
TEMA CENTRAL: COMUNICACIÓN Y GÉNERO

Reproducción retórica de la domesticación y la violencia contra las mujeres. Análisis de contenido de comentarios en Facebook

Ximena Cabrera
ximeniximaca@gmail.com
Universidad Andina Simón Bolívar, colaboradora de la Revista Feminista Digital La Periódica,
Quito, Ecuador.

Resumen: El presente artículo presenta como objetivo realizar un análisis del contenido de los comentarios emitidos a la noticia digital de El Comercio sobre la cuenta satélite del Ecuador, en el que se muestra que las mujeres invierten en trabajo no remunerado de cuidados y actividades domésticas 1.114 horas anuales, mientras que los hombres dedican 334 horas anuales a estas actividades. Dicho análisis se basa en una lectura crítica desde el enfoque feminista y de género, a los comentarios emitidos por varias personas al respecto del aporte que este trabajo no remunerado otorga al PIB. Identificar las formas de discriminación de género y la reproducción de la servidumbre doméstica de las mujeres en las opiniones realizadas por Facebook a esta noticia.

Palabras-clave: redes sociales; género; violencia contra mujeres

The reproduction of the rhetoric of domestication and violence against women: analysis of content of comments on Facebook

Abstract: The objective of this article is to analyze the content of the comments issued to El Comercio's digital news item on the Ecuadorian satellite account, which shows that women invest in unpaid care work and domestic activities 1,114 hours per year, while men dedicate 334 annual hours to these activities. This analysis is based on a critical reading from the feminist and gender approach to the comments made by several people regarding the contribution that this unpaid work gives to GDP. Identify the forms of gender discrimination and the reproduction of domestic servitude of women in the opinions made by Facebook to this news.

Keywords: social networks; gender; violence against women.

TEMA CENTRAL: COMUNICACIÓN Y GÉNERO

1. Introducción

El presente análisis parte de un breve debate sobre la arremetida de las redes sociales y la utilización de los medios de comunicación para aumentar riting, publicar un número exagerado de noticias e información en corto tiempo, ampliar su público y aumentar las ganancias. Las implicaciones de esta utilización periodística recae en la falta de responsabilidad de los medios de comunicación en la interacción con su público, una sociedad altamente machista y patriarcal.

Por lo que se vuelve imprescindible, en este momento reflexionar sobre la incidencia de las redes sociales en la comunicación, especialmente el Facebook, el cual se ha convertido en la plataforma de comunicación, información, interacción, relación y constructor de un nuevo tejido social. Este estudio realiza un análisis sobre la total vigencia, ahora más que nunca de los patrones culturales patriarcales, de discriminación de género y misoginia en la interacción social digital. De igual manera, este trabajo presenta la necesidad primordial de instar a que los medios de comunicación que utilizan las plataformas virtuales para socializar sus noticias, se corresponsabilicen sobre el contenido que ofrecen, pero además de que asuman que la información que emiten logra una interacción inmediata y como medios de comunicación, deben poseer una postura crítica y clara al respecto de las violencias y discriminaciones en los comentarios que emiten usuarios/as, la indiferencia a los comentarios violentos hacia las mujeres, reproduce esa violencia y recaen en violencia simbólica de género¹.

Este trabajo se ha dividido en dos partes, la primera parte explora las características del uso de los medios de comunicación de las redes sociales, la polivalencia periodística y los cambios que genera el uso de redes sociales como el Facebook por parte de los medios de comunicación, la segunda parte se relaciona a un estudio de caso, el análisis de los comentarios emitidos a las noticias del diario El Comercio y Tele vistazo de Ecu avisa, a dos noticias virilizadas sobre temas relacionados a mujeres: a) ¿Cuánto vale el trabajo remunerado en el Ecuador? y, b) Mujer es tomada como rehén amenazada

¹ Es toda conducta que, a través de la producción o reproducción de patrones estereotipados, mensajes, valores, símbolos, íconos, signos e imposiciones de género, sociales, económicas, políticas, culturales y de creencias religiosas que transmiten, reproducen y consolidan relaciones de dominación, exclusión, desigualdad y discriminación, naturalizando la subordinación de los sujetos de protección de esta Ley dentro de la sociedad (CNIG, ONU Mujeres, Ley orgánica integral para prevenir y erradicar la violencia contra las mujeres, 2018).

TEMA CENTRAL: COMUNICACIÓN Y GÉNERO

de muerte, noticias que provocaron una serie de comentarios y reacciones en Facebook que son necesarias analizarlas e identificarlas desde los patrones culturales que la provocan.

