

HUMOR Y CIBERFEMINISMO: ¿QUÉ HAY DE ORIGINAL?

Asunción Bernárdez
*Facultad de CC. De la Información
Universidad Complutense de Madrid*

Definir qué es el ciberfeminismo puede no ser tan sencillo como parece. Si introducimos esta palabra clave en un buscador de Internet, veremos cómo la historia del movimiento se repite de unos textos a otros, que documentan sobre todo sus orígenes y en menor medida sus desarrollos posteriores. Esta parábola informativa señala una característica de esta manifestación: la dispersión, la falta de unidad o la no definición de objetivos comunes, pero que en todo caso podríamos definir como mujeres artistas que exponen sus trabajos en la red con un claro sentido político y que ponen en práctica las estrategias de la parodia y la ironía utilizándolas como elementos estéticos fundamentales en sus creaciones. La cuestión que quiero plantearme en esta ocasión es ¿hasta qué punto el elemento humorístico, irónico y paródico de este tipo de arte es propio del movimiento ciberfeminista? ¿No están estas estrategias presentes en otro tipo de manifestaciones sociales y políticas que podemos recoger bajo la etiqueta de «postmodernas»? ¿No han utilizado las mujeres el humor en tácticas políticas anteriores? Me parece obvio que así es, y por lo tanto ¿qué es lo que cambia?, ¿sólo que la producción artística transita a través del nuevo medio de comunicación que es Internet? Dar respuesta a estas preguntas nos requiere en primer lugar intentar aclarar qué entendemos por cada uno de los términos implicados en este debate: Internet, humor y ciberfeminismo.

¿Qué hacemos con Internet?

No quiero redundar en los discursos sobre cómo Internet está cambiando nuestra existencia, nuestros hábitos de vida, nuestro ocio, nuestra manera de relacionarnos con los demás, nuestras formas tradicionales de trabajo o incluso nuestra relación con la creación y acumulación de conocimiento social, sólo recordar que Manuel Castells¹ hablaba hace poco de Internet

¹ Vid. Castells, Manuel: *La era de la información: economía, sociedad y cultura* Vol. 1: *la sociedad red*, Madrid, Alianza, 1996.

como «el tejido de nuestras vidas», señalando que se ha convertido en un elemento fundamental para sostener nuestra identidad y nuestro estar en el mundo ya que ha conseguido modificar incluso nuestros modos de interacción y relación social.

La expansión de esta tecnología no hubiera sido posible si no existiera todo un campo metafórico sobre las tecnologías de la información que ha permitido que las integremos en nuestro imaginario como el auténtico ideal de la modernidad (Mattelart²). Internet es la herramienta incuestionable, la imprescindible, la panacea de nuestras vidas, y si esto es así es porque satisface los deseos tecnológicos de la sociedad democrática occidental ensimismada con la capacidad de dominación y desarrollo infinitos³. Además se nos presenta como inocua, inofensiva, tal vez porque la sentimos como una prolongación de la mente, esa parte de la dicotomía entre mente/cuerpo tradicionalmente favorecida por la cultura, en contraste con las tecnologías biomédicas que despiertan todas nuestras suspicacias. Pero, ¿es capaz sólo una nueva tecnología de generar esa famosa «tercera ola de feminismo»? En todo caso cabe preguntarse por cuáles pueden ser sus modos de expresión, sus límites, sus logros y propuestas.

Internet ha sido definida a través de dos metáforas fundamentales: el ágora y el zoco. Ágora en el sentido de ser un lugar de reunión, de encuentro, un lugar donde se tejen las relaciones políticas, donde crear vínculos de solidaridad, lugares para la comunicación y el intercambio. En este sentido, la red ha permitido la creación de un nuevo espacio social donde encontrarse e interactuar con el otro, es una tecnología que permite que la interacción no se desarrolle sólo ente los humanos y las máquinas, sino que ha servido de conexión entre la gente. Internet como ágora es la cara más amable de esta tecnología, y la aprovechada, en este sentido por el feminismo y todos los movimientos de solidaridad internacional.

