



MARKETING DIGITAL Y NORMALIZACIÓN DEL ALCOHOL: UN ANÁLISIS DEL IMPACTO EN LA VIOLENCIA DE GÉNERO EN LAS AMÉRICAS

Yahaira Ochoa Ortiz (Salud Justa Mx), México

Introducción / Contexto

En la región de las Américas, el consumo de alcohol presenta patrones de riesgo únicos debido a la falta de regulaciones estrictas y a una cultura que vincula estrechamente la identidad social con la bebida. Mientras los indicadores de organismos como la OPS/OMS muestran un cierre de la brecha de consumo entre géneros, el sistema de salud sigue operando bajo un esquema androcéntrico que ignora las consecuencias sociales y biológicas diferenciadas en las mujeres.

Hipótesis:

Se postula que la industria del alcohol emplea estrategias de marketing altamente segmentadas que buscan normalizar el consumo en las mujeres. Esta normalización actúa como un catalizador estructural de la violencia de género, al fomentar entornos de vulnerabilidad para las consumidoras y, simultáneamente, proporcionar un marco de "impunidad social" que justifica la agresividad del varón y revictimiza a la mujer, invalidando su testimonio en contextos de violencia bajo el estigma de la embriaguez.

Estrategias Publicitarias en Redes Sociales:

- Pink Marketing y Falso empoderamiento de las mujeres.
- La normalización del alcohol como herramienta de coping (enfrentamiento) frente al agotamiento por la doble jornada laboral y de cuidados (ej. fenómeno Mommy Juice).
- El uso de redes como Instagram y TikTok para asociar el consumo con el autocuidado (self-care) y la pertenencia a grupos de estatus elevado.



Relación con la Violencia hacia las Mujeres:

- Justificación del agresor.
- Culpabilización de la víctima.

Conclusiones:

Es imperativo que los gobiernos de la región implementen políticas públicas que regulen la publicidad digital con perspectiva de género. La desnormalización del consumo es una estrategia de prevención primaria necesaria para dismantelar las estructuras que sostienen la violencia contra las mujeres y para avanzar hacia un sistema de salud que considere estas desigualdades.

Palabras clave: Américas, Violencia de Género, Industria del Alcohol, Marketing Digital, Sesgo Androcéntrico.



