

CÁMARA DE DIPUTADOS DE LA NACIÓN	
16 AGO 2005	
SEC: D	1º 4674 HORA 16:20

H. Cámara de Diputados de la Nación

Las Islas Malvinas, Georgias del Sur
y Sándwich del Sur son Argentinas

LA CÁMARA DE DIPUTADOS Y EL SENADO
de la Nación Argentina, etc. sancionan con fuerza de



LEY

Artículo Primero: A partir de los 240 días de promulgada la presente Ley, los fabricantes de ropa femenina deberán confeccionar las prendas en todos los talles, de manera tal que cubran todas las medidas antropométricas de la mujer adolescente.

Artículo Segundo: En igual lapso los comercios que vendan ropa de mujer deberán tener en existencia todos los talles correspondientes a las medidas antropométricas de la mujer adolescente, de las prendas y modelos que comercialicen y ofrezcan al público.

Artículo Tercero: Aquellos fabricantes o comerciantes que no den cumplimiento a lo dispuesto en los artículos anteriores se le impondrá una multa de \$ 100 a \$10.000, en casos de incumplimientos reiterados se dispondrá la clausura de hasta 5 días del establecimiento fabril o local comercial.

Artículo Cuarto: La Secretaría de Industria, Comercio y Minería será la autoridad de aplicación de la presente Ley.

Artículo Quinto: Comuníquese al Poder Ejecutivo Nacional.

[Signature]
Dra. ALICIA ESTER TATE
DIPUTADA DE LA NACION

[Signature]
Leopoldo Moreau
DIPUTADO NACIONAL

[Signature]
Prof. Olinda Montenegro
Diputada de la Nación

RICARDO JANO
DIPUTADO DE LA NACION

[Signature]

CLAUDIO PEREZ MARTINEZ
DIPUTADO DE LA NACION

[Signature]

SILVINA LEONELLI
DIPUTADA DE LA NACION



FUNDAMENTOS

Señor Presidente:

Cada día que transcurre se agrava la situación y son más las jóvenes afectadas por la bulimia y la anorexia como consecuencia de los efectos de una sociedad globalizada. Pero vemos azorados que no se lanzan campañas masivas de esclarecimiento de la población, que ayuden a combatir éste fenómeno. Por el contrario, los medios masivos de comunicación difunden cada vez con mayor fuerza modelos y estereotipos que son ajenos a la contextura física de la mayoría de las personas a los que van dirigidos. Alentando el consumo de productos que, especialmente en el campo de la moda e indumentaria femenina, no encajan con la fisonomía de todos los consumidores. Induciendo así, a que muchas adolescentes caigan en los referidos trastornos alimentarios.

Por ser realmente esclarecedor y descriptivo de la situación planteada transcribiré a continuación algunos párrafos de la obra de **Josep Toro "EL CUERPO COMO DELITO. Anorexia, bulimia, cultura y sociedad"**, Ed. Ariel Ciencia. España. Enero de 1996. *"...¿Qué es la anorexia nerviosa?. La anorexia nerviosa es un trastorno del comportamiento alimentario caracterizado por una pérdida significativa del peso corporal (superior al 15%), habitualmente fruto de la decisión voluntaria de adelgazar. El adelgazamiento se consigue suprimiendo o reduciendo el consumo de alimentos, especialmente " los que engordan", y con cierta frecuencia mediante vómitos autoinducidos, uso indebido de laxantes, ejercicio físico desmesurado, consumo de anorexígenos y diuréticos, etc. El trastorno suele iniciarse entre los 14 y 18 años de edad, pero en los últimos tiempos se está constatando el descenso de la edad de inicio. El paciente anoréxico experimenta un intenso miedo al aumento de peso a pesar de que éste disminuya alarmantemente. La distorsión de la imagen corporal es casi una constante, sobrevalorándose las dimensiones de la silueta corporal, lo que "obliga" a mantener la restricción alimentaria".*

