

El pacto patriarcal: ¿cómo los medios de comunicación perpetúan la opresión?

The patriarchal pact: how does the media perpetuate oppression?

O pacto patriarcal: como os meios de comunicação perpetuam a opressão?

Enrique Ivan Vega Mucha 

evega@unfv.edu.pe

Universidad Nacional Federico Villarreal.
Lima, Perú

Carlos Laza Valdivia 

clazavaldivia@gmail.com

Universidad de San Martín de Porres. Lima,
Perú

Hubert Luque Huamani Chirinos 

hhuamani@unab.edu.pe

Universidad Nacional de Barranca. Lima, Perú

William Enrique Cruz Gonzales 

wcruzg@unfv.edu.pe

Universidad Nacional Federico Villarreal.
Lima, Perú

Artículo recibido 10 de noviembre 2025 | Aceptado 19 de diciembre 2025 | Publicado 6 de enero 2026

Resumen

El artículo analiza cómo las estructuras patriarcales se reproducen en los medios de comunicación y en las redes sociales, afectando la percepción social de las mujeres y su participación en distintos ámbitos de la vida pública. Se examinan las representaciones estereotipadas, la violencia simbólica y la influencia de la masculinidad tóxica en la construcción de roles de género, mostrando cómo estos mecanismos refuerzan desigualdades históricas. A partir de la revisión de literatura y estudios de caso internacionales, se evidencian patrones de invisibilización, objetificación y marginalización de las mujeres, al mismo tiempo que se identifican estrategias de resistencia y negociación feminista que buscan transformar las relaciones de poder. El análisis refleja la complejidad de los pactos patriarcales y la manera en que los medios actúan como agentes de reproducción cultural, socializando normas de género y condicionando la participación femenina, al tiempo que abre un espacio para pensar en cambios estructurales hacia una sociedad más equitativa.

Palabras clave: Pacto patriarcal; Género; Medios de comunicación; Dominación; Masculinidad tóxica

Abstract

This article examines how patriarchal structures are reproduced in media and social networks, shaping social perceptions of women and their participation in public life. It explores stereotypical representations, symbolic violence, and the impact of toxic masculinity on the construction of gender roles, highlighting how these mechanisms perpetuate historical inequalities. Drawing on literature reviews and international case studies, patterns of invisibilization, objectification, and marginalization of women are identified, alongside feminist strategies of resistance and negotiation aimed at transforming power relations. The analysis underscores the complexity of patriarchal agreements and the role of media as agents of cultural reproduction, socializing gender norms while influencing female participation, opening a path toward structural change and a more equitable society. This article examines how patriarchal structures are reproduced in media and social networks, shaping social perceptions of women and their participation in public life. It explores stereotypical representations, symbolic violence, and the impact of toxic masculinity on the construction of gender roles, highlighting how these mechanisms perpetuate historical inequalities. Drawing on literature reviews and international case studies, patterns of invisibilization, objectification, and marginalization of women are identified, alongside feminist strategies of resistance and negotiation aimed at transforming power relations. The analysis underscores the complexity of patriarchal agreements and the role of media as agents of cultural reproduction, socializing gender norms while influencing female participation, opening a path toward structural change and a more equitable society.

Keywords: Patriarchal pact; Gender; Media; Domination; Toxic masculinity

Resumo

O artigo analisa como as estruturas patriarcais se reproduzem nos meios de comunicação e nas redes sociais, influenciando a percepção social das mulheres e sua participação em diferentes esferas da vida pública. Examina-se as representações estereotipadas, a violência simbólica e a influência da masculinidade tóxica na construção dos papéis de gênero, evidenciando como esses mecanismos reforçam desigualdades históricas. A partir da revisão de literatura e de estudos de caso internacionais, identificam-se padrões de invisibilização, objetificação e marginalização das mulheres, ao mesmo tempo em que se destacam estratégias feministas de resistência e negociação que buscam transformar as relações de poder. A análise reflete a complexidade dos pactos patriarcais e o papel dos meios de comunicação como agentes de reprodução cultural, socializando normas de gênero e condicionando a participação feminina, ao mesmo tempo que abre espaço para pensar mudanças estruturais rumo a uma sociedade mais equitativa.