El análisis posee un enfoque feminista y de género, a continuación, se prevé un texto que explora la significancia del uso de las redes sociales por los medios de comunicación, y la exacerbada violencia contra las mujeres en los comentarios, opiniones y reacciones ante noticias de los medios mencionados anteriormente.

2. Metodología

La metodología que se utiliza para desarrollar este trabajo es cualitativa, se basa en un análisis de contenido con enfoque de género de los comentarios que emiten las personas en relación a diversas noticias publicadas en la red social de Facebook de medios de comunicación masivos como el periódico “*El Comercio*”, y “*Televistazo*” un programa de noticias de el canal de televisión “*Ecuavisa*”. Las noticias seleccionadas para este análisis, poseen información relacionada a situación de las mujeres en el Ecuador.

El análisis que se realiza en este estudio, posee como principio fundamental una lectura crítica de los comentarios que se producen sobre noticias que provocan interacción inmediata en el público de facebook de estos medios de comunicación, se realiza una lectura intertextual identificando patrones patriarcales y misóginos comunes en estas opiniones. Este ejercicio posibilita además la construcción de unas tipologías de sentido común de género en la secuencia de estos comentarios, poniendo en evidencia también que estos comentarios le suman contenido a las noticias, es decir que producen que los y las lectoras, al percibir estos mensajes, adquieran juicios de valor a la hora de leer las noticias, así como también, los comentarios suplanten a la noticia y esta ya no es necesariamente leída en su totalidad, provocando que los/las lectoras se detengan en los comentarios y continúen a través de sus opiniones alimentando esa secuencia de sentido generizada.

Las noticias seleccionadas son las siguientes:

TEMA CENTRAL: COMUNICACIÓN Y GÉNERO

- El 14 de marzo de 2019, el periódico a través de su red social de Facebook, presenta el titular: *¿Cuánto vale el trabajo no remunerado en Ecuador? Las ecuatorianas dedican 1.111 horas en el año al trabajo en casa y los hombres solo 334*, dicha noticia es el resumen de los resultados que el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) y el Consejo Nacional para la Igualdad de Género (CNIG) presentaron sobre la cuantificación de las horas que las mujeres dedican al trabajo doméstico y de cuidados en el hogar y su aporte del 20% al PIB (INEC, 2019), más que cualquier otra actividad de comercio en el país. Esta noticia tiene 2.593 reacciones y 1.058 comentarios.

- El 15 de marzo de 2019, Ecuavisa publica en su red social de Facebook el video sobre el titular: *Mujer fue tomada como rehen amenazada de muerte, por su pareja en Quito, el ciudadano extranjero abrió la valvula del cilindro de gas de la cocina (video completo)*, el video que se muestra en redes sociales indica que es un *video policial*, con el subtítulo *policía evitó que un ciudadano nigeriano agrediera a su pareja con un cuchillo*, tiene 1.859 reacciones, 351 comentarios, 623 compartidos.

3. Objetivos

El objetivo general planteado en este artículo es identificar los patrones patriarcales y misóginos en la secuencia de comentarios a tres noticias publicadas en la plataforma de facebook de medios de comunicación como El Comercio y Ecuavisa en su programa de noticias Televistazo.

Además se plantean como objetivos específicos de este análisis:

a) Desarrollar unas tipologías de sentido generizadas de los comentarios realizados en facebook, evidenciando que la carga discriminatoria y de violencia de género en el contenido de los comentarios, corresponde a la reproducción social de la retórica de la domesticación de las mujeres.

b) Reflexionar sobre las diversas implicaciones que provoca en las mujeres, la falta de interacción de los medios de comunicación con los comentarios de las y los usuarios en sus redes sociales de Facebook.

4. Las redes sociales, su uso periodístico y violencia contra las mujeres

Recibido: marzo 2019

Aceptado: abril 2019

TEMA CENTRAL: COMUNICACIÓN Y GÉNERO

Las redes sociales son consideradas actualmente como el espacio digital más cómodo para informarse, relacionarse, expresar ideas, opiniones y creencias, la posibilidad que otorgan las redes sociales para generar tejido social es impresionante. La red social de Facebook ha logrado actualmente posicionarse como una dimensión social alterna en un tiempo simultáneo al de la cotidianidad de las personas, las redes sociales otorgan la posibilidad para que las personas se conozcan sin estar presentes, a generar relaciones sin la necesidad de continuar con los protocolos tradicionales de las citas previas, facilita saber información privada, además de indagar sobre el tipo y el número de amigos que comparten ese espacio cibernético con el o la dueña del perfil.

