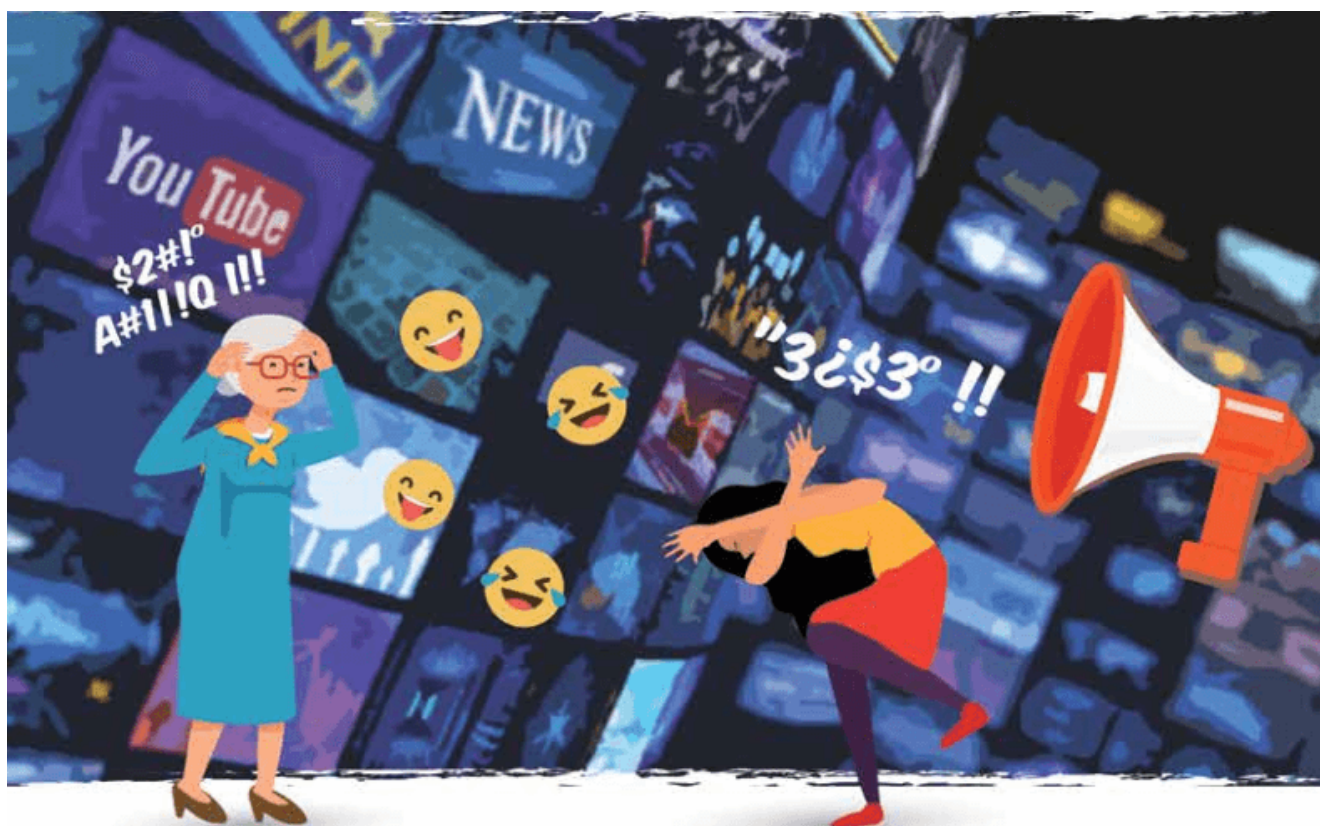


Violencia simbólica. Impacto en las mujeres y los integrantes del grupo familiar

17 diciembre, 2020



La Ley N° 30364, Ley para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres y los integrantes del grupo familiar, define diferentes modalidades de violencia: física, psicológica, económica, y sexual, cada una se puede identificar por la manera como se manifiesta, sin embargo, hay un tipo de violencia que no se percibe, pero deja huella; se trata de la violencia simbólica, un concepto instituido por Pierre Bourdieu.

Según Bourdieu¹, la violencia simbólica es “insensible e invisible para sus propias víctimas, que se ejerce esencialmente a través de caminos puramente simbólicos de la comunicación y del conocimiento o, más exactamente, del desconocimiento, del reconocimiento o, en último término, del consentimiento”.

Para el autor, la violencia simbólica está caracterizada por un complejo proceso de dominación - masculina - que afecta no solo a las mujeres, sino también a los

hombres. Puede encontrarse en los diversos acontecimientos sociales y culturales, en el lenguaje, en la educación, en las relaciones familiares y en los distintos espacios de interacción social.

Este tipo de violencia no requiere de imposición de la fuerza. Es reforzada por los medios de comunicación y, es debido a la violencia simbólica que algunas prácticas sociales que sostienen la discriminación racial o sexista siguen vigentes. Mensajes portadores de prejuicios, estereotipos y discriminación se reproducen.

Es a partir de a estas premisas, que el Observatorio Nacional de la Violencia contra las Mujeres e Integrantes del Grupo Familiar del MIMP elaboró el estudio denominado “Violencia simbólica, impacto en las mujeres y el grupo familiar”, con el fin de entender sus mecanismos, identificar los contenidos, mensajes y representaciones que reproducen y transmiten la violencia simbólica hacia las mujeres, niños, niñas y personas adultas mayores.

Se trata de un estudio exploratorio acerca de los medios de comunicación, publicidad, redes sociales y espectáculos, que generan o reproducen violencia simbólica y que promueven prácticas que toleran la violencia a las mujeres y a las personas que integran el grupo familiar.

Se han analizado las lógicas discursivas y representaciones de las siguientes unidades de información: memes, redes sociales, publicidad, programas de entretenimiento en televisión, telenovelas, noticieros, diarios y espectáculos en calle.

Como resultado, el estudio nos presenta elementos que permiten advertir el rol de los medios de comunicación, las redes sociales, la publicidad y la prensa escrita, en alimentar el imaginario social que puede producir representaciones que mantienen prejuicios y estereotipos a lo largo del tiempo.

La imagen de la mujer y de otros miembros del grupo familiar sigue siendo estereotipada o invisible en los espacios antes mencionados. La persona adulta mayor, las niñas, niños y personas con discapacidad son consideradas en función a su capacidad económica; el niño como consumidor potencial que cataliza el consumo familiar, la persona adulta mayor como persona dependiente de poco consumo, al igual que la persona con discapacidad.

Finalmente, el estudio aporta elementos para generar cambios en las

construcciones sociales y culturales, instaladas en las personas, las instituciones y la sociedad en general; un desafío del Estado, a través de la Política de Igualdad de Género, aprobada con D.S. N° 008-2019-MIMP que reconoce la discriminación estructural de las mujeres.

[Descargar publicación](#)



[1] Bourdieu Pierre, La dominación masculina, 2000 obtenido de <http://www.nomasviolenciacontramujeres.cl/wp-content/uploads/2015/09/Bondui-Pierre-la-dominacion-masculina.pdf>.