



“2024 - AÑO DE LA DEFENSA DE LA VIDA, LA LIBERTAD Y LA PROPIEDAD”

PROYECTO DE LEY

El Senado y la Cámara de Diputados de la Nación, sancionan con fuerza de ley

REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE INFLUENCERS EN PLATAFORMAS DIGITALES

TÍTULO I: DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1: Objeto. Esta ley tiene por objeto regular los derechos y obligaciones de la actividad de los influencers en plataformas digitales, los medios de comunicación y en las plataformas y redes sociales.

Artículo 2: Definiciones. A los efectos de la presente ley se entiende por:

a) Influencer: toda persona generadora de contenido que en nombre propio o bajo un seudónimo, a través de su presencia en redes sociales u otras plataformas digitales, influye en las decisiones de consumo de sus seguidores y/o perciba ingresos por la promoción de productos, servicios, ideas, o eventos.

b) Publicidad digital: actividad que, mediante contenido gráficos, audio, visuales o audiovisuales, imágenes, fotos y/o sorteos está destinada a promocionar y difundir un producto o servicio en plataformas digitales ya sea mediante una colaboración, o contraprestación

Artículo 3: Ámbito de Aplicación. La presente legislación se aplica a todas las personas físicas o jurídicas con domicilio en el territorio nacional que ejerzan la actividad de influencer.

Serán alcanzados los influencers con domicilio en otro país siempre que realicen la actividad en un establecimiento con domicilio en Argentina, de una



“2024 - AÑO DE LA DEFENSA DE LA VIDA, LA LIBERTAD Y LA PROPIEDAD”
empresa o marca comercial con domicilio en el país o que realicen la actividad a regular para personas residentes en el país.

TÍTULO II: DE LA PUBLICIDAD

Artículo 4º: Requisitos. La publicidad realizada por los influencer deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Seguir las disposiciones y obligaciones establecidas en la ley N° 24.240 de Defensa del Consumidor.
- b) Cumplir con lo establecido en la ley N° 11.723 de Propiedad Intelectual.
- c) Respetar y cumplir con las obligaciones estipuladas en la ley N° 26.061 de Protección Integral de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes.
- d) Seguir el principio de no discriminación por motivos de raza, genero, religión, opinión, nacionalidad, discapacidad o cualquier otra circunstancia personal y/o social.
- e) Identificar el contenido publicitario, informando si obtiene algún rédito económico por esa publicación.
- f) Informar de forma clara, inequívoca y destacada cuando se realizan modificaciones mediante cualquier proceso de alteración digital, incluyendo el uso de la Inteligencia Artificial (IA) en imágenes, videos, audios que formen parte de la publicidad.
- g) Todo otro derecho protegido por las leyes nacionales en la materia.

Artículo 5º: Prohibiciones. Los sujetos comprendidos en esta ley no podrán efectuar publicidad o promociones directa o indirecta de los siguientes casos:

- a) Productos, técnicas, servicios o actos que puedan generar un daño a la salud física o psíquica de las personas, vinculadas al ejercicio profesional de la salud.



“2024 - AÑO DE LA DEFENSA DE LA VIDA, LA LIBERTAD Y LA PROPIEDAD”

- b) Productos sanitarios, alimenticios o medicamentos que no se encuentran autorizados por la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología. (ANMAT).
- c) De tabaco, productos a base de hierbas y bebidas alcohólicas conforme lo establecido en leyes específicas.
- d) De sitios de apuestas deportivas, juegos de azar, o juegos en línea.

Artículo 6: Prohibición de publicidad engañosa. Está prohibida cualquier forma de publicidad engañosa o fraudulenta, entendida como la omisión de información o el ocultamiento que induce a error, engaño o confusión sobre el producto, bien o servicio.

El influencer debe estar seguro de que la información transmitida sobre productos o servicios que difunde sea veraz, clara y que no induzca a error, engaño o confusión sobre el precio y características del mismo.

Artículo 7: Prohibición de publicidad abusiva. Está prohibida la publicidad que sea contraria a la dignidad y a los derechos humanos, que incite a la violencia, que pueda inducir a conductas perjudiciales para la salud y la seguridad de las personas y que se aproveche de la inexperiencia de los niños, niñas y adolescentes, exponiéndolos a situaciones de riesgo.

TÍTULO III: RESPONSABILIDAD LEGAL Y FISCAL

Artículo 8: Declaración de Ingresos: Los sujetos comprendidos en la presente ley deberán declarar todos los ingresos obtenidos por actividades comerciales en plataformas digitales, incluyendo pagos en especie, en su declaración de impuestos anual.