"¿Qué es la bulimia nerviosa?. Se trata de un trastorno del comportamiento alimentario caracterizado por la presencia de episodios críticos en los que la persona afectadas ingiere cantidades de alimento significativamente superiores a lo que es normal ingerir en circunstancias similares. Esta ingestión alimentaria se lleva a cabo experimentando paralelamente la sensación de pérdida de control sobre la misma. En principio, el bulímico no desea en absoluto incurrir en el atracón. Los atracones se acompañan de ciertas prácticas destinadas a compensar sus efectos sobre el peso, es decir, sobre la silueta corporal. Los vómitos autoinducidos son el recurso más frecuente, junto con el uso anómalo de laxantes, diuréticos, etc. La restricción alimentaria, los ayunos compensatorios, son también mayoritarios, casi universales. Estas limitaciones alimentarias constituyen una característica que emparenta la bulimia nerviosa con la anorexia nerviosa. Pero no sólo en esto coinciden ambos trastornos, la preocupación desmesurada por el peso y el cuerpo, y la excesiva influencia de la misma en la determinación de la autoestima, son otras tantas coincidencias que explican la existencia de anorexias bulímicas, de restricciones alimentarias en la bulimia y de transiciones entre ambos trastornos, muy especialmente desde la anorexia hacia la bulimia. El paciente bulímico experimenta permanentemente alteraciones del estado de ánimo, con tristeza y ansiedad en primer plano, y unos sentimientos de culpa que suelen constituir la música de fondo del trastorno".

H. Cámara de Diputados de la Nación



Las Islas Malvinas, Georgias del Sur
y Sándwich del Sur son Argentinas

"...El mundo de la moda y las modelos modélicas. El mundo de la moda, desde la llamada «alta costura» hasta el pret-a-porter, incluyendo los modestos y casi inexistentes tallercitos de modistas y costureras adictas al «corte y confección», ha desempeñado desde sus inicios históricos un papel relevante en la preocupación femenina por revelar/ocultar el cuerpo..... No es permisible abrigar duda alguna acerca de la importancia que la industria y los industriales del vestido tienen para el mantenimiento del actual modelo estético corporal".

"La difusión de las tendencias de la moda, renovadas cada estación en aras del consumismo más desaforado, no se entendería sin la presencia de las modelos. Estas muchachas, que protagonizan las exhibiciones de todo género de vestimenta femenina, que aparecen en pasarelas, revistas ilustradas, pantallas de televisión, carteles urbanos, fotografías de la prensa diaria, etc., quizás no se han convertido tanto en modelos del vestir, cuanto en modelos corporales. Es su silueta, su tipo de «percha», su generalizada delgadez, la que primariamente parece ejercer influencias decisivas en muchas adolescentes, muchísimas jóvenes y bastantes nostálgicas de juventud. Es más: una vez popularizadas sus imágenes, prestigiados sus cuerpos por encarnar el estereotipo físico que a su vez contribuyen a establecer, es cuando probablemente más influyen en el volumen de ventas de las prendas que anuncian. Pero su imagen física social, nimbada de prestigio, éxito y dinero, ha de suscitar forzosamente todo género de vocaciones. Especialmente entre quienes quizás no prevean otros mecanismos para mejorar su baja autoestima. La invasión y difusión de las imágenes, interactuando con el desarrollo de los mercados y la producción en serie, ha facilitado la impregnación colectiva, rápida e inmediata, de modelos textiles y corporales".

"Sin embargo, el actual concepto de modelo, quizás mejor de topmodel, no está asociado exclusivamente al campo de la moda en el vestir. Los cuerpos erigidos en prototipos pueden asociarse a cualquier producto... las topmodels que semejan muchachos, sin pecho y de pequeño trasero, parecen ser cualquier cosa menos femeninas. Para ayudar a este fin, a veces se utilizan en concursos muchachas de 14 o 15 años. Y así se ha hecho deseable y literalmente modélico—ser delgada. Muchas modelos tienen tallas 10-12. La talla media de la mujer británica es 16. ¿Por qué algunos sectores de la industria de la moda pretenden, de hecho, dessexualizar a las mujeres? ...".

