

Recomendación N°: 7/2017

El Plenario del Consejo de Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes (CDNNyA) de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, expresa su preocupación por la exposición publicitaria de niñas realizada por parte de la marca Ona Saez.

El Plenario del Consejo de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes, conformado - de acuerdo a lo previsto en la Ley 114 de la Ciudad de Buenos Aires- por la Dirección Ejecutiva del Consejo, autoridades del GCBA, de la Asesoría General Tutelar, representantes de los distintos bloques de la Legislatura, de las organizaciones de la sociedad civil y de las defensorías zonales; expresa su preocupación por el uso publicitario de las imágenes de dos niñas en situaciones no adecuadas a su edad y por el impacto (pregnancia) que esta iniciativa puede tener en relación a los modelos seguidos por las niñas, niños y adolescentes que consumen o no la marca en cuestión.

En lo concreto, la campaña publicitaria demostraba también a dos niñas extremadamente delgadas en posiciones claramente adultizadas y sexualizadas. Lamentablemente no es la única marca de indumentaria en la que se promueve la delgadez extrema, la adultización y la sexualización de la infancia; incluso a través de la utilización de modelos adult@s.

Es dable aclarar que -no obstante que las niñas y las adolescentes cuentan con el consentimiento de sus progenitores- la participación de niños, niñas y adolescentes como modelos en este tipo de campañas no pueden vulnerar en modo alguno lo dispuesto por el art. 9º de la ley 26.061 que establece el DERECHO A LA DIGNIDAD Y A LA INTEGRIDAD PERSONAL y a no ser sometidos a ningún tipo de trato humillante y a ninguna explotación comercial. En consonancia el art. 25 de la misma ley limita el DERECHO AL TRABAJO DE LOS ADOLESCENTES cuando la actividad laboral importe riesgo, peligro para el desarrollo, la salud física, mental o emocional.

En otro orden la campaña publicitaria en cuestión ha quebrantado lo establecido por el art. 6 inc. f) de la ley 26.485 que define a la Violencia mediática contra las mujeres por cuanto la misma se configura cuando existe difusión de imágenes estereotipadas que atentan contra la dignidad de las mujeres.

En este sentido, se recomienda a la marca Ona Saez y otras empresas de indumentarias evaluar este tipo de acciones también a la luz del principio del interés superior del niño, y consultar a los organismos especializados en caso de dudas respecto a las imágenes y conceptos publicitados.

Buenos Aires, 30 de mayo de 2017.

Asesoría General Tutelar
Asociación Zucarevsky
Asociación General Tutelar

Rosa Carolina Guede
Rosa Carolina Guede
O.N.G. "Juntos por el futuro"

J.P.M.V.17
J.P.M.V.17

Jose Dr. Santam
Jose Dr. Santam

MABEL BIANCO
MABEL BIANCO
Vocal por Defensoría

JOSE PABLO MARIO
JOSE PABLO MARIO
VOCAL POR DEF.

ALAN VOGELFANG
ALAN VOGELFANG