Redes sociales como Facebook y Twitter han acrecentado actualmente su importancia, Facebook que nace como una red de comunicación entre estudiantes, *“creada por Mark Zuckerberg en 2004 como una web para poner en contacto a estudiantes de la Universidad de Harvard”* (Gonzales, 2013:420), hoy en día alberga a casi todas las sociedades y se encuentra habilitada hasta en las zonas más remotas. Se ha convertido en ese espacio de encuentro, que no es posible de manera presencial con la voragine de las actividades a cumplir en la cotidianidad, además que es usado como una *“editorial pública”* en el que se transmiten mensajes, noticias, pensamientos sin necesidad de que nadie lo aprueba, lo edite, o lo legitime, *“fenómeno de mayor crecimiento e interés por parte de los internautas al permitir dotarles de la capacidad de lanzar sus mensajes e ideas”* (Rodríguez, 2010).

De la misma manera, el Facebook está siendo utilizado por los medios de comunicación para publicar sus noticias de manera rápida y con interacción social al instante, su uso periodístico al parecer resulta más exitoso en cuanto al número de lectores que pueden acceder a una noticia en un mismo momento y en un mismo espacio digital, anteriormente por ejemplo los periódicos tenían que primero pasar por todo el proceso de producción impresa para salir a la venta, sin conocer la interacción que provocaban esas noticias impresas en sus lectores/as, así mismo las noticias que se reproducían por televisión no poseían un carácter inclusivo en términos de que tampoco se sabía lo que provocaba en el público. Redes sociales como esta ya no requieren de un mediador constante que emita la noticia y la socialice, la *“magia”* de Facebook es que el contenido que se

TEMA CENTRAL: COMUNICACIÓN Y GÉNERO

publica allí puede permanecer un largo tiempo generando interacción constante de las/los usuarios.

El alcance que posee esta red social es multidimensional, en un tiempo concreto las noticias, información, mensajes, pesamientos, fotografías pueden llegar a miles de personas y producir una interacción al instante, este proceso de nueva comunicación digital se caracteriza por no estar mediada por las y los periodistas, sino por el público en general, quienes asumen el protagonismo del desarrollo del contenido de facebook de manera libre, a pesar de que existan algunos parámetros de facebook en cuanto a contenidos explícitos de violencia, en el caso de los comentarios del público no existe ningún límite en la publicación de los mismos.

A pesar de que los medios de comunicación que utilizan la red social del Facebook para publicar noticias, no toman en cuenta los comentarios que realizan las y los usuarios de su plataforma, las opiniones emitidas por las personas transforman a esa noticia, le dan contenido y provocan que esa noticia ya no sea leída de manera literal, sino que los comentarios logran incidir en el enfoque de lectura de las y los nuevos visitantes, incurre con creencias, moralismos, valores y juicios de valor, referencias de sentido que los medios de comunicación no interpelan, reflexionan ni debaten, es decir muchos de los medios consienten comentarios sean estos respetuosos o violentos, la omisión de interactuar con estos comentarios confirma la “*neutralidad política*” sobre los temas que ellos mismos desarrollan y publican.

Por otro lado, la expansión de los medios de comunicación a través de las redes sociales ha implicado que las y los periodistas se conviertan en profesionales versátiles, pero además como lo señala el estudio denominado “*La polivalencia periodística de los profesionales en las redes sociales*” los y las periodistas han tenido que asumir las dinámicas de las redes sociales en cuanto a la presentación de contenido e información, “[...] *se define como la confluencia o integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes que anteriormente se presentaban separados, lo que permite a los periodistas elaborar contenidos para múltiples plataformas usando los códigos propios de cada una de ellas*” (Gonzales, 2012:456).

Sin embargo, a que esta innovación en los medios de comunicación, significa una transformación profunda positiva, y un evidente progreso en

TEMA CENTRAL: COMUNICACIÓN Y GÉNERO

cuanto al número de publicaciones que se puede realizar al día y el aumento del número de lectores/as, esta innovación “*con capacidad para introducir modificaciones en el perfil profesional de los periodistas son las redes sociales. Su proliferación reporta indudables beneficios, como el acceso a un número más elevado de fuentes, la difusión de los contenidos informativos a escala global o la interacción con la audiencia*” (Gonzales, 2012), la *polivalencia en los trabajadores/as de la comunicación* genera también por el contrario, que la actividad periodística profesional con enfoque crítico, reduzcan todas sus labores a un formato adaptado y simplificado de redes sociales. Así el objetivo del trabajo periodístico también se ve transformado, y se convierte en utilitario al objetivo inminentemente comercial y de viralización de información de redes como Facebook.

