



CAMARA DE DIPUTADOS DE LA NACION MESA DE ENTRADA	
1 MAR 2006	
SEC: 3	1º 017 HORA 800

Proyecto de ley

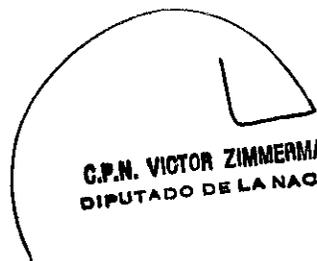
El Senado y Cámara de Diputados de la Nación de la Nación Argentina

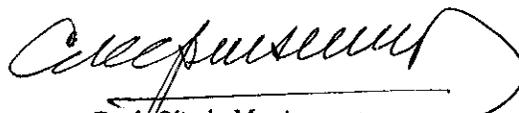
Artículo 1º — Modifíquese el art. 23 de la ley 22285 de Radiodifusión conforme al siguiente texto:

ARTICULO 23. - Los anuncios publicitarios observarán las normas propias de la lealtad comercial y deberán ceñirse a los criterios éticos y estéticos establecidos por esta ley y su reglamentación, fundamentalmente en lo inherente a la integridad de la familia y a la moral cristiana. Todo anuncio debe expresarse en castellano, sin alterar el significado de los vocablos ni distorsionar la entonación fonológica de los enunciados. Las voces extranjeras que no sean marcas o denominaciones de uso universal deberán ser traducidas. Todos los anuncios publicitarios serán de producción nacional.

Los anuncios publicitarios de productos antiobesidad deberán dirigirse exclusivamente a mayores de 18 años, debiendo ser protagonizados también por mayores de 18 años de edad.

Artículo 2º — Comuníquese al Poder Ejecutivo.


C.P.N. VICTOR ZIMMERMANN
DIPUTADO DE LA NACION


Prof. Olinda Montenegro
Diputada de la Nación

Proyecto de ley

El Senado y Cámara de Diputados de la Nación de la Nación Argentina

FUNDAMENTOS

Señor presidente:

En la actualidad los medios de comunicación y la publicidad "bombardean" a los jóvenes con la necesidad de estar delgados. Los mensajes llegan como auténticos mandamientos: si no eres delgado, no triunfarás en la vida. Hay que tener claro que la extrema delgadez es una moda, y además, posiblemente pasajera.

De continuar esta tendencia se corre el riesgo de que los niños adopten hábitos como seguir dietas restrictivas, ingerir supresores del apetito y laxantes o dedicar horas a hacer ejercicio, lo que los convierte en sujetos con predisposición a desarrollar en la adolescencia anorexia nerviosa y bulimia.

Este hecho lo revelan estudios realizados por investigadores de la UNAM (Universidad Nacional de México) que coinciden en que entre las principales causas por las que los menores realizan estas prácticas riesgosas para su salud se cuentan las órdenes de sus padres o la imitación.

Hay mamás inconformes con su figura y con la de sus hijos, entonces no sólo ellas se someten a dietas, sino también inducen a los menores. Los niños que cuidan demasiado su cuerpo imitan los patrones de conducta de sus padres. Observan a sus mamás preocupadas por poseer una figura extremadamente delgada, lo que puede provocar trastornos de la conducta alimentaria

De acuerdo con la investigación de la UNAM, los niños de entre 6 y 9 años tienen como ideal la delgadez y ya desean una figura delgada y muy delgada, factor de riesgo que desencadena la aparición de otros focos rojos como la insatisfacción con la imagen corporal, alteración de la misma y preocupación por el peso.

Según el estudio, un 49.4 por ciento de las niñas desea una figura delgada y muy delgada y un 40 por ciento de niños anhela lo mismo.

Distintos especialistas sostienen que esta cultura es promovida por industrias como la de alimentos que se ha enriquecido con

Proyecto de ley

El Senado y Cámara de Diputados de la Nación de la Nación Argentina

la venta de productos light. Los especialistas coinciden en que la obesidad es estigmatizada y se relaciona con falta de éxito y belleza.

Proporcionales información sobre los riesgos de padecer anorexia nerviosa y bulimia contribuye poco a prevenir estos trastornos. Es necesario otorgar a los niños habilidades que impidan que desarrollen estos factores de riesgo.

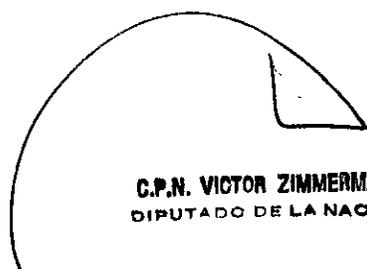
La realidad nos muestra que nuestros niños y jóvenes reciben a diario mensajes contradictorios, protagonizados por sus pares en un entorno habitualmente familiar, haciendo apología de los beneficios de estar cada día más esbeltos y delgados, consumiendo medicamentos y alimentos antiobesidad.

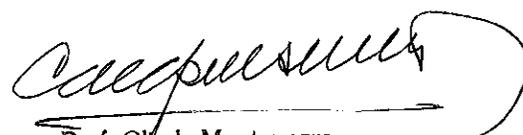
El fenómeno no es sólo nuestro, sino de todo el mundo, su avance no tiene límites, afectando tanto a la mujer como al varón. Que la medida propuesta en el presente proyecto de ley puede parecer exagerada, es real, pero muy necesaria para prevenir seriamente un flagelo más del que son víctimas los más influenciables psicológicamente de la sociedad como son los niños y jóvenes.

En el marco del derecho comparado Inglaterra, ha promulgado una ley prohibiendo los avisos publicitarios para adelgazar dirigidos a los niños y adolescentes.

Nuestra legislación específica de radiodifusión presenta un vacío legal en cuanto a la naturaleza y características de los anuncios publicitarios, es por ello que se propone modificar el art. 23 de la ley de radiodifusión, destinados a proteger a los niños y jóvenes contra toda información y material perjudicial para su salud física y mental.

Por los motivos aquí expuestos solicito a mis colegas legisladores apoyar con su voto este proyecto de ley y requerir su pronta respuesta.


C.P.N. VICTOR ZIMMERMANN
DIPUTADO DE LA NACION


Prof. Olinda Montenegro
Diputada de la Nación