Boletín N° 11.386-03

Proyecto de ley, iniciado en moción del Honorable Senador señor Navarro, para incorporar un artículo nuevo en la ley N° 19.496, que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, para prohibir las promociones u ofertas que discriminen por razones de género en establecimientos en que se expendan bebidas alcohólicas.

1- Que las mujeres en Chile y en buena parte del mundo pueden ser identificadas como un grupo social oprimido y subalterno respecto a los hombres. En ese sentido existe un proceso de dominación permanente, que naturaliza los diferenciales de poder entre sexos, y genera estructuras y prácticas sociales que perpetúan e invisibilizan dicha dominación[1].

2- Que los procesos de subjetivación de la mujer, la sitúan por ende como objeto en la lógica de la dominación masculina, impulsando un conjunto de valores que la interpelan a partir de intereses que no le son propios y le restan de manera progresiva la autonomía y el poder de decisión sobre su vida[2].

3- Que dicho proceso de subjetivación, a su vez es un proceso de creación de relaciones sociales, que crea y perpetúa la posición subalterna de la mujer, es también un responsable importante de la violencia de género en sus diferentes expresiones, toda vez que establece jerarquías dentro de la especie basadas en la diferencia sexual, en las que el varón es el único que goza de humanidad y derecho pleno, versus la mujer objetivizada e inferiorizada[3].

4- Que el femicidio como fenómeno social, es la expresión más brutal de la violencia de género y que en América Latina tiene cifras alarmantes: En promedio, 12 mujeres son asesinadas al día por razones de género, solo el año 2014, 2.089 mujeres fueron asesinadas en la región por las mismas causas, y en Chile el año 2016 fueron 56 los asesinatos de este tipo[4] [5].

5- Que junto con lo anterior, la violencia sexual es otro indicador concreto de la deshumanización de la mujer. En Chile el año 2011 un estudio reveló que se cometen 17 violaciones diarias y 34 abusos sexuales, siendo mujeres el 84% de las víctimas[6].

6- Que dicha situación alcanza ribetes alarmantes, toda vez que un estudio realizado por Massil Benbouriche, el año 2015 y publicado el 2016, concluye que el 30% de los hombres violaría a una mujer si su acción no tuviera consecuencias penales, y que el 50% mentiría o manipularía a una mujer para mantener relaciones sexuales[7].

7- Que dicha situación se condice con el hecho de que, en el terreno internacional, uno de cada cuatro europeos justifica una violación sexual “cuando la mujer se viste

con ropa provocativa, haya accedido a marcharse con el agresor o bien vaya drogada o bebida"[8].

8. Que junto con el femicidio y la violencia sexual, la violencia intrafamiliar es una forma más de violencia de sexo/género, que según un informe de la Organización Panamericana de la Salud y el Observatorio de Equidad de Género en Salud del año 2012, llegó a 97.524 denuncias efectuadas solo por mujeres[9].

9- Que el neoliberalismo ha usufructuado y subsumido las lógicas de la dominación masculina, haciendo de las mujeres un objeto de consumo, hipersexualizando la femineidad en una posición subalterna orientada a satisfacer el deseo masculino[10] [11].

10- Que la publicidad, es un mecanismo de generación de subjetividad, que a pesar de que en algunas esferas está orientada a incentivar el consumo femenino, apunta a generar de manera permanente y sistemática una imagen del ser mujer ligada a la validación ante la mirada masculina, reforzando los diferenciales de poder[12] [13] [14].

11- Que el nombrado proceso de dominación, se expresa también en las diferencias salariales, que en nuestro país constituyen una diferencia de 31,6% a favor de los hombres[15]. En la baja participación laboral de las mujeres, que en Chile llega a un 45%, contra un 60% promedio en América Latina[16], y su baja prevalencia en puestos directivos en el mundo privado que es solo un 5,4%[17].