En tal sentido, también se debe reflexionar que la presentación de noticias en plataformas digitales de redes sociales, ha provocado un sensacionalismo exacerbado, que el contenido de portadas y la información noticiosa contenga otros atributos, relacionados más con la morbosidad y la inmediatez gráfica para que el público conozca sobre algún tema de manera rápida que casi no tenga que leer toda la noticia, sino que con la imagen principal y los comentarios que se produce en Facebook por ejemplo, que saldado el deseo de conocer una noticia novedosa.

El público lector generado en redes sociales, satisface el rating de los medios de comunicación, pero además favorece a la democratización, más que del acceso a la comunicación y a la información, la democratización y socialización de los patrones patriarcales de la sociedad, sexismo y la discriminación de género hacia las mujeres es una constante en los comentarios de las noticias que publican los medios de comunicación masivos en redes como Facebook, construyéndose así identidades machistas que reproducen a través de este medio sus valores violentos que también generan sentido y significación a esas noticias.

Mensajes y comentarios relacionados al género son una constante en las redes sociales, en cuanto a las noticias o información que se publica sobre un tema relacionado con las mujeres, es de esperar que los comentarios del público posean valores sexistas, discriminantes y violentos, mensajes de infravaloración a las mujeres, atribuyéndoles características que son hipersexualizadas, de sumisión y servidumbre, de criminalización, culpabilidad absoluta en caso de violencia, entre otras cosas, son la tinta

TEMA CENTRAL: COMUNICACIÓN Y GÉNERO

común con la que se escriben esas opiniones, mensajes y comentarios. Cabe señalar que la forma de violencia sexista ha ido también modificándose en términos de las coyunturas, pero además los sexistas han ido generando estrategias de discriminación que no sean leídas como violentas, así está el sexismo ambivalente, o el sexismo moderno, los cuales poseen cargas de vulnerabilidad de los derechos a dimensiones sociales como lo étnico, lo económico, lo político:

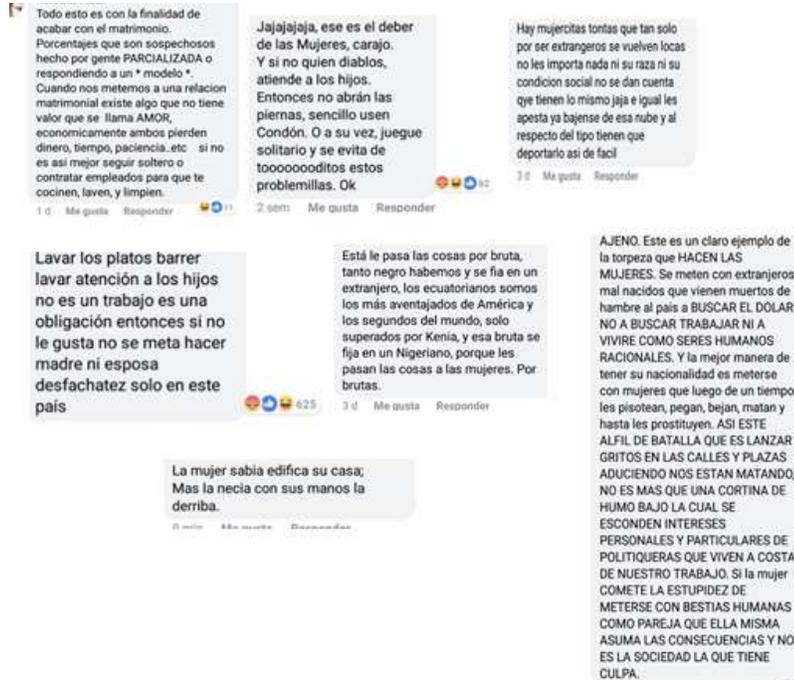
Swin et al. (1995) diferencian entre dos conceptos: el Viejo Sexismo y el Sexismo Moderno. El Viejo Sexismo es el que organiza los roles de hombres y mujeres. El Sexismo Moderno tiene una serie de elementos latentes del racismo que también están permitidos para este nuevo sexismo, estos son: a) negación de la exclusión, b) disconformidad ante las peticiones que hacen las mujeres, y c) animadversión sobre las políticas de apoyo (acción positiva) que consiguen (Boira, Cancer, Buzón y Cebrián, 2018).

