y derechos, por eso afirmamos, una vez más y tantas como sea necesario, que el principio de la verdadera libertad en una sociedad democrática es la igualdad y la no discriminación.

Por las razones precedentemente expuestas, solicito a mis pares la aprobación del presente proyecto de Ley.

Dip. Brenda Lis Austin

Dip. Claudia Najul

Dip. Lorena Matzen