12- Que por consecuencia lógica de lo anterior y a partir del desarrollo histórico de las relaciones de producción, es el varón el sujeto de consumo, a pesar de que la

[1] Bourdieu, P. (2000). La dominación masculina. Editorial Anagrama. Barcelona.

[2] Cobo, R. (2015). El cuerpo de las mujeres y la sobrecarga de sexualidad. Investigación feministas. (6) 7-19

[3] Cobo, R. (2015). El cuerpo de las mujeres y la sobrecarga de sexualidad. Investigación feministas. (6) 7-19

[4] http://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-37828573

[5] http://www.nomasviolenciacontramujeres.cl/femicidio-ano-2015/

[6] http://www.emol.com/noticias/nacional/2011/09/23/504699/analisis-revela-que-en-chile-se-cometen-17-violaciones-diarias-y-34-abusos-sexuales.html

[7] http://www.cicc.umontreal.ca/public/media/files/prod/bourses_recipiendaires_file/RAPPORT-DE-RECHERCHE_Recherche-et-Societe_MBenbouriche_juillet2016.pdf

[8] http://www.drogasgenero.info/violaciones-ocio-nocturno-cuando-la-victima-ha-bebido-se-la-culpabiliza/

[9] OPS y OMS. (2013). Violencia de Género en Chile. OPS. Santiago de Chile.

[10] Cobo, R. (2015). El cuerpo de las mujeres y la sobrecarga de sexualidad. Investigación feministas. (6) 7-19

[11] Cáceres, M. D. (2008). La representación del cuerpo de la mujer en la publicidad de revistas femeninas. Estudios sobre el Mensaje Periodístico. (14) 309-327

[12] Corrales, O. (2005). Publicidad, consumo y gobierno de la subjetividad. Comunicación y Medios (16), 1-8. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5242713.pdf

[13] Cobo, R. (2015). El cuerpo de las mujeres y la sobrecarga de sexualidad. Investigación feministas. (6) 7-19

[14] Cáceres, M. D. (2008). La representación del cuerpo de la mujer en la publicidad de revistas femeninas. Estudios sobre el Mensaje Periodístico. (14) 309-327

[15] http://www.t13.cl/noticia/nacional/ine-aumenta-316-brecha-salarial-mujeres-y-hombres

[16] http://www.cl.undp.org/content/chile/es/home/presscenter/articles/2017/03/08/-c-mo-avanzamos-para-lograr-la-igualdad-de-g-nero-en-el-mundo-laboral-.html

[17] http://www.cl.undp.org/content/chile/es/home/presscenter/articles/2017/03/08/-c-mo-avanzamos-para-lograr-la-igualdad-de-g-nero-en-el-mundo-laboral-.html

progresiva incorporación de la mujer como fuerza de trabajo y titular de derechos patrimoniales actúe como contratendencia, ya que gran parte del consumo femenino en el marco del neoliberalismo está dirigido a subjetivarlas según los parámetros estéticos impuestos desde las esferas de la masculinidad[18].

13- Que es por todos sabido, la práctica habitual de diferentes establecimientos orientados al ocio y a la recreación, como discotecas y pubs, de permitir el acceso gratuito o con costo rebajado rebajado a mujeres, así como precios preferenciales en las cartas de alcohol.

14- Que a partir de lo expuesto con anterioridad, puede establecerse con seguridad que la práctica citada en el número precedente, obedece a una estrategia para captar clientes varones, de mayor poder adquisitivo, mediante el intento de asegurar la presencia abundante de mujeres en el establecimiento, lo que incurre en una práctica que denosta y cosifica a la mujer, lo que contribuye a reproducir la posición subyugada y marginada de la mujer en la sociedad.

15- Que dicha lógica se condice con los resultados de un estudio realizado por la Universidad de Granada, que establece que el uso de alcohol es una estrategia para conseguir mantener relaciones sexuales no consentidas o para debilitar la capacidad de una mujer para resistirse a una interacción sexual[19].

