

PROYECTO DE LEY

El Senado y Cámara de Diputados,...

Regulación del uso de imágenes digitales y figuras humanas creadas por inteligencia artificial en publicidad comercial y política

ARTÍCULO 1° – Objeto

La presente ley tiene por objeto establecer un marco regulatorio para el uso de imágenes creadas o modificadas por medios digitales, incluidas figuras humanas generadas mediante inteligencia artificial (IA), en la publicidad política, comercial pública o privada, con el fin de proteger los derechos de los consumidores, garantizar la transparencia en la comunicación publicitaria y prevenir prácticas engañosas, garantizar el derecho fundamental de las personas humanas a la protección de sus datos personales y su privacidad, de conformidad a lo establecido en el artículo 43, párrafo tercero, de la CONSTITUCIÓN NACIONAL

ARTÍCULO 2° – Ámbito de aplicación

Esta ley será de aplicación a toda publicidad difundida en el territorio nacional por cualquier medio, formato o plataforma, ya sea física o digital, que utilice imágenes o representaciones de personas o cosas reales o simuladas mediante IA generativa o similar, y otros medios digitales.

ARTÍCULO 3° – Definiciones

A los efectos de esta ley se entenderá por:

a) Imagen digital modificada: toda representación visual de una persona o cosa que haya sido alterada mediante IA generativo o software similar, software o herramientas digitales de edición, alterando sustancialmente su apariencia, cualidades, calidades o beneficios.

b) Figura humana generada por IA: toda representación visual de una persona creada de forma artificial mediante algoritmos de generación o manipulación digital, sin haber captado originalmente la imagen de una persona real.

c) Publicidad engañosa mediante IA: aquella que mediante el uso de imágenes digitales inducen a error al consumidor sobre la identidad de una persona, sus cualidades físicas o emocionales, efectos o resultados de un bien o servicio, producto, cualidades o calidades de estos.

Anonimización: la aplicación de medidas dirigidas a impedir la identificación o reidentificación de una persona humana, sin esfuerzos o plazos desproporcionados o inviables, teniendo en cuenta factores como los costos y el tiempo necesario para la identificación o reidentificación de la persona a la luz de la tecnología disponible en el momento del tratamiento.

Autodeterminación informativa: derecho de la persona de decidir o autorizar de forma libre, previa, expresa e informada la recolección, uso o tratamiento de sus datos personales, así como de conocer, actualizar, rectificar o suprimirlos, o controlar lo que se hace con su información.

ARTÍCULO 4°.- Toda pieza publicitaria que incluya las representaciones enumeradas en el artículo anterior deberá contener una leyenda visible y legible que indique:

"Esta imagen ha sido creada o modificada digitalmente mediante inteligencia artificial.", o fórmula equivalente determinada por la autoridad de aplicación.

ARTÍCULO 5° – Prohibición de uso no consentido de imagen o identidad

Se prohíbe la utilización en publicidad de imágenes generadas o manipuladas por IA que reproduzcan, simulen o evoquen el rostro, voz o cuerpo de personas reales sin su consentimiento expreso, previo e informado, incluyendo figuras públicas o de notoriedad en las redes sociales o medios de comunicación, deepfakes sexuales o con fines de manipulación electoral.

Artículo 6° - Consentimiento:

Cuando la base legal para el tratamiento de datos sea el consentimiento del Titular, se requiere que éste sea previo, libre, específico, informado e inequívoco para una o varias finalidades determinadas.

El Titular de los datos podrá revocar el consentimiento en cualquier momento y sin necesidad de fundamentar la petición. La revocatoria de la autorización no procederá cuando exista un deber legal o contractual para continuar con el tratamiento de los datos. Dicha revocación no tiene efectos retroactivos.

El Responsable del tratamiento deberá proveer para la revocación mecanismos sencillos, gratuitos, expeditos y, al menos, con la misma facilidad con la que obtuvo el consentimiento.

