



“2025 - AÑO DE LA RECONSTRUCCIÓN DE LA NACIÓN ARGENTINA”

PROYECTO DE LEY

EL SENADO Y LA CÁMARA DE DIPUTADOS SANCIONAN CON
FUERZA DE LEY

LEY DE PUBLICIDAD DIGITAL TRANSPARENTE

Artículo 1°.- Incorporase como artículo 8 ter de la Ley 24.240 de Defensa del Consumidor, el siguiente:

Artículo 8 ter: En los casos de publicidad, promoción o difusión de bienes y servicios en entornos digitales, deberá constar de manera clara, visible, accesible y comprensible para cualquier consumidor si el contenido fue generado, alterado o manipulado mediante inteligencia artificial u otras tecnologías de generación o manipulación de contenidos digitales.

La omisión de dicha información será considerada práctica engañosa a los efectos de esta ley.

Artículo 2°.- Comuníquese al Poder Ejecutivo.

YAMILA LISETTE RUIZ
DIPUTADA NACIONAL



“2025 - AÑO DE LA RECONSTRUCCIÓN DE LA NACIÓN ARGENTINA”

FUNDAMENTOS

Señor Presidente:

La evolución vertiginosa de las tecnologías digitales ha transformado profundamente los modos de producción y consumo de bienes y servicios. En la actualidad, herramientas como la inteligencia artificial y otras tecnologías de generación o manipulación de contenidos digitales se utilizan de manera masiva en publicidad, redes sociales, marketplaces y aplicaciones de mensajería, permitiendo crear imágenes, videos, textos y audios que son difundidos con fines comerciales.

Si bien estas tecnologías ofrecen ventajas significativas en términos de creatividad y eficiencia, también presentan riesgos concretos para los consumidores. Contenidos generados o manipulados mediante IA, deepfakes, chatbots automatizados y algoritmos de edición de imágenes o videos pueden inducir a error sobre la veracidad, origen o calidad de los productos o servicios ofrecidos. La velocidad y viralidad de los contenidos digitales incrementa el potencial de engaño, haciendo indispensable que la legislación garantice transparencia y claridad informativa.

La presente iniciativa propone la creación del artículo 8° ter en la Ley 24.240 de Defensa del Consumidor, estableciendo la obligación de informar de manera clara, visible y accesible cuando un contenido publicitario haya sido generado, alterado o manipulado mediante inteligencia artificial u otras tecnologías de generación o manipulación de contenidos digitales. Esta disposición se enmarca dentro de los derechos básicos del consumidor consagrados en la ley, en particular el derecho a recibir información veraz y suficiente para tomar decisiones de consumo responsables.

En el ámbito internacional, diversos países y organismos avanzan en regulaciones similares. La Unión Europea, mediante la Ley de Servicios Digitales (Digital Services Act), establece obligaciones de transparencia en la publicidad digital; en Estados Unidos, la Comisión Federal de Comercio (FTC) promueve la identificación clara de contenido generado por IA; y en Canadá, existen lineamientos para asegurar la honestidad en la publicidad digital automatizada. Con esta medida, Argentina se alinea con las tendencias globales de protección del consumidor frente a nuevas tecnologías, promoviendo competitividad y confianza en el comercio digital.

La medida no genera costos fiscales adicionales, pero sí ofrece beneficios claros:



“2025 - AÑO DE LA RECONSTRUCCIÓN DE LA NACIÓN ARGENTINA”

1. Protege los derechos de los consumidores frente a prácticas engañosas.
2. Favorece la competencia leal entre empresas.
3. Promueve la confianza en el comercio digital y en la información publicitaria.
4. Permite que la normativa se mantenga vigente frente a futuras tecnologías de generación o manipulación de contenidos digitales, evitando la necesidad de reformas frecuentes.

Entre los ejemplos concretos que justifican la medida se encuentran:

- **Deepfakes:** videos o imágenes alteradas que podrían simular testimonios o promociones de productos.
- **Chatbots y asistentes virtuales:** mensajes persuasivos generados automáticamente con fines comerciales.
- **Sistemas automáticos de generación de textos o contenidos visuales:** reseñas falsas, descripciones de productos o publicidades que aparentan ser producidas por personas reales.
- **Casos recientes en Argentina:** un video viral mostraba supuestamente al músico Fito Páez y al médico Daniel López Rosetti promoviendo un tratamiento médico. La verificación demostró que el contenido fue generado con inteligencia artificial y que los movimientos de labios y voces no eran naturales. Ambos desmintieron el video, evidenciando el riesgo de desinformación y publicidad engañosa que puede afectar directamente a los consumidores.

De aprobarse esta iniciativa, se garantizará que los consumidores reciban información transparente, clara y confiable, fortaleciendo sus derechos y promoviendo un mercado digital más seguro, equitativo y acorde a los avances tecnológicos. La ley asegura transparencia sin limitar la innovación ni la creatividad en la publicidad digital.

La presente propuesta se fundamenta además en lo dispuesto por el artículo 42 de la Constitución Nacional, que reconoce el derecho de los consumidores a información adecuada, veraz y oportuna y a la protección frente a prácticas comerciales abusivas. Con esta medida, se asegura la efectiva aplicación de este mandato constitucional en el contexto de la economía digital, adaptando la legislación nacional a las nuevas realidades tecnológicas sin afectar derechos de terceros ni generar costos fiscales.



"2025 - AÑO DE LA RECONSTRUCCIÓN DE LA NACIÓN ARGENTINA"

Por todo lo expuesto, solicitamos el acompañamiento de mis pares para la sanción de la presente ley, con el fin de consolidar la transparencia, la equidad y la protección del consumidor en los entornos digitales de nuestro país.

YAMILA LISETTE RUIZ

DIPUTADA NACIONAL