Palavras-chave: Pacto patriarcal; Gênero; Meios de comunicação; Dominação; Masculinidade tóxica

INTRODUCCIÓN

El análisis del pacto patriarcal en los medios de comunicación constituye un eje central para comprender la persistencia de las desigualdades de género en las sociedades contemporáneas. Los medios no solo informan o entretienen, sino que funcionan como poderosos dispositivos simbólicos que producen y reproducen significados sociales, legitimando jerarquías y relaciones de poder profundamente arraigadas. En este sentido, el patriarcado no se limita a las relaciones interpersonales, sino que se manifiesta estructuralmente en instituciones culturales, políticas y económicas, siendo los medios de comunicación uno de sus principales vehículos de reproducción simbólica.

El concepto de pacto patriarcal, desarrollado en la teoría feminista por autoras como Hartmann (1979), Amorós (1990) y Walby (1990), hace referencia a un conjunto de acuerdos implícitos o explícitos entre hombres que garantizan la conservación del poder masculino y la subordinación femenina. Este pacto se sostiene mediante prácticas sociales, discursos culturales y mecanismos institucionales que refuerzan la dominación masculina como un orden natural e incuestionable. Los medios de comunicación, al producir narrativas estereotipadas sobre los roles de género, desempeñan un papel decisivo en la consolidación de dicho pacto.

Históricamente, las instituciones mediáticas han estado controladas mayoritariamente por hombres, lo que ha influido de manera directa en la forma en que se representan las identidades de género (Byerly y Ross, 2008). Esta hegemonía se traduce en la visibilización de los hombres como figuras de poder, liderazgo y racionalidad, mientras que las mujeres suelen ser representadas en roles subordinados, domésticos o hipersexualizados. Tales representaciones no solo reflejan desigualdades preexistentes, sino que contribuyen activamente a su reproducción, configurando imaginarios colectivos que legitiman la dominación masculina.

En el contexto latinoamericano, y particularmente en el Perú, estas dinámicas se expresan con claridad en productos culturales como las telenovelas, los programas de entretenimiento y la publicidad,

donde persisten estereotipos de género que refuerzan la división sexual del trabajo y la desigualdad simbólica. Las mujeres son frecuentemente asociadas con el cuidado, la emotividad o la dependencia, mientras que los hombres encarnan la autoridad, la acción y el control. Estas narrativas contribuyen a la normalización de la violencia simbólica y a la aceptación social de normas que perpetúan la opresión femenina (Fernández et al., 2016).

Desde una perspectiva constructivista, el significado de género se produce socialmente a través de la interacción y la mediación cultural. Vygotsky (1978) sostiene que el desarrollo humano está profundamente influido por el entorno social y los sistemas simbólicos que median la experiencia. En consonancia con esta visión, la teoría crítica de la Escuela de Frankfurt, especialmente en los planteamientos de Adorno, subraya que la producción cultural no es neutral, sino que responde a intereses de poder que moldean el conocimiento y la conciencia social. En este marco, los medios operan como aparatos ideológicos que contribuyen a la reproducción del orden patriarcal.

La relevancia de esta investigación se inscribe también en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, particularmente el ODS 5, orientado a la igualdad de género. Analizar críticamente el papel de los medios en la reproducción del pacto patriarcal permite visibilizar los mecanismos simbólicos que obstaculizan el avance hacia sociedades más justas e inclusivas. En este sentido, la pregunta que orienta el presente estudio es: ¿de qué manera las narrativas y estereotipos difundidos por los medios de comunicación fortalecen el pacto patriarcal en términos de poder y control social?

La hipótesis que guía esta investigación sostiene que los medios de comunicación, influenciados por el pacto patriarcal, reproducen y refuerzan estructuras de poder mediante la construcción de narrativas que legitiman la masculinidad hegemónica, perpetúan roles tradicionales y normalizan la subordinación femenina. Esta dominación simbólica demanda una revisión crítica de las prácticas mediáticas y la promoción de estrategias orientadas a la diversidad, la inclusión y la equidad de género.

