

# “SOMOS DIVERSIDAD”



**Autor: Milagros Figueroa**

Estudiante de Escuela Vitivinícola Don Bosco

Proyecto de ley:

“Educación Sexual Integral en las escuelas secundarias de Mendoza”.

**Tipo:** Proyecto de Ley.

**Año:** 2020.

## HONORABLE CÁMARA:

Este proyecto de ley tiene como propósito hacer oír las voces de las minorías con objetivo de que las escuelas se reflejen en instituciones idóneas para nuestra patria y Nuestra América.

Partiendo del concepto de sexualidad al que alude la Ley N° 26.150 de Educación Sexual Integral (2006) (2009) : "es un espacio sistemático de enseñanza aprendizaje que promueve saberes y habilidades para la toma de decisiones responsables y críticas en relación con los derechos de los niños, las niñas y los/as adolescentes al cuidado del propio cuerpo, las relaciones interpersonales, la información y la sexualidad".

En función de ello, es clave entender que la sexualidad abarca aspectos biológicos, psicológicos, sociales, afectivos y éticos que implican considerarla como una de las dimensiones constitutivas de la persona, presente de diferentes maneras, y relevante para su despliegue y bienestar durante toda la vida. En resumen, la sexualidad se practica y se expresa en todo lo que somos, sentimos, pensamos y hacemos.

El 4 de octubre de 2006 se sancionó la Ley de Educación Sexual Integral (ESI) que tiene como objetivo garantizar la ESI de todos los niños, niñas y adolescentes. El artículo 1 de la ley afirma que "todos los educandos tienen derecho a recibir educación sexual integral en los establecimientos educativos públicos, de gestión estatal y privada de las jurisdicciones nacional, provincial, de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y municipal. A los efectos de esta ley, entiéndase como educación sexual integral la que articula aspectos biológicos, psicológicos, sociales, afectivos y éticos".

Teniendo en cuenta lo anterior vale resaltar que la ESI está formada por cinco (5) ejes:

- 1) Reconocimiento la perspectiva de género: la perspectiva de género es un modo de ver la realidad y las relaciones entre los varones y las mujeres. Estas relaciones, como todas las relaciones sociales, están mediadas por cuestiones de poder, y muchas veces la distribución de ese poder dejar en desventaja a las mujeres.
- 2) Respeto la diversidad: las personas somos todas distintas, y esta singularidad abarca el modo en que cada ser humano piensa, siente, cree, actúa y vive su sexualidad. Esta concepción humana, lejos de entenderse como una dificultad, posibilita el enriquecimiento de la experiencia social. Bajo este eje se propone valorar las múltiples diferencias, como instancia superadora del concepto de tolerancia.
- 3) Valoración afectiva: se busca reivindicar el lugar que ocupan las emociones y sentimientos en el aprendizaje, y contribuir al desarrollo de capacidades afectivas como la empatía, la solidaridad y el respeto. Este punto es central para la educación emocional, a fin de concebir el afecto y el cuidado desde el marco de una visión del respeto hacia los derechos de todas y todos.
- 4) Ejercicio de nuestros derechos: este eje pone en evidencia que niños, niñas y adolescentes son sujetos de derecho, con plena capacidad para participar, hacer oír su voz y no sufrir ningún tipo de discriminación, y considera a las personas adultas y al Estado como garante de sus derechos.
- 5) Cuidado del cuerpo: las nociones sobre qué es y cómo vivimos el cuerpo y cuidamos nuestra salud incluyen la dimensión biológica, al igual que los significados y valoraciones que se le otorgan en cada sociedad y en cada momento histórico. Un concepto amplio de salud, que no solo es la ausencia de enfermedad, sino que también incluye aspectos psicológicos, sociales y culturales.

Desde esta perspectiva, el proyecto se propone la reflexión crítica de los modelos y los mensajes de belleza que circulan en la sociedad y que influyen negativamente en la autoestima y en los vínculos interpersonales; promoviendo así la desnaturalización de los prejuicios y los estereotipos vinculados con el cuerpo y la salud.