"...no sólo se trata de una relación escalofriante de barbaridades alimentarias, de atentados a la salud, sino también de un conjunto de comportamientos socialmente modélicos por desarrollarlos unas modelos o actrices profesionales, populares y popularizadas. Su cuerpo prestigiado y los procedimientos para conseguirlo se insertan, asociados, en la mente de la población receptiva a estas informaciones. Las consecuencias son previsibles".

"La industria de la moda y la costura mueve millones (y billones). Sus escaparates vivientes, las modelos, difunden las pautas estéticas que otros —¿artistas?— deciden. La sociedad, miles y millones de personas de carne y hueso, las siguen, y si creen no coincidir con ellas, pueden desesperar y, claro está, enfermar. El culto a la delgadez extrema está tan cotidianamente arraigado que a veces genera decisiones entre dramáticas y ridículas".

"Todas estas modelos corporales de nuestra peculiar cultura constituyen a ojos de muchas mujeres y la mayoría de las jovencitas la quintaesencia de la belleza y el éxito. Aparecen en todos los medios de comunicación rodeadas del prestigio social que sólo

H. Cámara de Diputados de la Nación



Las Islas Malvinas, Georgias del Sur
y Sándwich del Sur son Argentinas

otorga la reverencia masiva de las gentes, provocada y azuzada por los comerciantes en modas ayudados por inteligentísimas campañas de mercadotecnia, de promoción y lanzamiento publicitario. Más ¿cómo no admirarlas, cómo no envidiarlas, cómo no imitarlas, si a su belleza, reconocida por todos y a su clamoroso éxito social, unen un no menos clamoroso éxito económico?. ... Así se potencian mutua y simultáneamente el culto a un determinado tipo de cuerpo, el culto a la juventud y el culto al producto que se pretende vender. Por otro lado, esa juventud de las modelos las sitúa más cerca de las expectativas de las adolescentes, las más indefensas ante estos impactos y las más susceptibles a los trastornos del comportamiento alimentario. Junto al impacto que esas muchachas ejercen sobre las ventas de los productos que anuncian, aquí interesa el que pueden ejercer y de hecho ejercen sobre las decisiones pro-adelgazamiento de las adolescentes. Pero alguien deberá estudiar algún día las tragedias, frustraciones y desesperanzas de miles de muchachas que, intentando seguir esa «modélica» vía, se han encontrado con rechazos infranqueables o con quienes han sabido aprovechar sus motivaciones situándolas en derroteros absolutamente dudosos...”.

“La mezcla de atrevimiento y cinismo con que se promociona la delgadez femenina oficial por parte de los sumos estetas creadores de la moda resulta, a veces, escalofriante. ... ¡Yo no promociono ni estoy a favor de la anorexia! Pero creo que si voy a enseñar mi ropa, prefiero enseñarla en personas delgadas. La ropa sienta mejor a la gente que cuida de su cuerpo y que está delgada. La imagen es importantísima”.

“Difícilmente se pueden lanzar más mensajes de alto riesgo en tan pocas palabras. Esas cuatro frases encierran todo un sistema de valores, toda una ideología, que es la que está sustentando nuestra cultura de la delgadez. Delgadez corporal se asocia a elegancia, a prestigio, a ropas/envoltorio que sólo así resultan bellas. Claro que ropas y cuerpo así planteados son simples apariencias, imágenes tan sólo. Pero «la imagen es importantísima» (es lo más importante). Y «cuidar de su cuerpo» significa «estar delgada». Por tanto, quien no está delgado no cuida su cuerpo, no da buena imagen, no puede llevar y lucir la ropa de las triunfadoras. ¿Cómo no aceptar esta concatenación de sofismas si los proclama y defiende precisamente una autoridad en la materia, un triunfador, quizás el mejor, el que, por serlo, sabe elegir bien a sus modelos, las modelos oficiales para todo el mundo?”