16- Que lo anterior se reafirma en un estudio presentado el 2012 en un congreso organizado en Valencia por la Sociedad Científica Española de Estudios sobre el Alcohol Socidrogalcohol, que señala que en una de cada tres violaciones hay consumo de alcohol implicado[20].

17- Que en la misma instancia, Josep Guardia, consultor sénior en psiquiatría y miembro de la unidad de conductas adictivas en el hospital Sant Pau de Barcelona, advirtió que las mujeres que sufren una intoxicación por alcohol "tienen más probabilidades de tener actividad sexual no planificada y no protegida" y de convertirse en víctima de una agresión "física o sexual"[21].

18- Que la doctora Solange Partarrieu, miembro de la Sociedad Chilena de Obstetricia y Ginecología Infantil y Adolescente (SOGIA), el año 2012 aseguró que: “Son bastantes las adolescentes que llegan, por ejemplo, a los servicios de urgencia cuando ya han recuperado la conciencia, relatando que el consumo (de alcohol) fue

[18] Cobo, R. (2015). El cuerpo de las mujeres y la sobrecarga de sexualidad. Investigación feministas. (6) 7-19

[19] Romero-Sánchez, M. y Megías, J.L. (2010). Alcohol use as a strategy for obtaining nonconsensual sexual relations: incidence in spanish university students and relation to rape myths acceptance. The Spanish Journal of Psychology, 13, 2, 864-874.

[20] http://agencias.abc.es/agencias/noticia.asp?noticia=1181130

[21] http://agencias.abc.es/agencias/noticia.asp?noticia=1181130

tan grande que perdieron la conciencia y la memoria... y no saben si es que hubo o no actividad sexual”[22].

19- Que en la misma línea la perito en Sexología Forense del Servicio Médico Legal (SML), doctora Carolina Orellana señaló respecto a los casos de abuso sexual a mujeres jóvenes: “Lo más frecuente es que las víctimas lleguen contando que estuvieron en una fiesta, que conocieron algunas personas y, sin darse cuenta, despertaron al otro día sin alguna prenda de ropa y sin saber qué pasó esa noche”, a lo que agrega que “es frecuente en las niñas que consultan al Médico Legal que les salga positiva la alcoholemia y que toda esta alteración de conciencia sea secundaria al exceso de consumo de alcohol”[23].

20- Que en el País Vasco, ya se ha propuesto la iniciativa en el Reglamento de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas, que prohíbe las entradas gratis o preferenciales a las mujeres a locales de ocio, por razones idénticas a las acá expuestas[24]. Así lo señaló el pasado 10 de junio el *Elsemanariodigital.com*: “dejar pasar gratis a las mujeres a determinadas discotecas y centros de ocio, básicamente nocturno, era una tradición muy extendida con un único objetivo: utilizarlas como gancho comercial para atraer a más hombres. Hasta hoy, al menos en el País Vasco.”

PROYECTO DE LEY:

UNO - Créese el siguiente nuevo artículo 36 bis en la ley 19.496 en el párrafo segundo de promociones y ofertas, del Título III:

“Con todo, se prohíbe toda promoción u oferta que discrimine por razones de sexo/género en establecimientos en el que se expendan bebidas alcohólicas.”

Alejandro Navarro Brain
Senador de la República

[22] http://www.lasegunda.com/Noticias/Nacional/2012/10/792403/Que-me-paso-anoche-Preocupante-realidad-post-carrete-Adolescentes-aseguran-ser-abusadas-mientras-permanecen-ebrias
[23] http://www.lasegunda.com/Noticias/Nacional/2012/10/792403/Que-me-paso-anoche-Preocupante-realidad-post-carrete-Adolescentes-aseguran-ser-abusadas-mientras-permanecen-ebrias
[24] http://www.esdiario.com/elsemanaldigital/679437994/Euskadi-acaba-con-la-discriminacion-positiva-en-las-discotecas.html