En la construcción de las representaciones y valoraciones sobre el propio cuerpo intervino entonces esa historia, que es tanto historia individual como colectiva. Se puede afirmar que, particularmente en nuestra sociedad actual, los medios masivos de comunicación y el modelo consumista imperante cumplen un papel importantísimo en la producción de los modos de entender y vivir el cuerpo, y que es necesario analizar críticamente: lo convierten en objeto para el consumo, establecen los modelos de belleza corporal, exaltan el cuerpo joven, multiplican los deseos en torno al mismo.

Teniendo en cuenta la siguiente normativa:

#### **Argentina – Ley 11.723 – art. 31 – Derecho a la Imagen**

Art. 31. – El retrato fotográfico de una persona no puede ser puesto en el comercio sin el consentimiento expreso de la persona misma, información pills y muerta ésta, ascariasis de su cónyuge e hijos o descendientes directos de éstos, o en su defecto del padre o de la madre. Faltando el cónyuge, los hijos, el padre o la madre, o los descendientes directos de los hijos, la publicación es libre.

#### **Art. 3 de la Ley General de Publicidad: Publicidad Ilícita**

Es ilícita: La publicidad que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución, especialmente a los que se refieren sus artículos 14, 18 y 20, apartado 4. Se entenderán incluidos en la previsión anterior los anuncios que presenten a las mujeres de forma vejatoria o discriminatoria, bien utilizando particular y directamente su cuerpo o partes del mismo como mero objeto desvinculado del producto que se pretende promocionar, bien su imagen asociada a comportamientos estereotipados que vulnere los fundamentos de nuestro ordenamiento coadyuvando a generar la violencia a que se refiere la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección.

Como sabemos, los medios de comunicación son un fuerte en la actualidad. Y dentro de ellos se utilizan para un sinnúmero de objetivos, la mayoría: publicidad o marketing digital. Aquí es donde entra la diversidad de imagen, se refiere al uso de modelos sin importar la raza, edad, creencias, preferencias sexuales o rasgos físicos. Y eso es lo que falta en cada una de las publicidades, personas que no sean iguales y que no tengan que cumplir con cada estereotipo impuesto por y en la sociedad. Si hay talles grandes es un local de ropa, que lo modele una persona con esas características, y viceversa. Hablar sobre diversidad abarca más asuntos que sólo las tallas. Hoy en día implica una aceptación de las particularidades de las personas: 'comunes': étnicas, edades, tonos de piel y siluetas.

### **EL H. SENADO Y LA CÁMARA DE DIPUTADOS DE LA PROVINCIA DE MENDOZA, SANCIONAN CON FUERZA DE LEY:**

**Artículo 1:** Es obligación para todos los comercios dedicados a la venta de indumentaria para todos los géneros, tener en cuenta las personas dispuestas a modelar dicha ropa, sin importar sus rasgos físicos.

**Artículo 2:** Las publicidades, en formato digital o impresas, estará abierta/disponible su suscripción para todas las personas dispuestas a postularse, excepto que tenga algún requisito particularmente este, siempre cuando no sea discriminatorio.

**Artículo 3:** se exige que en las redes sociales haya diversidad de imagen, y cuando estas contengan material el cual no acepte algún rasgo físico, étnico, religioso, cultural, entre otros. Se pueda denunciar y provocar su eliminación inmediatamente. Los comercios del rubro indumentaria u otros que utilicen la imagen de personas para promocionar sus productos por cualquier entorno virtual o red social, deberán presentar la imagen garantizando que el 40% de la publicidad o propaganda difundida incluya mensajes que consideren las diversidades mencionadas.

**Artículo 4:** prendas y/o accesorios de talles grandes deben ser modelados por personas con esas características y no por otras que simulen/aparentan estas.

**Artículo 5:** se exige que en cursos de marketing digital, o clases educativas sobre redes sociales y publicidad, tengan en su contenido charlas sobre "diversidad de imágenes" y promuevan/practiquen acciones relacionadas.

**Artículo 6:** comuníquese al Poder Ejecutivo y publíquese en el boletín oficial.