ARTÍCULO 7° – Protección de la salud psicosocial de los consumidores

Se prohíbe la utilización de imágenes generadas por IA que representen modelos corporales, estéticos o conductuales inalcanzables o falsos, cuando estos puedan inducir a errores sobre los resultados esperables del uso de un producto o servicio, o causar daño psicosocial, especialmente en niñas, niños y adolescentes.

Es de aplicación a la presente ley las penalidades y prohibiciones establecidas en la ley 23.592.

ARTÍCULO 8° – Educación digital y campañas de concientización

El Poder Ejecutivo, a través de los organismos correspondientes, deberá promover campañas de concientización y educación digital para informar a la población sobre el uso de IA en la publicidad, sus implicancias, y los derechos de los consumidores.

Para ello tendrá en cuenta los Principios de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos sobre Inteligencia Artificial, la Recomendación sobre la Ética de la Inteligencia Artificial de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, las Leyes N° 25.326 y N° 27.275, y los resultados del “Programa de transparencia y protección de datos personales en el uso de la Inteligencia Artificial”.

ARTÍCULO 9° – Autoridad de aplicación

Será autoridad de aplicación la Agencia de Acceso a la Información Pública.

ARTÍCULO 10°.– Sanciones

- a) El incumplimiento de la presente ley será sancionado conforme lo dispuesto en la Ley 24.240, respecto de la publicidad engañosa y el principio de buena fe; lo dispuesto en el artículo 140 del Código Electoral Nacional, los artículos 2 y 3 de la ley 23.592, sin perjuicio de otras responsabilidades civiles, penales o administrativas que correspondan.
- b) La autoridad de aplicación podrá disponer de oficio que retire el contenido nocivo de manera inmediata.
- c) Multas: La autoridad de aplicación establecerá las multas desde las cinco (5) unidades móviles hasta un millón (1.000.000) de unidades móviles, actualizadas por el IPC o del dos por ciento (2 %) hasta el cuatro por ciento (4 %) de la facturación total anual global del ejercicio financiero anterior.
- d) La Autoridad de aplicación reglamentará las condiciones, modalidades y procedimientos para el pago de las multas.
- e) Incumplimiento por parte del sector público: En caso de que la Autoridad de aplicación advierta un presunto incumplimiento de las disposiciones de la presente Ley por parte de un organismo público, podrá imponer medidas correctivas a fin de subsanar y mitigar los efectos producidos por el incumplimiento a la presente Ley. Entre ellas, la obligación de documentar los procedimientos establecidos para el tratamiento de los datos personales, disponer planes de responsabilidad y cumplimiento, capacitación especializada y formación profesional obligatoria en la materia para el personal de los organismos, disponer la implementación de mejoras de infraestructura y medidas de seguridad, entre otras disposiciones. Serán también de aplicación las sanciones civiles, disciplinarias y penales establecidas en los artículos 117 bis y 157 bis del Código Penal de la Nación Argentina, respecto de los funcionarios públicos.

ARTÍCULO 11° –Invitase a las provincias y a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires a adherir a la presente ley y dictar normas complementarias para su aplicación.

Facúltese a la autoridad de aplicación a dictar las normas complementarias para la aplicación de la presente.

ARTÍCULO 12° – De forma.

PABLO OUTES

DIPUTADO NACIONAL

FUNDAMENTOS

Sr. Presidente:

La regulación propuesta en el presente proyecto de ley tiene como objeto poner en debate el uso de la inteligencia artificial en el ámbito de la publicidad pública, privada o política.

Es innegable que la utilización de la IA en campañas publicitarias es cada vez mayor evolucionando día a día, lo que hace que los usuarios y consumidores estén cada vez más expuestos a posibles manipulaciones de las imágenes de personas, cosas o servicios, con el fin de inducirlos a consumir u optar por un producto o persona influidos por prácticas engañosas.