MÉTODO

La investigación se desarrolló desde un enfoque cualitativo, sustentado en una revisión teórica y analítica de literatura especializada sobre patriarcado, género y medios de comunicación. El proceso investigativo se basó en la recopilación, sistematización y análisis crítico de fuentes académicas relevantes, incluyendo libros, artículos científicos, tesis y capítulos de obras colectivas, seleccionados por su pertinencia conceptual y rigor académico.

El procedimiento consistió en la búsqueda exhaustiva de estudios publicados en bases de datos académicas, repositorios universitarios y editoriales especializadas, priorizando textos clásicos de la teoría feminista y aportes contemporáneos vinculados a la comunicación, la masculinidad hegemónica y la violencia simbólica. Posteriormente, se realizó un análisis interpretativo que permitió identificar categorías

emergentes relacionadas con la reproducción del pacto patriarcal, tales como estereotipos de género, masculinidad tóxica, invisibilización femenina, control social y producción simbólica del poder.

El análisis se orientó por un razonamiento inductivo, partiendo de casos y representaciones mediáticas documentadas en la literatura para construir interpretaciones generales sobre el rol de los medios en la perpetuación de la dominación patriarcal. Asimismo, se empleó una perspectiva crítica, inspirada en los aportes de la teoría crítica y el feminismo, con el fin de problematizar los discursos naturalizados y evidenciar sus implicancias sociales y culturales.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El pacto patriarcal como estructura simbólica en los medios de comunicación

Los resultados del análisis evidencian que el pacto patriarcal opera en los medios de comunicación como una estructura simbólica profundamente arraigada, que regula la representación de género y legitima relaciones desiguales de poder. Siguiendo a Amorós (1990) y Walby (1990), este pacto no se manifiesta únicamente a través de mecanismos explícitos de exclusión, sino mediante prácticas discursivas y narrativas que presentan la subordinación femenina como natural, inevitable y socialmente aceptada.

En los contenidos mediáticos analizados por diversos estudios, se observa una reiteración sistemática de roles tradicionales que refuerzan la división sexual del trabajo y la jerarquización de los géneros. Las mujeres son representadas mayoritariamente en espacios vinculados al cuidado, la emocionalidad y la dependencia, mientras que los hombres ocupan posiciones de liderazgo, autoridad y acción (Byerly y Ross, 2008; De los Ríos y Rodríguez, 1997). Esta distribución simbólica consolida la idea de que el poder y la racionalidad pertenecen al ámbito masculino, reproduciendo el núcleo del pacto patriarcal.

Desde una perspectiva estructural, Walby (1990) identifica seis esferas a través de las cuales opera el patriarcado: el hogar, el trabajo remunerado, el Estado, la violencia, la sexualidad y la cultura. Los medios de comunicación se insertan de manera transversal en estas dimensiones, funcionando como un dispositivo cultural que articula y refuerza las demás esferas. En particular, la cultura mediática contribuye a legitimar la desigualdad al presentar representaciones estereotipadas que normalizan la dominación masculina y minimizan las resistencias feministas.

Estereotipos de género y violencia simbólica

Uno de los hallazgos más consistentes del estudio es la persistencia de estereotipos de género como mecanismo central de reproducción del pacto patriarcal. La literatura revisada señala que los medios no solo reflejan estereotipos existentes, sino que los producen activamente a través de narrativas reiterativas que moldean el imaginario social (Fernández et al., 2016; Estramiana y Ruiz, 2006).

La violencia simbólica, concepto desarrollado por Bourdieu (1998), resulta clave para comprender este fenómeno. Dicha violencia se ejerce de manera sutil, mediante la imposición de significados y normas

que son aceptadas tanto por quienes dominan como por quienes son dominados. En el ámbito mediático, esta violencia se manifiesta en la normalización de imágenes que reducen a las mujeres a objetos de deseo, figuras decorativas o sujetos pasivos, mientras que los hombres son exaltados como protagonistas, héroes o salvadores.

Los estudios analizados indican que esta violencia simbólica tiene efectos concretos en la percepción social del género, condicionando expectativas, comportamientos y aspiraciones individuales. Fernández et al. (2016) señalan que la exposición constante a representaciones estereotipadas contribuye a la internalización de roles desiguales, dificultando el cuestionamiento del orden patriarcal y reforzando la aceptación de la desigualdad como parte del sentido común.

