



1983-2023. **40 años de Democracia.**

PROYECTO DE LEY

La Cámara de Diputados de la Nación,...

ADVERTENCIA OBLIGATORIA EN PUBLICIDADES
PROTAGONIZADAS POR CELEBRIDADES.

ARTÍCULO 1º.- Incorpórase el artículo 4º bis de la Ley Nº 24.240 de Defensa del Consumidor, que quedará redactado de la siguiente manera:

Artículo 4º bis.- Información en la publicidad. Cuando en los diferentes medios se publicite un bien o servicio y una celebridad, persona conocida por su actividad o profesión o “influencer” de redes sociales, preste su consentimiento para ser la imagen promocional del mismo, dicha publicidad no deberá ser encubierta, engañosa, indirecta, subliminal o desleal, y deberá contener de manera visible y permanente por todo el tiempo de la publicación, la siguiente leyenda: "Publicidad / Colaboración pagada".

Dicha leyenda deberá ser incluida en las imágenes difundidas por medios escritos, televisivos, INTERNET, redes sociales, afiches callejeros o por cualquier otro medio creado o a crearse, sea con fines comerciales, publicitarios o de difusión.

ARTÍCULO 2º.- Agréguese como último párrafo al artículo 9º de la Ley Nº 22.802 de “Lealtad Comercial”, lo siguiente:

Cuando en los diferentes medios se publicite un bien o servicio y una celebridad, persona conocida por su actividad o profesión o “influencer” de redes sociales, preste su consentimiento para ser la imagen promocional del mismo, dicha publicidad no deberá ser encubierta, engañosa, indirecta, subliminal o desleal, y deberá contener de manera visible y



1983-2023. **40 años de Democracia.**

permanente por todo el tiempo de la publicación, la siguiente leyenda: "Publicidad / Colaboración pagada".

Dicha leyenda deberá ser incluida en las imágenes difundidas por medios escritos, televisivos, INTERNET, redes sociales, afiches callejeros o por cualquier otro medio creado o a crearse, sea con fines comerciales, publicitarios o de difusión.

ARTÍCULO 3º.-Agréguese como último párrafo al artículo 81 de la Ley Nº 26.522, de "Servicio de Comunicación Audiovisual", lo siguiente:

La publicidad no deberá ser encubierta, engañosa, indirecta, subliminal o desleal. Cuando en los diferentes medios se publicite un bien o servicio y una celebridad, persona conocida por su actividad o profesión o "influencer" de redes sociales, preste su consentimiento para ser la imagen promocional del mismo, dicha publicidad no deberá ser encubierta, engañosa, indirecta, subliminal o desleal, y deberá contener de manera visible y permanente por todo el tiempo de la publicación, la siguiente leyenda: "Publicidad / Colaboración pagada".

Dicha leyenda deberá ser incluida en las imágenes difundidas por medios televisivos, INTERNET, redes sociales o por cualquier otro medio creado o a crearse, sea con fines comerciales, publicitarios o de difusión.

ARTÍCULO 4º.- Agréguese como último párrafo al artículo 1101 de la Ley Nº 26944 "Código Civil y Comercial de la Nación", el que quedará redactado de la siguiente manera:

La publicidad no deberá ser encubierta, engañosa, indirecta, subliminal o desleal. Cuando en los diferentes medios se publicite un bien o servicio y una celebridad, persona conocida por su actividad o profesión o "influencer" de redes sociales, preste su consentimiento para ser la imagen promocional del mismo, dicha publicidad no deberá ser encubierta, engañosa, indirecta, subliminal o desleal, y deberá contener de manera visible y permanente por todo el tiempo de la publicación, la siguiente leyenda: "Publicidad / Colaboración pagada".

Dicha leyenda deberá ser incluida en las imágenes difundidas por medios escritos, televisivos, INTERNET, redes sociales, afiches callejeros o por cualquier otro medio creado o a crearse, sea con fines comerciales, publicitarios o de difusión.



1983-2023. **40 años de Democracia.**

ARTÍCULO 5°.- Comuníquese al Poder Ejecutivo.

MARIANA STILMAN

**Maximiliano Ferraro
Paula Oliveto Lago
Marcela Campagnoli
Santiago Espil
Ruben Manzi**



1983-2023. **40 años de Democracia.**

FUNDAMENTOS

Señora Presidenta.

Desde el punto de vista normativo el deber de información es el deber jurídico obligacional que incumbe al poseedor de la información poner en conocimiento de la otra parte una cantidad de datos suficientes como para evitar daños o inferioridad negocial que pueda generarse en la otra parte.

En el marco del artículo 42 de la Constitución Nacional, el presente proyecto viene a aportar al derecho que tienen los consumidores y usuarios a una información adecuada y veraz en las relaciones de consumo de las que son parte. En la normativa tuitiva este derecho se desarrolla de forma transversal en distintos institutos, de los que dan muestra las numerosas disposiciones legales donde se lo regula. Lo efectivo en el plano socioeconómico es que el consumidor esté adecuadamente informado, especialmente aquellas personas que componen la categoría de “consumidores hipervulnerables”

La información actúa no sólo en la etapa contractual sino también en la etapa precontractual y durante la ejecución del contrato. El derecho del consumidor a ser informado adecuadamente es el derecho medular de nuestro ordenamiento jurídico en términos de las relaciones de consumo.

La regulación de nuestra legislación ha quedado desactualizada ante la propia dinámica del consumo por medio de las nuevas tecnologías, por esto, el presente proyecto viene a sumar una mejora necesaria al Código Civil y Comercial de la Nación.

En materia de contratación de consumo, debemos considerar la importancia de la publicidad y en este sentido afirmamos que para el Derecho del Consumidor, es tan contrato un instrumento con cláusulas escritas como un aviso publicitario.



1983-2023. **40 años de Democracia.**

En la economía de mercado, y en el mundo hiperconectado en el que vivimos, la publicidad constituye una herramienta medular de la competencia.

El sistema de protección de los consumidores se integra con todas aquellas normas que resulten compatibles con la relación de consumo. Por ello es que el presente proyecto viene a proponer una reforma no sólo a la normativa específica en materia de consumo de la Ley 24.240, sino además a las demás normativas que cuentan con importantes disposiciones aplicables como lo son la Ley 22.802 de “Lealtad Comercial”, la Ley N° 26.522, de “Servicio de Comunicación Audiovisual” y la Ley N° 26944 “Código Civil y Comercial de la Nación”.

Es por todo lo expuesto es que solicito a mis colegas acompañen el presente proyecto de Ley.-

MARIANA STILMAN

Maximiliano Ferraro
Paula Oliveto Lago
Marcela Campagnoli
Santiago Espil
Ruben Manzi