Esta situación vulnera derechos fundamentales de los usuarios, consumidores y electores (en el caso de campañas políticas), sobre todo cuando no solo se utiliza en publicidad sino que se emplea la IA para producir noticias falsas o deepfakes sexuales o con fines de manipulación electoral.

Es fundamental, en este contexto, poder establecer una base legislativa mínima, que pueda proteger a los usuarios, la protección de los datos personales, la autodeterminación informativa, que establezca parámetros a la innovación tecnológica –basada en principios éticos– que promueva la confianza.

En más de 40 años de democracia hemos intentado a través de la iniciativa legislativa poder acceder a más y mejores derechos, implementando las normas que puedan acompañar la evolución de las nuevas tecnologías y adoptarlas para que el goce del derecho sea pleno y no se vea interferido en su ejercicio, sobre todo en temas que tocan los derechos de la ciudadanía en materia de transparencia y protección de datos personales entre otros.

Esta preocupación es de índole mundial. Los estados, las organizaciones internacionales, el ámbito académico y las empresas preocupadas en elevar sus estándares de responsabilidad vienen planteando bases mínimas de uso de la IA en consonancia con

valores éticos que permitan un desarrollo armónico de la tecnología y el goce de los derechos humanos.

En este sentido es de importancia señalar las RECOMENDACIONES SOBRE ÉTICA DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL de la ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA (UNESCO)

Entre otras recomendaciones podemos destacar cuatro valores fundamentales que sientan las bases para que los sistemas de IA trabajen por el bien de la humanidad, las personas, las sociedades y el medio ambiente: Los derechos humanos y la dignidad humana; el respeto, protección y promoción de los derechos humanos y las libertades fundamentales y la dignidad humana; Vivir en sociedades pacíficas justas e interconectadas; Garantizar la diversidad y la inclusión; Florecimiento del medio ambiente y los ecosistemas.¹

Estas bases incluyen una amplia gama de temas que hacen imposible abracarlos de manera integral desde la legislación. Por lo que nos parece importante empezar a considerar algunos temas que atraviesa la IA y contraponerlos con por lo menos cuatro o cinco principios éticos.

Volviendo al tema que ocupa nuestro proyecto de ley es necesario proponer por lo menos un enfoque de la IA basado en derechos humanos. Los principios más importantes del 2º Foro Mundial sobre la Ética de la Inteligencia Artificial: Cambiando el panorama de la gobernanza de la IA² son:

Proporcionalidad e inocuidad: El uso de sistemas de IA no debe ir más allá de lo necesario para alcanzar un objetivo legítimo. La evaluación de riesgos debe utilizarse para prevenir los daños que puedan derivarse de usos ilegítimos”

Derecho a la intimidad y protección de datos: La privacidad debe protegerse y promoverse a lo largo de todo el ciclo de vida de la IA. También deben establecerse marcos adecuados de protección de datos.

¹ Propuesta de Anteproyecto de Ley de Protección de Datos Personales Agencia de Acceso a la Información Pública Septiembre 2022

² 2º Foro Mundial sobre la Ética de la Inteligencia Artificial: Cambiando el panorama de la gobernanza de la IA”

Gobernanza y colaboración adaptativas y de múltiples partes interesadas: En el uso de datos, deben respetarse el derecho internacional y la soberanía nacional. La participación de diversas partes interesadas a lo largo del ciclo de vida de los sistemas de IA es necesaria para el desarrollo de enfoques inclusivos de gobernanza.

Responsabilidad y rendición de cuentas: Los sistemas de IA deben ser auditables y trazables. Deben existir mecanismos de supervisión, evaluación de impacto, auditoría y diligencia debida para evitar conflictos con las normas de derechos humanos y amenazas al bienestar medioambiental.

Supervisión y decisión humanas: Los Estados Miembros deberían velar por que siempre sea posible atribuir la responsabilidad ética y jurídica a personas físicas o a entidades jurídicas existentes.