Masculinidad hegemónica y masculinidad tóxica en los discursos mediáticos

Otro resultado relevante del análisis es la centralidad de la masculinidad hegemónica en las narrativas mediáticas. Connell (2005) define este concepto como un modelo cultural dominante de masculinidad que legitima la subordinación de las mujeres y de otras formas de masculinidad no normativas. Los medios desempeñan un papel fundamental en la difusión y consolidación de este modelo, al asociar la identidad masculina con atributos como la fuerza, la competitividad, el control emocional y la autoridad.

La promoción de la masculinidad tóxica se evidencia especialmente en productos culturales como la publicidad, las series televisivas y los programas de entretenimiento, donde se glorifica la agresividad y se desvaloriza la vulnerabilidad emocional masculina (Harrington, 2021; Harris, 2021). Este tipo de representación no solo perpetúa la desigualdad de género, sino que también tiene consecuencias negativas para los propios hombres, al imponer estándares rígidos e inalcanzables de comportamiento.

En los entornos digitales, estas dinámicas se intensifican. Aksar et al. (2020) documentan cómo las plataformas virtuales reproducen el control patriarcal mediante prácticas de vigilancia, acoso y censura dirigidas especialmente hacia las mujeres. Asimismo, emergen comunidades digitales que refuerzan discursos misóginos y excluyentes, consolidando versiones extremas de la masculinidad hegemónica que legitiman la violencia y el desprecio hacia las identidades no normativas.

Medios, control social y producción del consentimiento

Desde la teoría de la hegemonía cultural de Gramsci (1971), los medios de comunicación pueden ser comprendidos como agentes fundamentales en la producción del consentimiento social. A través de mecanismos como el agenda setting y el framing, los medios seleccionan qué temas son relevantes y cómo deben ser interpretados, limitando las posibilidades de cuestionamiento del orden patriarcal (McCombs y Shaw, 1972).

Los resultados muestran que las demandas feministas y las problemáticas de género suelen ser marginalizadas, trivializadas o presentadas como conflictos individuales, desvinculándolas de sus raíces

estructurales. Este encuadre contribuye a despolitizar la desigualdad y a reforzar la idea de que las jerarquías de género son naturales e inevitables. Casos como la cobertura mediática de la violencia contra las mujeres, frecuentemente presentada como “crímenes pasionales”, evidencian cómo el discurso mediático desvía la atención de la violencia estructural hacia explicaciones individualizantes (Alonso, 2004).

Representación mediática de las mujeres en la política

Los resultados de la revisión evidencian que la representación mediática de las mujeres en el ámbito político continúa marcada por sesgos de género que reproducen el pacto patriarcal. Diversos estudios señalan que las mujeres políticas reciben una cobertura mediática diferenciada respecto a sus pares masculinos, en la que se enfatizan aspectos personales, físicos o emocionales por encima de sus competencias, propuestas o trayectorias profesionales (Byerly y Ross, 2008; Harmer, 2021).

Holtz-Bacha (2013) sostiene que los medios tienden a construir imágenes de liderazgo político asociadas a atributos tradicionalmente masculinos, como la firmeza, la racionalidad y la autoridad, lo que coloca a las mujeres en una posición de desventaja simbólica. En este sentido, cuando las mujeres acceden a espacios de poder, suelen ser representadas como excepciones, anomalías o figuras transgresoras, reforzando la idea de que la política no es un espacio “natural” para ellas.

Torres y Pomares (2021) evidencian que esta representación desigual no solo limita la visibilidad de las mujeres en la esfera pública, sino que también influye en la percepción ciudadana sobre su legitimidad como líderes políticas. De esta forma, los medios no solo reflejan las desigualdades existentes, sino que contribuyen activamente a su reproducción, consolidando barreras simbólicas que dificultan la participación política femenina.

Medios digitales, patriarcado y nuevas formas de control

El análisis de la literatura contemporánea revela que, si bien los entornos digitales han sido presentados como espacios potencialmente emancipadores, en la práctica reproducen y resignifican las lógicas patriarcales tradicionales. Karusala et al. (2019) destacan que las redes sociales operan como escenarios de participación condicionada, donde la vigilancia, el acoso y la violencia digital limitan la libertad de expresión de las mujeres.