Artículo 9: Sanciones por incumplimiento. Las personas incluidas en la presente legislación serán pasibles de las sanciones comprendidas en la ley N° 24.240 de Defensa del Consumidor.

En casos graves o reiterados, se podrá prohibir temporalmente la actividad del influencer en plataformas digitales.



“2024 - AÑO DE LA DEFENSA DE LA VIDA, LA LIBERTAD Y LA PROPIEDAD”

Artículo 10: Responsabilidad Solidaria. Las empresas, marcas o personas que contraten a influencers serán solidariamente responsables del cumplimiento de las disposiciones de esta ley, pudiendo ser también sancionadas en caso de incumplimiento.

TITULO IV: DISPOSICIONES FINALES

Artículo 11: Autoridad de Aplicación. La autoridad competente para la aplicación y fiscalización de esta ley será designada por el Poder Ejecutivo y tendrá la facultad de reglamentar las disposiciones necesarias para su correcta implementación. Las provincias y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires serán autoridades locales de aplicación.

Artículo 12: Entrada en vigor. La presente ley entrará en vigor a los 90 días de su publicación en el Boletín Oficial.

Artículo 13: Disposiciones Transitorias. Los influencers y empresas tendrán un plazo de 90 días desde la entrada en vigor de esta ley para adecuar sus actividades y contratos a las disposiciones establecidas en la presente ley.

Artículo 14: Comuníquese al Poder Ejecutivo.

Pamela Calletti

Diputada Nacional



“2024 - AÑO DE LA DEFENSA DE LA VIDA, LA LIBERTAD Y LA PROPIEDAD”

FUNDAMENTOS

Señor Presidente:

El presente proyecto tiene por objeto establecer un marco jurídico y regular la actividad desarrollada por los influencers en Argentina. Actualmente, los creadores de contenido cumplen el rol de intermediarios entre las empresas y los consumidores, por tal motivo es prioritario actualizar la legislación vigente para transparentar la actividad, la contratación de sus servicios para la difusión de publicidad y aclarar el vínculo laboral entre las empresas con dichos intermediarios. Esto permitirá regular la promoción dirigida a la protección de los consumidores y usuarios conforme a derecho.

La tecnología y el uso de medios digitales atraviesa la sociedad desde hace varios años y la actividad desarrollada por aquellas personas físicas o jurídicas destinadas a crear contenidos en las redes sociales para el consumo de sus seguidores, no es una excepción. Establecer un marco normativo brindará garantías y la protección adecuada a los consumidores.

La presente iniciativa legislativa se suma a los múltiples proyectos presentados por mis pares con el objeto de generar un verdadero acompañamiento normativo en relación a los mensajes publicitarios con intenciones engañosas y/o desleales.

El fenómeno de las redes sociales generó un cambio de paradigma en la concepción de lo que se conoce como publicidad tradicional, y el auge de la actividad desarrollada por los influencers produjo una modificación en las formas de promocionar productos y servicios, considerándose esta actividad como una estrategia de venta. Mediante estas nuevas técnicas y dinámicas utilizadas por la publicidad digital, las marcas logran un mayor alcance e impacto en los consumidores.

Si bien en Argentina existen múltiples normas destinadas a la protección de los consumidores y usuarios, como la Ley N.º 24.240 de Defensa



“2024 - AÑO DE LA DEFENSA DE LA VIDA, LA LIBERTAD Y LA PROPIEDAD”
del Consumidor y lo establecido en el Código Civil y Comercial, estas carecen de regulaciones específicas dirigidas a la actividad de los creadores de contenido.

Esto pone de relieve la necesidad de legislar en el orden de consolidar la actividad de los influencer ampliando la protección de los consumidores y usuarios de los posibles mensajes encubiertos o engañosos. Transparentar y normar esta labor con adecuación a las nuevas modalidades tecnológicas y a los paradigmas actuales del hacer publicidad es fundamental para proteger a los consumidores.

La regulación específica en torno a la actividad de los creadores de contenido no solo beneficiará a los consumidores, sino que también protegerá a las empresas. Esto se debe a que promoverá un marco confiable en el que los consumidores podrán estar seguros de que los productos y servicios promocionados cumplen con estándares de calidad. Al establecer lineamientos claros, se refuerza la transparencia y se genera confianza en el mercado, actuando como un sello de garantía tanto para las marcas como para los consumidores. Este entorno de seguridad y credibilidad potencia la reputación de las empresas, diferenciándolas positivamente frente a su competencia.

Por lo expuesto, solicito a mis pares el acompañamiento en el presente proyecto.-

Pamela Calletti

Diputada Nacional