Estos principios pueden ser la base para empezar a legislar no solo en materia de derechos de los usuarios y consumidores (y electores considerados consumidores en cuanto al acceso a la publicidad política) sino en otras áreas donde la aplicación de la IA vea vulnerados derechos humanos.

En cuanto a la utilización de la IA con fines políticos hemos presenciado en los últimos años la manipulación de la imagen y la voz de referentes políticos con fines espurios en el marco de campañas políticas afectando no solo los derechos de las personas involucradas sino también de los electores que se ven expuestos a discurso e imágenes engañosas que pueden alterar la percepción que se tiene sobre éste.

En algunos casos ni siquiera se utilizó tecnología demasiado compleja. Si nos remontamos a la publicación el año 2021 de videos falsos durante las elecciones que buscaban perjudicar al precandidato a senador por Córdoba de Juntos por el Cambio Mario Raúl Negri, donde La Cámara Nacional Electoral confirmó el procesamiento de una empleada de una agencia de medios entendiendo que dichas publicaciones violan el artículo 140 del Código Electoral Nacional ya que buscaban "inducir al electorado a no votarlo", el fallo destaca que los delitos electorales en redes sociales "afectan la pureza del sufragio" y subraya el riesgo de la desinformación en procesos democráticos. Además, resaltó los estándares internacionales sobre violencia electoral –y en especial sobre las

mujeres- y recordó que la libertad de expresión "no ampara el engaño masivo". También se advierte que estas prácticas no solo dañan a candidatos, sino que "comprometen la confianza en el sistema democrático".

Nuestro proyecto intenta tres principios para la utilización de la IA en publicidad, la Información; el consentimiento y la Prohibición.

Informar al consumidor sobre el origen de las imágenes y la manipulación que se hizo de ellas es fundamental para que tenga una libertad mas amplia para decidir sobre el consumo del producto o las cualidades de las personas mostradas en la publicidad. Es por ello que deben incorporar la leyenda "Esta imagen ha sido creada o modificada digitalmente mediante inteligencia artificial."

Respecto al consentimiento tratamos de armonizar el articulado con lo normado en el CCyC respecto de lo expresado en el art 53 sobre el derecho a la imagen y la obligación que "Para captar o reproducir la imagen o la voz de una persona, de cualquier modo que se haga, es necesario su consentimiento..." y lo estipulado en el art 971 sobre la formación del consentimiento para los contratos. La redacción propuesta intenta proteger tanto a los titulares del derecho como a los consumidores.

La prohibición implica la no utilización en publicidad de imágenes generadas o manipuladas por IA que reproduzcan, simulen o evoquen el rostro, voz o cuerpo de personas reales sin su consentimiento expreso, previo e informado, incluyendo figuras públicas o de notoriedad en las redes sociales o medios de comunicación, deepfakes sexuales o con fines de manipulación electoral. Siempre teniendo en cuenta la abultada legislación que protege contra la discriminación étnica, religiosa y política, entre otras.

Respecto a la afectación de la salud psicosocial el artículo es claro en cuanto a que prohíbe la utilización de imágenes generadas por IA que representen modelos corporales, estéticos o conductuales inalcanzables o falsos, cuando estos puedan inducir a errores sobre los resultados esperables del uso de un producto o servicio, o causar daño psicosocial, especialmente en niñas, niños y adolescentes.

En definitiva lo que proponemos con nuestro proyecto de ley es empezar a debatir el tema en las comisiones, tener en consideración los proyectados por los señores y señoras

diputados y diputadas en eje con lo planteado y convocar a los distintos sectores de la sociedad que tiene injerencia en la plateado y llegara una norma que cumpla con el objeto del presente proyecto.

Por lo expuesto es que solicito a mis pares que me acompañen en el presente proyecto de ley.

PABLO OUTES

DIPUTADO NACIONAL