He et al. (2024) demuestran que la exposición constante a dinámicas patriarcales en redes sociales tiene un impacto significativo en el bienestar psicológico de las mujeres, afectando su autoestima, salud mental y capital social. Estas plataformas facilitan la difusión de discursos misóginos y la normalización del control simbólico, reforzando jerarquías de género bajo la apariencia de interacción libre y horizontal.

Asimismo, estudios como los de Eko Murtiningsih et al. (2017) evidencian que los medios digitales continúan reproduciendo representaciones estereotipadas de género en noticias y publicidad, consolidando

imaginarios que perpetúan la desigualdad. En este contexto, el patriarcado se adapta a las nuevas tecnologías, transformando sus mecanismos de control sin perder su eficacia estructural.

Feminismo, resistencias y disputas simbólicas en el espacio mediático

A pesar del predominio de narrativas patriarcales, los resultados también muestran la emergencia de discursos contrahegemónicos impulsados por movimientos feministas y colectivos sociales. Segato (2018) plantea que estas resistencias disputan el sentido común dominante, cuestionando la naturalización de la violencia y la subordinación de las mujeres.

Dalibert (2017) y Díaz y González (2021) señalan que los medios se han convertido en un campo de disputa simbólica, donde se enfrentan discursos patriarcales y feministas. Las campañas digitales, el activismo en redes sociales y la producción de contenidos alternativos han permitido visibilizar problemáticas históricamente silenciadas, como la violencia de género, la brecha salarial y la discriminación estructural.

No obstante, estas resistencias no están exentas de tensiones. Kandiyoti (1988) advierte que muchas mujeres se ven obligadas a negociar dentro del sistema patriarcal, adoptando estrategias que les permitan sobrevivir o ganar visibilidad sin desafiar abiertamente el orden establecido. Esta “negociación con el patriarcado” evidencia los límites y contradicciones de las luchas feministas en contextos mediáticos dominados por lógicas comerciales y conservadoras.

CONCLUSIONES

El análisis desarrollado permite concluir que los medios de comunicación desempeñan un papel central en la reproducción del pacto patriarcal, actuando como dispositivos simbólicos que legitiman y naturalizan las desigualdades de género. A través de representaciones estereotipadas, la exaltación de la masculinidad hegemónica y la invisibilización de las mujeres en espacios de poder, los medios consolidan un orden social que perpetúa la dominación masculina.

Asimismo, se evidencia que las transformaciones tecnológicas no han supuesto una ruptura con el patriarcado, sino su reconfiguración en entornos digitales, donde el control, la violencia simbólica y la exclusión adoptan nuevas formas. No obstante, también se identifican espacios de resistencia y disputa simbólica impulsados por el feminismo, que cuestionan el sentido común patriarcal y abren posibilidades para la construcción de narrativas más inclusivas y equitativas.

En este sentido, el estudio aporta una comprensión crítica del vínculo entre medios y patriarcado, subrayando la necesidad de promover una comunicación con enfoque de género que contribuya a la transformación cultural y social. Fortalecer la alfabetización mediática y el compromiso ético de los productores de contenido resulta fundamental para avanzar hacia una representación más justa y democrática de las identidades de género.