Pero Internet es también un zoco: un lugar para el intercambio de carácter comercial. En este sentido algunos autores han puesto en evidencia que Internet en realidad no aumenta el conocimiento, sino el mercado. Más que crear ideas y datos, ha propiciado la propagación de los mismos, confirmando la tendencia de la postmodernidad apuntada por Lyotard⁴ a convertir la información en mercancía, que tiene un coste, y que no se transforma en el antiguo «valor de conocimiento» de la cultura moderna. Este proceso de mercantilización que ha sufrido en los últimos años Internet, se puede observar por ejemplo, en el hecho de que hayan aumentado sus-

2 Vid. Mattelart, A.: *La historia de la sociedad de la información.*, Barcelona, Paidós, 2002.

3 Penetración, rapidez y economía han sido el sueño del desarrollo capitalista materializada de manera espectacular en Internet. Por ejemplo, la velocidad de los procesadores se duplica cada 18 meses y el coste de la transmisión de datos se ha abaratado de manera espectacular (1 megabit de memoria Ram costaba 5.257 dólares en 1970 y 0,17 en 1999); además, en teoría puede haber tantos usuarios como personas en el mundo y el número de webs no han parado de multiplicarse.

4 Lyotard, J. F.: *La condición postmoderna*, Madrid, Cátedra, 1984.

tancialmente los sitios de pago. Es famoso el discurso de Al Gore en el que decía en un discurso de 1994 que: «Esta red de redes será un requisito esencial para la expansión de oportunidades en el comercio, elevando los niveles de educación y salud para el desarrollo sostenible.» Por otra parte, la financiación de las nuevas tecnologías ha corrido a cargo de la iniciativa privada orientada en función de las necesidades de las grandes empresas, y no de las personas. El desarrollo tecnológico en general piensa en las presiones del mercado rico, y no en las necesidades de los pobres. El peligro en la actualidad es que Internet como ágora esté siendo desplazada por la de Internet como zoco, desplazándose así el espíritu comunitario por el mucho más agresivo de los negocios; algo que ya sabíamos: que las tecnologías no son instrumentos neutros porque se integran en sistemas de poder que provocan además que esas mismas tecnologías avancen en una dirección o en otra. El optimismo respecto a Internet ha sido grande, pero si observamos la manera en que se está imponiendo en el mundo, vemos que esa imposición se dibuja sobre las sombras de una estructura económica y social desigual que, al menos de momento, permanece prácticamente intacta. De hecho, los instrumentos tecnológicos se manufacturan hoy en el tercer mundo, pero es el primero (en concreto Estados Unidos) el que distribuye y vende los productos terminados, todo ello gestionado por grandes monopolios como IBM, Microsoft, etcétera⁵.

Respecto a la integración de las mujeres como usuarias de Internet, de momento yo no he encontrado más que datos contradictorios. Lo que en principio parecía un lugar nuevamente discriminatorio para las mujeres, parece que se ha convertido en un lugar favorito, si bien esto se basa en una percepción sin datos concretos ya que las estadísticas realizadas por la ONU hasta donde he llegado a consultar no observan la variable de género⁶. Lo que está claro es que si pedimos el término «mujer» en cualquier servidor, seguimos apareciendo como reclamamos publicitarias, pero también como compradoras de productos sobre todo relacionados con la belleza y el hogar, el papel de madre y esposa... y por supuesto el uso del cuerpo de las mujeres en la pornografía, que como sabemos, son las páginas más visitadas de Internet, con diferencia. Hay una carencia de estudios en cuanto al uso que las mujeres hacen de Internet. Los que se han hecho no tienen en cuenta la diferencia entre edades, nivel cultural, profesiones, ni se ha investigado las consecuencias que el uso de Internet puede tener en la vida real, es decir,

⁵ Mas de las tres cuartas partes de usuarios de Internet están el primer mundo (La OCDE tiene 80%), y en los últimos años, vemos cómo los países que más han aumentado el nivel de usuarios siguen siendo los países más ricos como Suecia, Estados Unidos, Noruega, etcétera, mientras los últimos Malasia, Brasil, Sudáfrica o China. Otros datos en los que podemos apoyar esta afirmación son por ejemplo que la amplitud de banda internacional en África es menor que la existente en Sao Paulo.

⁶ Aunque la ONU incluyó como factor diferencial a tener en cuenta en sus estudios el factor de género en el año 95, sólo es valorado prácticamente en el sector de la escolarización

cómo este uso de tanto éxito influye y cambia la vida de las mujeres. En definitiva, creo que faltan muchas cosas por saber sobre esta tecnología y no podemos hacer una simple asociación entre Internet y libertad, porque si Internet se dibuja sobre diferencias económicas, también lo hará sobre las de género.

El ciberfeminismo, sin duda ha elegido como metáfora la del ágora, y ha utilizado Internet como un lugar para crear vínculos de solidaridad, como instrumento de negociación de valores, e incluso como lugar donde crear identidades alternativas, formando lo que García Canclini⁷ definió como «identidades híbridas» ignorando o a veces contestando el hecho de que Internet se haya convertido, poco a poco en un zoco. Sin embargo, un reproche que se ha hecho al movimiento ha sido a veces el hecho de que en sí mismo ignora estas cartografías sociales sobre las que se va dibujando la red.

