

PROYECTO DE LEY QUE MODIFICA LA LEY N° 19496 QUE ESTABLECE NORMAS SOBRE PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES, ESTABLECIENDO LA PROHIBICIÓN EXPRESA DE PUBLICIDAD QUE PROMUEVA ESTEREOTIPOS NEGATIVOS HACIA LA MUJER

Valparaíso, 21 de enero de 2016

En uso de nuestras facultades constitucionales tenemos el honor de someter a vuestra consideración el siguiente proyecto de ley que modifica la ley N° 19496 que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, estableciendo la prohibición expresa de publicidad que promueva estereotipos negativos hacia la mujer.

Considerando:

1° Que, hace unos días, conmoción causó una publicidad que aseguraba que los productos de Clorox –utensilios y limpiadores de aseo- eran "la pareja perfecta para la mujer de hoy" ya que este tipo de anuncios publicitarios no contribuía a avanzar hacia la igualdad de derechos y oportunidades entre mujeres y hombres, y a generar un cambio cultural para lograr en Chile una verdadera corresponsabilidad en la crianza y en las tareas del hogar, las que no son resorte exclusivo para las mujeres, entendiendo además que la publicidad de aseo no es para las mujeres sino para el hogar y su limpieza es responsabilidad de todos.

2° Que, este tipo de publicidad ya se ha dado antes en nuestro país y no existe nada que impida que siga dando en el futuro.

3° Que, los estereotipos son esas creencias y percepciones generalizadas acerca de las características que están mentalmente asociadas a los grupos de personas. Contienen información sobre los papeles sociales que están vinculados a los miembros de los grupos, el grado en que comparten cualidades específicas e influyen en las reacciones emocionales de quienes estereotipan¹.

4° Que, estos pueden producir tanto efectos positivos como negativos. En relación con los primeros, son útiles en los juicios sociales porque, en algunos casos, especialmente cuando están parcialmente correctos, pueden ser informativos, funcionales y mentalmente eficientes. Los estereotipos ayudan a predecir el comportamiento de los otros; son mentalmente eficientes en la medida en que posibilitan realizar juicios rápidos; y contribuyen a la auto-protección, ya

¹ Cardoso O. Emanuela (2016): "Mujeres y estereotipos de género en la jurisprudencia de la Corte Interamericana de Derechos Humanos", pp. 29 en Revista en Cultura de la Legalidad N°9.

que, en situaciones de riesgo, ayudan a identificar con facilidad algunas características de otras personas que pueden representar una amenaza en potencial. A pesar de estos beneficios, pueden producir asimismo diversos efectos negativos no solo para los individuos y los grupos estereotipados, sino también para la sociedad en general, en la medida en que dificultan las interacciones entre personas de grupos sociales distintos².

5° Que, los estereotipos negativos entorpecen la habilidad de las personas de alcanzar su potencial ya que limita sus elecciones y oportunidades. Están detrás de la discriminación de género declarada y encubierta, directa e indirecta, y recurrente que afecta de modo negativo la igualdad substantiva que habría que garantizar a las mujeres. Se traducen en políticas, leyes y prácticas que causan daños a las mujeres sobre el terreno. El efecto de este fenómeno sobre la integridad mental y física de las mujeres es de privarlas de iguales conocimientos, y del ejercicio y el goce de los derechos y las libertades fundamentales.³

6° Que, la Convención Internacional para la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW), Tratado Internacional sobre Derechos Humanos suscrito y ratificado por Chile, en la letra a) de su artículo 5 establece la obligación de nuestro país de tomar las medidas apropiadas para *“modificar los patrones socioculturales de conducta de hombres y mujeres, con miras a alcanzar la eliminación de los prejuicios y las prácticas consuetudinarias y de cualquier otra índole que estén basados en la idea de la inferioridad o superioridad de cualquiera de los sexos o en funciones estereotipadas de hombres y mujeres”*.

7° Que, actualmente nuestro ordenamiento jurídico regula la publicidad de los bienes y servicios en la ley N° 19496 que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, la que sin embargo, no contiene ninguna normativa especial referida a la publicidad que genera estereotipos negativos hacia la mujer, permitiéndose que se den anuncios publicitarios discriminatorios o que atenten contra la dignidad de ésta, sin prohibición ni sanción alguna.

² Cardoso O. Emanuela (2016): ob. cit. pp. 31.

³ Véase <http://www.unwomen.org/es/news/stories/2011/7/countering-gender-discrimination-and-negative-gender-stereotypes-effective-policy-responses>

Por todo lo anterior, quienes suscribimos venimos a presentar el siguiente proyecto de ley:

**PROYECTO DE LEY QUE MODIFICA LA LEY N° 19496 QUE ESTABLECE
NORMAS SOBRE PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE LOS
CONSUMIDORES, ESTABLECIENDO LA PROHIBICIÓN EXPRESA DE
PUBLICIDAD QUE PROMUEVA ESTEREOTIPOS NEGATIVOS HACIA LA
MUJER**

Artículo único. Incorpórase un nuevo artículo 28 C en la ley N° 19496 que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores en los siguientes términos: “Artículo 28 C. Comete infracción a las disposiciones de esta ley el que, a sabiendas o debiendo saberlo y a través de cualquier tipo de mensaje publicitario promueve estereotipos negativos hacia la mujer”.

**CLAUDIA NOGUEIRA
DIPUTADA DE LA REPUBLICA**