



H. Cámara de Diputados de la Nación

Proyecto de Ley

*El Senado y la Cámara de Diputados de la Nación Argentina reunidos en Congreso
sancionan con fuerza de ley:*

ADVERTENCIA DE IMAGENES RETOCADAS DIGITALMENTE

ARTÍCULO 1° - Incorpórase como artículo 4 bis de la Ley No 24.240 de Defensa del Consumidor, el siguiente:

"ARTÍCULO 4° Bis - Advertencia obligatoria en imágenes retocadas digitalmente. Siempre que se publique o difunda una imagen retocada digitalmente, se agregará la siguiente leyenda: "Imagen retocada digitalmente". Dicha leyenda se insertará de modo que garantice su legibilidad. Para materiales de lectura cercana de hasta 50 centímetros de altura, la tipografía será de un mínimo de 6 puntos. Para afiches y carteles, la tipografía tendrá una altura de como mínimo 2% de la altura del cartel.

Esta disposición incluye las imágenes difundidas por medios escritos, televisivos, INTERNET, afiches callejeros o por cualquier otro medio creado o a crearse, sea con fines comerciales, publicitarios o de difusión."

ARTÍCULO 2° - Comuníquese al Poder Ejecutivo.

FUNDAMENTOS

Sra. Presidenta:

Mediante este proyecto de ley, se pretende aportar una herramienta que ayude diluir la errónea y cada vez más instalada idea de que lo bello, lo deseable y lo valioso de los cuerpos, responden a un único modelo, basados en estereotipos que no representan a la población en absoluto y se han transformado en un modo de estigmatización que atenta contra la salud de la sociedad.

Es menester tomar conciencia sobre esta problemática en cuanto a la cultura visual y al daño en la propia percepción del cuerpo, fomentando la no discriminación en las imágenes que se proyectan socialmente.

Es así, que, ante el constante bombardeo de imágenes de alto contenido estético, donde la posición, la figura, el tamaño de diferentes partes del cuerpo, empiezan a marcar un formato de altísima exigencia, para lograr un estándar de belleza irreal, siendo las imágenes las que marcan una suerte de presión social, la que también se acompaña con mucha pose, muchas imágenes muy guionadas, que no representan la vida común.

En nuestro país, hay mucha presión en lo estético lo que nos coloca en los primeros lugares de países a nivel mundial, en cantidad de trastornos en la conducta alimentaria, reforzadas en la actualidad por el uso de las redes sociales, que afianzan y generan conflicto entre el ideal y lo que es real.

El gran número de medios de comunicación, la masificación en el uso de tecnologías, nos lleva a convertirnos en una sociedad dependiente de un modelo establecido, por ello se pretende con este proyecto aportar de que lo que se comunica desde diferentes lugares sea lo más similar a la vida real y de no ser así, que lleve la advertencia de que la imagen mostrada no responde a la realidad habiendo sido usado algún tipo de herramienta digital, para lograr el resultado final, así el receptor puede definir su criterio con información veraz.

El objeto de esta iniciativa no es prohibir el uso de herramientas digitales, sino agregar un contenido que todo ciudadano tiene derecho a saber, es decir, una leyenda que especifique que la imagen que está observando fue resultado de un programa informático.

Los principios de la Ley de Defensa del Consumidor condensan el derecho a una información adecuada y veraz, garantía constitucional también plasmada en el Artículo 42 de nuestra Carta Magna. El Artículo 4 de la Ley de Defensa del Consumidor expresa, en cuanto a la información que “el proveedor está obligado a suministrar al consumidor en forma cierta, clara y detallada todo lo relacionado con las características esenciales de los bienes y servicios que provee, y las condiciones de su comercialización. La información debe ser siempre [...] proporcionada con claridad necesaria que permita su comprensión”.

Es dable recalcar, que el deber constitucional de brindar una información adecuada y veraz se relaciona directamente con la certeza, autenticidad y comprobabilidad de la misma, en función de la disponibilidad de datos que una parte tiene y de la cual la otra carece.

La comunicación al consumidor debe ser apropiada, de modo tal que le permita tomar la decisión libre de aceptar o rechazar la imagen ofrecida, ello, convencido que la información es uno de los pilares en los que se asienta la libertad de elección y la protección al consumidor, siendo de gran relevancia resaltar la honestidad respecto a los modelos o imágenes que se quieren transmitir.

Por los motivos expuestos, solicitamos a las Señoras Diputadas y Señores Diputados acompañen el presente proyecto de ley.

.....
DIEGO HORACIO SARTORI
DIPUTADO NACIONAL