¿Qué es el ciberfeminismo?

El ciberfeminismo consiste en un encuentro de mujeres feministas en un nuevo lugar: el ciberespacio, un vehículo totalmente diferente a las anteriores olas de feminismo. Las ciberfeministas son mujeres, frescas, ingeniosas, irreverentes con lo políticamente correcto, con una dosis de agresividad voluntariamente incontrolada e ironía que quieren apropiarse del ciberespacio. Este movimiento ha creado un nuevo grito de guerra: Grrl... con el que se identifican en la red, y con esta clave podemos encontrar una infinidad de sitios en la actualidad. Esta definición que suena casi como un gruñido es muy significativa para lo que el movimiento quiere ser y significativo es también que la palabra elegida sea *girl*, en clara contraposición a la palabra *Woman*, ya institucionalizada y reconocida por ejemplo en las universidades, donde se ha acuñado el término *Woman Studies*. Lo que parece claro es que el movimiento *Grrl...* no quiere saber nada de la academia ni del movimiento feminista que podemos calificar de institucionalizado y asimilado, si no por la sociedad, si por las instituciones, aunque luego, como toda manifestación humana es paradójica y muchas de sus representantes pertenecen al mundo universitario.

El manual de las *Friendly Grrls*⁸ dice «Las grrls ya no son girls, sino grrrls, son mujeres jóvenes, super kewl (cool) que tienen la tenacidad y el empuje para navegar por la red, relacionarse con otras mujeres jóvenes y extender la presencia de mujeres en las tecnologías de nueva aparición. Así que poneos las gafas protectoras, preparad la mano que maneja el ratón y sumergios en el ciberespacio con el manual de las *Friendly Grrls...* ¡no podéis equivocaros!...»

⁷ García Canclini, N.

⁸ En <http://www.webgrrls.com>

Lo que tiene de nuevo el movimiento es que mientras en sus orígenes, el feminismo dependía de que las mujeres estuviesen físicamente presentes en las asambleas, en las calles, en los lugares de trabajo... y mientras que posteriormente las mujeres empezaron a juntarse para planear una serie de estrategias y acciones que llamaran sobre todo la atención de los medios de comunicación (tomaban las oficinas de Playboy, el Metropolitan Museum, boicoteaban la elección de Miss América...), todo ello con el fin de ir consiguiendo autonomía económica y una reestructuración de la familia, en cambio ahora el principal lugar de encuentro está siendo Internet.

Antecedentes

El ciberfeminismo nace al calor de una obra fundamental: *El manifiesto Cyborg* de Donna Haraway, publicado en 1987⁹. En este trabajo, Haraway propone a las mujeres la aceptación de una nueva identidad que la tecnología ha ido dando forma durante el siglo XX, una identidad definida como Cyborg (unión de cibernética y organismo): «A finales del siglo XX –nuestra era, un tiempo mítico– todos somos quimeras, híbridos teorizados y fabricados de máquina y organismo; en una palabra, somos Cyborgs. El cyborg es nuestra ontología, nos otorga nuestra política». La figura del ciborg se define en oposición a la figura de la diosa en la mitología tradicional. En una ocasión Haraway dijo, no sin levantar una polvareda de comentarios: «Prefiero ser una ciborg a una diosa», oponiéndose así al feminismo más tradicional que asociaba la tecnología con la dominación masculina.

Las teóricas

Las dos teóricas que acompañan el movimiento con más proyección son Sadie Plant¹⁰ y Sandy Stone. La primera es directora del *Centre for Research into Cybernetic Culture* de la Universidad de Warwick, Inglaterra, y definió el ciberfeminismo como una cooperación «entre mujer, máquina y nuevas tecnologías», y trabaja sobre la idea fundamental de que la tecnología es femenina, pensando sobre el problema de las identidades virtuales, en como se encarnan en el espacio y el tiempo. Su libro *Ceros y unos*, reflexiona a partir de la historia de Ada Lovelace, la primera programadora de ordenadores del mundo, ayudante de Charles Babbage creador de la primera máquina de cálculo diferencial, sobre cómo la historia ha invisibilizado

⁹ Edición española en el libro *Ciencia, cyborgs y mujeres: la reinención de la naturaleza*, Madrid, Cátedra, 1995.

