

## **PUBLICIDAD CON FINES TURISTICOS**

### **Ley 26.104**

**Requisitos que deberán cumplir quienes publiciten con fines turísticos, utilizando imágenes que exhiban atractivos turísticos, por medios gráficos, televisivos o cinematográficos.**

**Sancionada: Junio 7 de 2006.**

**Promulgada de Hecho: Junio 28 de 2006.**

El Senado y Cámara de Diputados

de la Nación Argentina reunidos en Congreso,

etc. sancionan con fuerza de

Ley:

**OBLIGACION DE INDIVIDUALIZAR EL SITIO**

**FOTOGRAFIADO**

**ARTICULO 1º** — Quienes publiciten con fines turísticos, utilizando imágenes que exhiban atractivos turísticos, por cualquier medio, deberán hacer constar la denominación del atractivo y de la localidad reproducida, seguida de la provincia a la que pertenece.

Estos requisitos deberán hacerse extensivos a toda información de cuya omisión resulte que el mensaje publicitario de que se trate, pueda inducir a error, engaño o confusión acerca del origen del sitio turístico ofrecido.

**ARTICULO 2º** — A los fines de la presente ley se entenderá por atractivos turísticos a todos aquellos elementos susceptibles de provocar desplazamientos voluntarios, que forman parte del marco geográfico y cultural de un lugar y que por su origen se dividen en naturales y culturales.

**ARTICULO 3º** — Toda publicidad contenida en medios gráficos, cuyas imágenes exhiban atractivos turísticos, deberá indicar la información ordenada por el artículo 1º de la presente ley con caracteres tipográficos no inferiores a DOS MILIMETROS (2 mm) de altura o, si ésta estuviera destinada a ser exhibida en la vía pública, el DOS POR CIENTO (2%) de la altura de la pieza publicitaria. La misma deberá tener un sentido de escritura idéntico y contraste de colores equivalente al de la imagen reproducida, debiendo ser fácilmente legible.

**ARTICULO 4º** — Toda publicidad, cuyas imágenes exhiban atractivos turísticos a través de medios televisivos o cinematográficos, deberá indicar la información ordenada por el artículo 1º de la presente ley con caracteres tipográficos de altura igual o mayor al DOS POR CIENTO (2%) de la pantalla utilizada en el respectivo mensaje publicitario. Los caracteres serán exhibidos con un tipo de letra

fácilmente legible, un contraste de colores equivalente al de la imagen reproducida y tendrán una permanencia continuada en pantalla no inferior a TRES SEGUNDOS (3s).

**ARTICULO 4° Bis** — Toda publicidad contenida en medios electrónicos, cuyas imágenes exhiban atractivos turísticos, deberá indicar la información ordenada por el artículo 1° de la presente ley con caracteres tipográficos no inferiores a DOS MILIMETROS (2 mm) de altura. La misma deberá tener un sentido de escritura idéntico y contraste de colores equivalente al de la imagen reproducida, debiendo ser fácilmente legible.

*(Artículo incorporado por art. 1° de la [Ley N° 26.601](#) B.O. 2/7/2010)*

**ARTICULO 5°** — El cumplimiento de los requisitos establecidos por la presente ley no eximirá a sus responsables de las exigencias establecidas por otras normas legales sobre la materia.

**ARTICULO 6°** — Los infractores a lo dispuesto por la presente ley serán sancionados conforme al régimen de sanciones y el procedimiento previsto por la Ley N° 22.802.

**ARTICULO 7°** — La presente ley comenzará a regir a los TREINTA (30) días de la fecha de su publicación en el Boletín Oficial.

**ARTICULO 8°** — Comuníquese al Poder Ejecutivo. — ALBERTO BALESTRINI. — MARCELO LOPEZ ARIAS. — Enrique Hidalgo. — Juan H. Estrada.

DADA EN LA SALA DE SESIONES DEL CONGRESO ARGENTINO, EN BUENOS AIRES, A LOS SIETE DIAS DEL MES DE JUNIO DEL AÑO DOS MIL SEIS.

— REGISTRADA BAJO EL N° 26.104 —