No obstante, el sexismo continúa siendo un conjunto de valores, prácticas y omisiones que inferiorizan a las mujeres por el hecho de serlo, siendo un patrón vigente y legitimado socialmente en la actualidad en las redes sociales como en cualquier ámbito cotidiano. De las mismas maneras, los roles, estereotipos de género son reproducidos de manera arbitraria y violenta en redes sociales de manera impune, en esta dimensión digital la justicia no existe, las mujeres son tratadas como objetos violentables y asesinales, sin que los medios de comunicación en este caso se corresponsabilicen de esa impunidad digital, de lo que sucede en sus redes sociales.

Por otro lado, se ha evidenciado a partir del seguimiento de las redes sociales de los medios de comunicación, que existe una arremetida machista y misógina a publicaciones que intenten posicionar la equidad de género, o que tengan una postura feminista clara, por lo que es necesario construir estrategias para debatir sobre las violencias que se incurre en redes sociales tanto por los medios de comunicación como por el público que comenta las publicaciones, sobre todo exigir justicia en estas formas de violencia digital hacia las mujeres.

TEMA CENTRAL: COMUNICACIÓN Y GÉNERO

Imagen 1
Ejemplo de comentarios de las noticias publicadas en Facebook



Fuente: Noticia Digital de “El Comercio”, marzo 2019

4.1. Tipología 1:
“La mujer sabia edifica su casa, mas la necia con sus manos la derriba” (Biblia, 657)

En gran parte de los comentarios se ha encontrado contenido relacionado a los roles de género que las mujeres deberían cumplir en la sociedad y en las familias, se identifica un gran numero de comentarios (50% aproximadamente), en las dos noticias publicadas que señalan el rol de las mujeres de ser madres y además de permanecer en el espacio doméstico al cuidado de la familia, realizando el trabajo doméstico.

Recibido: marzo 2019
Aceptado: abril 2019

TEMA CENTRAL: COMUNICACIÓN Y GÉNERO

Sin embargo llama mucho la atención, que varios comentarios se relacionen a criterios religiosos, “*la mujer sabia edifica su casa, mas la necia con sus manos la derriba*” posee una carga moral bastante evidente, en la cual manifiesta que las mujeres no deben por ningun motivo reprochar su rol de ama de casa, que si bien es cierto que esas 1.111 horas de trabajo no remunerado aporta el 20% a PIB (19.880 millones de dólares), es su deber como madre y mujer edificar su casa, el reproche, la queja es de mujeres necias y herejes. Es notoria la vigencia de la religion cristiana en las ideas y prácticas sociales, aun es *letra santa* que hay que cumplir y reproducir desde alienacion religiosa, un dispositivo latente de control hacia las mujeres:

La alienación sería, desde esta perspectiva, el proceso mediante el cual el individuo olvida que el mundo de la cultura fue y sigue siendo creado por la actividad humana, es decir, por su propia acción. Esta idea será retomada por Marx, quien considera que en la medida en que la conciencia social se basa en dicha falacia, es una ‘falsa conciencia’ o una ‘conciencia alienada’” (Cely y Beltrán, 2007:77).

Asi mismo en este tipo de comentarios se encuentran cuestiones como la culpabilidad a las mujeres por ser madres, “*ese es el deber de las mujeres, y si no quien diablos atiende a los hijos, entonces no abrán las piernas, sencillo usen condón*”, expresando de manera evidente que las mujeres a más de realizar el trabajo en casa y que no es remunerado ni reconocido, son las culpables de ser madres, inhibiendo cualquier tipo de corresponsabilidad a los padres y a lo hombres, se lee a este comentario un criterio sexista y de discriminación en cuanto trata a las mujeres como irresponsables, fáciles, violables, en tanto sus cuerpos son de facil acceso, ellas son las responsables de sus maternidades, la paternidad en este sentido se anula en todo sentido, y se justifica que las mujeres además son utilizables sexualmente.

Como menciona Silvia Federici, las mujeres han sido utilizadas como maquinas biologizadas para reproducir la vida (Federici, 2010:15), y la maternidad es el justificativo para la servidumbre a los hombres, “*es su obligación*” significa que ontologicamente las mujeres sea la posición social en la que se ubique, indiferentemente a cual sea su edad, su etnia, su clase, y si es casada o soltera, las mujeres están *obligadas* a cumplir el rol doméstico, “*el eterno maternal*” (DiQuinzio, 1999) es esencial en las mujeres, no es pensado solo para las mujeres madres, sino que la feminidad es leída como servil a sus hijos: padres, hermanos, esposos, pareja.