¹⁰ Plant, Sadie: *Ceros más os: mujeres digitales más la nueva tecnocultura*, Barcelona, Destino, 1997.

el trabajo científico de las mujeres. Demuestra, a partir de la imagen de la telefonista, cómo las mujeres han estado siempre en los puntos centrales de las redes comunicativas.

La otra teórica fundamental es la transexual Sandy Stone, que centra su trabajo en el estudio del cuerpo y la construcción del deseo. Un texto fundamental fue «Will the Real Body Please Stand Up?»¹¹ Que centró el debate sobre qué ocurría con los cuerpos en el ciberespacio y en las comunidades virtuales. Para Stone, los sistemas binarios que sostienen la racionalidad de nuestra cultura, son una base fundamental para seguir manteniendo un sistema de diferencia e injusticia entre los géneros. De hecho, no es cierto que el ciberespacio borre las diferencias genéricas, a pesar de que las personas interactúan virtualmente, porque siguen prevaleciendo las mismas metáforas en el espacio virtual que en el real.

Una pequeña historia del ciberfeminismo

La historia del cyberfeminismo tiene dos puntos históricos señalados: el nacimiento de *VNS Matrix* y la *Primera Internacional Ciberfeminista* en la Documenta X, una muestra internacional de arte contemporáneo celebrado en Alemania el 20 de septiembre de 1997. El cyberfeminismo tiene además un eje fundamental que no nace exclusivamente del campo teórico, sino del campo artístico.

El primero fue la reunión de cuatro mujeres artistas y jóvenes de Adelaide (Australia) que en el año 1991 lanzaron por la red un Manifiesto Ciberfeminista (*Manifiesto de la zorra mutante*), donde ponían en práctica las ideas de Donna Haraway y también las teóricas Sadie Stone y Sadie Plant (aunque en ese momento no lo conocieran). El grupo de cuatro mujeres difundió el manifiesto bajo el nombre de *VNS (VeNuS) Matrix*, y lo componían Josephine Starras, Julianne Pierce, Francesca da Rimini y Virginia Barratt.

El lema del manifiesto: «el clítoris es una línea directa a la matriz» («The clitoris is a direct line to the matriz»), frase que intenta señalar cómo las máquinas y el cuerpo de las mujeres han tenido mucho que ver a lo largo de la historia, por tanto, es absurdo que las mujeres se queden al margen de las posibilidades que ofrece la tecnología. La proyección y extensión del movimiento hoy es amplísimo. En la dirección *webgrrls* nos encontramos una gran cantidad de direcciones y enlaces, fancines electrónicos como *gURL* y el célebre *Geekgirl* aunque se ha desarrollado fundamentalmente en dos direcciones: Sadie Plant y *VNS Matrix*, más radical, y el trabajo europeo, más moderado (*El consorcio Old Boys Network*)

¹¹ Editado en Benedikt, Michael (ed.): *Cyberspace. First Steps* (MIT Press, 1992).

Humor y ciberfeminismo

¿Le es sustancial el humor al ciberfeminismo? ¿Cuál es el tipo de relación que los une? Me atrevería a decir que un vínculo negativo ya que mujer y humor ocuparían el lugar devaluado del pensamiento dicotómico que separa, diferencia positivamente, por ejemplo, hombre/mujer, seriedad/risa, racional/pasional, y un largo etcétera. Tradicionalmente, la literatura de humor ha sido la hermana pobre frente a los géneros literarios «serios» y no deja de ser curioso comprobar que cuando una obra de carácter jocoso pasa a ser considerada una «gran obra», rápidamente se reconvierte a la categoría de lo trágico, lo trascendente, lo eterno... Un ejemplo: cuando Cervantes escribe *El Quijote* lo hace dentro del ámbito de la literatura humorística de época, y esta obra fue profundamente despreciada por la «alta» literatura de su tiempo: son conocidas las diatribas de Baltasar Gracián o Lope de Vega en contra de este texto, y el propio Cervantes no quiso morir antes de escribir *La Galatea*, novela bizantina que sí tenía el reconocimiento de «buena literatura» de la época. Sin embargo, la historia literaria ha encumbrado *El Quijote* como una de las grandes obras de la literatura universal, y al hacerlo, la ha dotado de una serie de «interpretaciones trascendentes» que nos enseñan a leer la obra desde otras claves. En definitiva, hay un vínculo entre las mujeres y el humor por el simple hecho de ser las dimensiones «devaluadas» de las dicotomías.