“Los fotógrafos de modas, es decir, de modelos, son los encargados de transmitir al gran público las ropas que hay que llevar, fijándolas en imágenes permanentes, indelebles, que correrán de mano en mano (de ojo en ojo, mejor). Esas ropas, soportadas por cuerpos delgados y en cualquier caso muy alejados de la anatomía promedio, suelen ser de tallas bastante inferiores a las tallas medias. No parece necesario extenderse en excesivas indagaciones sociológicas cuando puede constatarse a diario la estrecha relación existente entre dinero, poder, medios de difusión, moda y belleza/delgadez. Es la delgadez como artículo de consumo, un artículo de venta en un mercado con múltiples manifestaciones, secciones y dependencias”.

A fin de evitar que se siga agravando éste fenómeno, y que se vean discriminadas nuestra jóvenes es que propongo en mi Proyecto de Ley que los fabricantes de ropa femenina deberán confeccionar las prendas en todos los talles, de manera tal que cubran todas las medidas antropométricas de la mujer adolescente. Así como también, que los comercios que vendan ropa de mujer deberán tener en existencia todos los talles correspondientes a las referidas medidas de la mujer adolescente, de las prendas y modelos que comercialicen y ofrezcan al público.

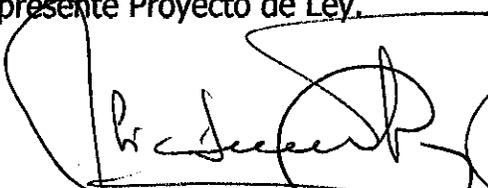
H. Cámara de Diputados de la Nación

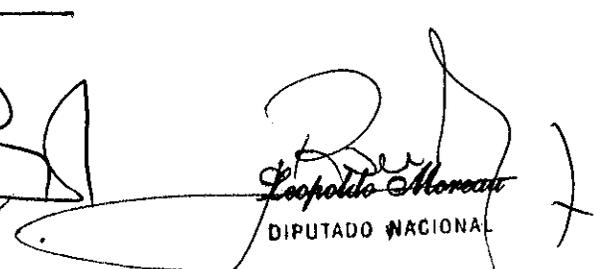


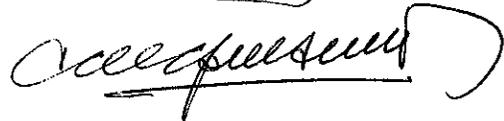
Las Islas Malvinas, Georgias del Sur
y Sándwich del Sur son Argentinas

A fin de asegurar el cumplimiento de la norma se propone, que aquellos fabricantes o comerciantes que no den cumplimiento a lo dispuesto en los artículos anteriores se le impondrá una multa de \$ 100 a \$10.000, y en los casos de incumplimientos reiterados se dispondrá la clausura de hasta 5 días del establecimiento fabril o local comercial.

En virtud de la importancia del problema expuesto, solicito el rápido tratamiento y aprobación del presente Proyecto de Ley.


Dra. ALICIA ESTER TATE
DIPUTADA DE LA NACION


Leopoldo Morcari
DIPUTADO NACIONAL



Prof. Olinda Montenegro
Diputada de la Nación

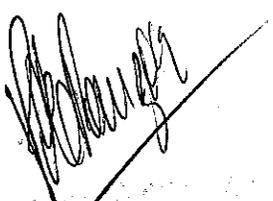


SILVINA LEONELLI
DIPUTADA DE LA NACION

RICARDO JANO
DIPUTADO DE LA NACION



CLAUDIO PEREZ MARTINEZ
DIPUTADO DE LA NACION


CLAUDIO PEREZ MARTINEZ
DIPUTADO DE LA NACION