TEMA CENTRAL: COMUNICACIÓN Y GÉNERO

De la misma manera se puede apreciar en otros comentarios con respecto al intento de femicidio publicado en facebook de “*El Comercio*”, que existe una percepción de que las mujeres pueden llegar a ser asesinadas si no cumplen con el rol establecido, el mandato masculino que impide que las mujeres abandonen su deber doméstico, “*si la mujer comete la estupidez de meterse con bestias humanas como pareja ella misma asuma la consecuencia*”, alude con otros comentarios secuenciales al respecto, de que la mujer debe permanecer en su estatus de madre, de maternidad, y no de una mujer que posea el derecho de relacionarse afectivamente con alguien, lo que manifiesta que si las mujeres se desapegan de su ontología femenina de domesticidad: enamorarse, decidir estar con un extranjero, realizar actividades distintas al rol doméstico, pues pueden llegar a ser violentadas, el enunciado sería interpretado como : ¡Mujer no se queje, no haga nada más de lo que le corresponde, lave, planche, arregle, haga silencio y sirva!

**4.2. Tipología 2:
Mujeres tontas y culpables**

En cuanto a este tipo de patrón machista identificado en la serie de comentarios analizados, se puede leer que la mayoría de comentarios correspondientes a hombres, sobre las noticias de la cuenta satélite y la mujer tomada como rehén, es la irreversible culpabilidad de las mujeres cuando son violentadas.

Gran parte de los comentarios leídos reproducen un sentido de culpabilidad, por ejemplo “*la mujer sabia edifica su casa, mas la necia con sus manos la derriba*”, ubica a las necias como mujeres mujeres que derrivan casas, y que por lo tanto en un comentario más abajo que menciona: “*como cierva amada y graciosa gacela, sus caricias te satisfagan en todo tiempo, y en su amor recreate siempre*”, se percibe claramente que la mujer debe ser una sierva del esposo, y debe satisfacer los deseos y necesidades de él sin presumir absolutamente nada, y que si esa relacion, *la casa* se derriba es su culpa, pues ella es la responsable de que el amor persista, si eso deja de ocurrir es su responsabilidad.

De la misma manera, se identifica este patron de culpabilidad en los comntarios relacionados al intento de femicidio, en el que algunos hombres señalan: a) “*esta le pasa las cosas por bruta*”, b) “*hay mujercitas tontas que tan solo por ser extranjeros se vuelven locas*”, c) “*si la mujer comete la*

TEMA CENTRAL: COMUNICACIÓN Y GÉNERO

estupidez de meterse con bestias humanas como pareja ella misma asuma la consecuencia y no es la sociedad la que tiene la culpa”, el comentario a, claramente fija su sentido en que la mujer que fue tomada como rehen es bruta, y que por eso un hombre la quizo asesinar, atribuyendo, si se quiere, una incapacidad de la mujer de pensar o de actuar, así mismo el comentario b, señala que las mujeres, incluida la víctima de tentativa de femicidio, somos tontas, una vez más incapacitándonos de pensar, y que a más de ser tontas nos volvemos *locas con extranjeros*, como si las mujeres comunmente estuviesen buscando la compañía de un hombre y que sea extranjero, aludiendo culpa e incapacidad mental, finalmente en el comentario c, se lee que la mujer es estúpida por estar con *bestias humanas como pareja*, entendiéndose así que ella es culpable de que su pareja la tome como rehen y que haya intentado asesinarla, trata a la mujer como una persona que desea morir, que dese ser rehen y ser asesinada, por ello es *estúpida*, un comentario revictimizante, violento y misógino, continua señalando que *la sociedad no tiene la culpa*, reforzando la idea de que es la mujer la única culpable, y que la sociedad nada tiene que ver con la víctima ni con el femecida, alejándose de cualquier responsabilidad como estrategia de preveer que se comprenda a esta violencia como machista y patriarcal, cuya reproducción es social y que esta sociedad es cómplice.

