

CONGRESO DE LA NACIÓN

República Argentina

LEY 26.104 · 2006

PUBLICIDAD CON FINES TURISTICOS

Boletín Oficial, 29 de junio de 2006 · 8 artículos

Texto actualizado al 16 de noviembre de 2026

ÍNDICE

Publicidad con Fines Turisticos

ARTÍCULO 1°. 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.

ARTÍCULO 2°. 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.

ARTÍCULO 3°. 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.

ARTÍCULO 4°. 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 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 4º Bis — Toda publicidad contenida en medios electrónicos, 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. 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)

ARTÍCULO 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.

ARTÍCULO 6°. Los infractores a lo dispuesto por la presente ley serán sancionados conforme al régimen de sanciones y el procedimiento previsto por la Ley Nº 22.802.

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

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



VEREDICTA LEYES

Publicidad con Fines Turisticos. Texto actualizado al 16 de noviembre de 2026.

Datos: Base InfoLEG de Normativa Nacional, Ministerio de Justicia de la Nación (CC BY 4.0).