REFERENCIAS

- Aksar, I. A., Firdaus, A. S. B., Danaee, M., y Maqsood, H. (2020). Virtual manifestations of patriarchy: Digital experience of Pakistani women. *Asian Women*, 36(1), 61–89. <https://www.researchgate.net/profile/Iffat-Ali/publication/340480741>
- Alonso, A. J. (2004). Mujeres en los medios, mujeres de los medios: Imagen y presencia femenina en las televisiones públicas: Canal Sur TV. Icaria. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=624239>
- Amorós, C. (1990). Violencia contra las mujeres y pactos patriarcales. En V. Maquieira y C. Sánchez (Eds.), *Violencia y sociedad patriarcal*, 1–15. Editorial Pablo Iglesias.
- Borneman, E. (1984). *Das Patriarchat: Ursprung und Zukunft unseres Gesellschaftssystems*. Fischer-Taschenbuch-Verlag.
- Byerly, C. M., y Ross, K. (2008). *Women and media: A critical introduction*. John Wiley y Sons.
- Byerly, C. M., Joseph, A., Kitzinger, J., Lemish, D., Mitchell, C., Riordan, E., Ross, K., y Youngs, G. (2004). *Women and media: International perspectives*. Blackwell Publishing. <http://ndl.ethernet.edu.et/bitstream/123456789/17596/1/46.pdf>
- Cobo, R. (2011). *Hacia una nueva política sexual: Las mujeres ante la reacción patriarcal*. Los Libros de la Catarata.
- Connell, R. W. (2005). *Masculinities*. University of California Press.
- Dalibert, M. (2017). Féminisme et ethnoracialisation du sexisme dans les médias. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, (11). <https://doi.org/10.4000/rfsic.2995>
- De los Ríos, M. J., y Rodríguez, J. M. (1997). La mujer en los medios de comunicación. *Comunicar*, (9), 97–104.
- Díaz, M. M., y González, M. N. S. (2021). Politicidad feminista expansiva contra la fractalidad expropiatoria del pacto patriarcal. *Bajo el Volcán*, (5). <http://www.apps.buap.mx/ojs3/index.php/bevol/article/view/2275>
- Eko Murtiningsih, B. S., Advenita, G. E., y Ikom, S. (2017). Representation of patriarchal culture in new media. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 8(3). <https://doi.org/10.5901/mjss.2017.v8n3p143>
- Estramiana, J. L. Á., y Ruiz, B. F. (2006). Representaciones sociales de la mujer. *Athenea Digital*, (9), 65–77.
- Fernández, E. G., Bedia, R. C., y Cerdá, M. E. (2016). Medios y violencia simbólica contra las mujeres. *Revista Latina de Comunicación Social*, (71), 818–832.
- Gil, M. (2019). El origen del sistema patriarcal y la construcción de las relaciones de género. *Ágora*. <http://corporacionparaeldesarrolloregional.org/wp-content/uploads/2020/09/LECTUR1.pdf>
- Harmer, E. (2021). Women in political news: Representation and marginalization. En *Women, media, and elections* (pp. 1–20). Bristol University Press.
- Harrington, C. (2021). What is “toxic masculinity” and why does it matter? *Men and Masculinities*, 24(2), 345–352. <https://doi.org/10.1177/1097184X20943254>
- Harris, B. (2021). Toxic masculinity: An exploration of traditional masculine norms. University of South Carolina. https://scholarcommons.sc.edu/senior_theses/431
- Hartmann, H. I. (1979). The unhappy marriage of Marxism and feminism. *Capital y Class*, 3(2), 1–33. https://www.sosyalbilimler.org/wp-content/uploads/2020/09/Hartmann_1979.pdf

- He, L., Firdaus, A., Gong, J., Dharejo, N., y Aksar, I. A. (2024). Social media impact on women's psychological well-being. *BMC Public Health*, 24(1), 581. <https://doi.org/10.1186/s12889-024-18013-y>
- Holtz-Bacha, K. (2013). Political communication and gender. En H. A. Semetko y M. R. Just (Eds.), *Women, politics, and media*. Routledge.
- Kandiyoti, D. (1988). Bargaining with patriarchy. *Gender y Society*, 2(3), 274–290. <http://www.jstor.org/stable/190357>
- Karusala, N., Bhalla, A., y Kumar, N. (2019). Privacy, patriarchy, and participation on social media. En *Proceedings of the Designing Interactive Systems Conference* (pp. 511–526). ACM. <https://doi.org/10.1145/3322276.3322355>
- Santonniccolo, F., Trombetta, T., Paradiso, M. N., y Rollè, L. (2023). Gender and media representations. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(10), 5770. <https://doi.org/10.3390/ijerph20105770>
- Segato, R. L. (2018). La guerra contra las mujeres. *Traficantes de Sueños*. <https://www.traficantes.net/sites/default/files/pdfs/La%20guerra%20contra%20las%20mujeres-TdS.pdf>
- Torres, A. M., y Pomares, A. I. (2021). Representación mediática de las mujeres en la política local española. *Revista Latina de Comunicación Social*, (79), 1–13. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1535>
- Walby, S. (1990). *Theorizing patriarchy*. Blackwell Publishers.