Finalmente, los comentarios: a) “*con todos los negros que hay en Esmeraldas te fuiste a coger un nigeriano eso tienen la sangre mala*”; b) “*mejor déselas a uno de aquí, presente por si acaso*”; c) “*es verdad con tanto negro en el Ecuador se pone a unirse con el nigeriano que es la peor raza africana*”, impresionan sobre manera por la carga violenta que poseen, por un lado una violencia racista y xenofóbica hacia los extranjeros afrodescendientes, valorando una supremacía mestiza inentendible; por otro lado en términos de género, se evidencia que la importancia que ubican en esta noticia no es necesariamente la sensibilidad y preocupación por llegar a cometerse un nuevo femicidio, sino que las preocupaciones de los comentarios radica en la sorpresa de que una mujer ecuatoriana haya elegido un extranjero como pareja, si ésta debe pertenecer a los hombres ecuatorianos, como si la mujer fuese un patrimonio nacional del Ecuador que solo puede ser *violentada y asesinada* por un hombre ecuatoriano, esta mujer es tratada como *un objeto desposeído por el extranjero un objeto que pertenece al patriarcado nacional, a la misoginia mestiza de la nación*. Además estos comentarios aseveran por otro lado, que las mujeres no tienen otro destino sino ser asesinadas, en tanto que la reflexión no se centra en el nivel de violencia que las mujeres en el Ecuador sufren, y el alto nivel de feminicidios,

TEMA CENTRAL: COMUNICACIÓN Y GÉNERO

lo que presume que sea que las mujeres tengan como parejas extranjeros u hombres de nacionalidad ecuatoriana terminaran violentadas y asesinadas por el hecho de ser mujeres.

**4.3. Tipología 3:
Mujer rebelde, mujer feminista estás en peligro**

En relación a esta tipología, la cual tiene como objetivo analizar como gran parte de los comentarios, a más de culpar a las mujeres cuando éstas sufren violencia, las mujeres que están rechazando los roles de género, el sexismo y la violencia se encuentran en riesgo, en tanto el mandato masculino está arremetiendo sus *enunciado* (Segato, 2016:114) con más furia, y que las mujeres que se quejen o se rebelen serán criminalizadas, violentadas en las redes sociales o en la cotidianidad de la vida, con el fin de controlarlas y reiterar su sumisión.

Comentarios como “*que se puede hacer, ahora que esta de moda hablar de derechos de las mujeres y el feminismo cobra fuerza como arma de batalla para acomodarse algunas vagas que viven del trabajo ajeno, este es un claro ejemplo de la torpeza que hacen las mujeres, se meten con extranjeros mal nacidos..(...)*”; “*Cuanto les costó a las feministas comprar este canal?*”; “*Hay tanta quejadera, estudie, trabaje, ser ama de casas es una decisión que toman ellas, tienen techo, comida y ropa gratis, mínimo limpien la casa*”, expresan un alto nivel de descontento sobre los avances que se ha logrado por la lucha feminista en hacer ejecutable los derechos humanos de las mujeres, una especie de ira provocada por el riesgo que corre los privilegios de muchos hombres que han asumido la dominación masculina como su hábito común, además sancionan en sus comentarios cualquier acto de emancipación o sublevación de las mujeres, dejando claro que las mujeres deben cumplir sumisamente el mandato masculino y no *quejarse* de las violencias que sufren, sin embargo en uno de los comentarios se acepta la fuerza del movimiento feminista en el país, por lo que de manera agresiva esta persona expresa que las *feministas son vagas*, y otras cuestiones más, manifestando una carga negativa sobre el movimiento feminista, y recalando que si las mujeres se rebelan, reprochan al patriarcado se encuentra en peligro y es *una torpeza* porque la arremetida machista sabrá responder.

TEMA CENTRAL: COMUNICACIÓN Y GÉNERO

5. Conclusiones

Los medios de comunicación han logrado transformar sus dinámicas de trabajo con el apareamiento de las redes sociales, han logrado aumentar su rating, ampliar su público y volverlo diverso, aumentar las ganancias, y viralizar sus noticias, además ha modificado los oficios profesionales de sus periodistas, la polivalencia que exigen las redes sociales ha obligado a los profesionales de la comunicación a conocer otras labores relacionadas al ámbito digital y tecnológico, sin embargo también publicar en redes sociales noticias o información merma la responsabilidad social del periodista a la hora de planificar, escribir, editar, publicar una noticia, pues las redes sociales como el Facebook poseen su propio protocolo y formato distinto a un medio de comunicación, en tanto lo que importa en estas plataformas es el shock que puede imprimir en el público a través de imágenes, y comentarios tácticos sobre las noticias, que resultan muchas de las veces ser agresivos.

De tal forma el alcance de los medios de comunicación a las redes sociales, ha modificado la forma de hacer y pensar la comunicación, contrariamente a pensar que en redes sociales los medios de comunicación tendrían más interacción con su público, se ha evidenciado en este análisis que existe un total desapego con el público que comenta las noticias, en el caso de El Comercio, se puede confirmar que existe una falta de corresponsabilidad en lo que se publica y en lo que se comenta, los mensajes del público quedan plasmados en las noticias sin interpelación, reflexión y posicionamiento del medio de comunicación, no asumen que estos comentarios generan sentido y contenido a las noticias.

La falta de interacción del medio de comunicación con el público, en noticias sobre la situación de las mujeres o actos de violencia, muestra de manera severa la irresponsabilidad de los medios en no asumir los comentarios también como parte de su contenido, reproduciendo la violencia simbólica de género, reproduciendo las violencias machistas y legitimando estos comentarios como ciertos cuando no existe ninguna acción al respecto.

En cuanto a los comentarios analizados, se encuentra que las opiniones de gran parte del público, está cargado de valores patriarcales y misóginos, en los comentarios se considera a las mujeres y son representadas como mujeres sirvientas, mujeres tontas y mujeres en peligro, tipologías

TEMA CENTRAL: COMUNICACIÓN Y GÉNERO

creadas para identificar que existen patrones de representación y violencia hacia las mujeres en las redes sociales, se confirma que los roles de género y los estereotipos tienen total vigencia, los comentarios exigen que las mujeres cumplan su supuesta ontología de feminidad servil y sumisa a los hombres, pero que además de que si se sublevaran de alguna manera están en riesgo, y que los hombres machistas se encargaran de *encarrilar* de nuevo a estas mujeres.

Las redes sociales si bien es cierto han logrado democratizar la comunicación, hacer real el acceso a publicar las opiniones, experiencias y hasta conocimientos de las sociedades, esta democratización no ha incluido una reflexión seria sobre las implicaciones de democratizar unos espacios sin despatriarcalizar antes las representaciones simbólicas, publicitarias, televisivas de las mujeres, que las redes sociales están siendo una arma de doble filo para las mujeres, en donde actualmente reina la denominada impunidad digital de la violencia machista.

6. Bibliografía

- Biblia. (2002). La Santa Biblia. Madrid: Verbo Divino
- Bourdieu, P. (2000). La dominación masculina. Barcelona: Anagrama.
- Boira, S. Cancer, P.; Buzón, R. Cebrián, J. “*Violencias, lenguaje y comportamiento en redes en las relaciones de pareja de la juventud en Aragón*”, diciembre 2018, Universidad de Aragón.
- Cely, W. y Beltrán, M. (2007). “Creer y poder hoy, cátedra Manuel Acízar”. En Creer y poder hoy, de Mauricio Adarve, y otros, 75-97. Bogotá: Universidad Nacional de Bogotá, Facultad de Ciencias Humanas.
- CNIG, ONU Mujeres. (2018). Ley orgánica integral para prevenir y erradicar la violencia contra las mujeres.
- DallaCosta, M. (2006). “Dinero, perlas y rosas en la reproducción feminista”. España: Akal.
- DiQuinzio, P. (1999). The impossibility of motherhood. Feminism, individualism, and the problem of mothering. New York: Routledge.
- Federici, S. (2010). “*Calibán y la Bruja, Mujeres, cuerpo y acumulación originaria*”, Traficante de Sueños.
- Gonzales, S. “*El uso periodístico de Facebook y Twitter: un análisis comparativo de la experiencia europea*”, Historia y Comunicación Social, Vol. 18, (noviembre 2013), 419-433.
- Gonzales, S., Ortells, S. “*La polivalencia periodística de los profesionales en las redes sociales*” en Estudios sobre el mensaje periodístico, Vol. 18., Núm especial., Octubre (2012), 455-463.

Recibido: marzo 2019

Aceptado: abril 2019

TEMA CENTRAL: COMUNICACIÓN Y GÉNERO

- INEC; CNIG, “Cuenta Satélite de Trabajo No Remunerado de los hogares 2005-2017”, febrero 2019.
- Rodríguez, C. (2010). “Redes Sociales e prácticas que se imponen al periodismo”. En: II Congreso Internacional Comunicación 3.0, Universidad de Salamanca. [28-08-2013].
- Segato, R. (2016). “La guerra contra las mujeres”, Traficantes de Sueños, 2016.
- Tornay, C. y Oller, A. (2017). “Comunicación periodismo y género, una mirada desde Iberoamérica”, Egregius.