Es obvio que el humor ha sido siempre un arma política, si bien utilizada tanto en un sentido liberador como en sentido opresor. El humor es ambivalente y no siempre destructor en sí mismo, ya que ha sido una de las estrategias fundamentales utilizada como herramienta moral (como ocurría con Molière, por ejemplo). Reírse de algo es sancionar de manera positiva o negativa, supone un juicio sobre lo correcto o incorrecto o lo que consideramos risible y criticable. La risa y el humor ha sido uno de los aliados fundamentales a los sistemas político-sociales mostrando qué individuos o qué actitudes merecen ser separados del grupo social. Y de esto las mujeres sabemos mucho: la misoginia se ha servido de múltiples recursos simbólicos para imponerse: las lecciones morales, el adiestramiento del cuerpo, los textos literarios o pictóricos..., toda una batería de textos y representaciones al servicio de mantener una desigualdad de derechos civiles y de acceso al poder de las mujeres. Las mujeres hemos sido adoradas, ensalzadas, pero también objeto de risa, sobre todo cuando no encajamos en la representación de los cánones tradicionales. En el teatro del XVII tenemos ejemplos múltiples de escarnio de las mujeres que quieren aprender o reivindicar el derecho a mandar (Lope de Vega: *La boba para otros y discreta para sí*. Quevedo: *La culta latiniparla*...) Sin embargo, no se le puede negar al humor su capacidad de subversión, porque reírse de algo puede suponer también su destrucción, su re-contextualización y re-semantización. Esta función tiene que ver sobre todo con

un modo de risa que Bajtin¹² definió como «lo grotesco» cuando estudió la cultura medieval y en concreto la función del carnaval. La risa grotesca es la que subvierte categorías, la que da la vuelta a esquemas propios: una risa en la que la boca es el ano, el ano la boca... una risa que brota de un cuerpo en desorden, de un cuerpo no normalizado y radicalizado en su estar en el mundo... un cuerpo en el que las funciones están cambiadas, los órganos sustituidos y ridículamente mal puestos, un risa que permite que el cuerpo no sea un objeto separado del universo. La risa que está en los cuadros de El Bosco o las figuras monstruosas del románico y que reaparecen, tras siglos de regularidad moderna a principios del siglo xx en los textos dadaístas, en la pintura o en el cine surrealista. Esta risa tiene mucho de nuevo porque deja de lado todo un sistema racionalista dominante en la cultura durante casi cinco siglos. ¿Es esta la risa posmoderna? ¿Es esta la risa del denominado ciberfeminismo?

Humor, postmodernidad y acción política

La postmodernidad supone el fin de lo moderno, que implica, por ejemplo, el fin de la diferencia radical entre la alta y la baja cultura, la pérdida de límites entre discursos y géneros, la cultura escrita se encuentra en retroceso respecto a la visual, fin de los proyectos emancipatorios de lo social, fin de la idea de autor, cambio en los modos de repetición: las obras no son objetos de culto, sino algo para «crear ambientes» espacios donde el espectador puede entrar y salir de manera efímera y pasajera... El arte está por todas partes, pero ya no está en ninguno... El arte postmoderno se caracteriza pues (Fredric Jameson) por el gusto por el pastiche, donde los elementos se unen aparentemente sin sentido, pero también por una nueva forma de parodia que Jameson¹³(que denomina «pastiche») explica diciendo que en la Postmodernidad no es posible la parodia o la ironía tradicional, porque ésta suponía siempre un reconocimiento implícito al texto utilizado como referencia, sin embargo en la parodia postmoderna todas las obras son aprovechadas al mismo nivel: un personaje devaluado de la televisión al lado de una líder feminista, por ejemplo... Es decir, en el pastiche hay algo de juego con el humor continuo... un «no creerse nada». ¿Es el mismo humor con el que trabajan las ciberfeministas?

12 Bakhtin, M.: *La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento*, Madrid, Cátedra, 1987.

13 Jameson, F.: *El postmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*, Barcelona, Paidós, 2002.

El humor como táctica de estrategia política

El ciberfeminismo ha tenido el deseo de crear identidad política y unidad aglutinándose en torno al uso de las tecnologías, porque son éstas las que hoy día manipulan nuestras experiencias. En este sentido, es un movimiento que cree que hay que apropiarse de esas nuevas tecnologías, subvirtiendo el uso que se les está dando y que en sí mismas arrastran viejos estereotipos culturales, políticos y sexuales. La estrategia política: la utilización de la ironía y la subversión paródica. No es casualidad que también en el año 91, Judit Butler publicara su ya clásico libro *Gender Trouble* la idea de que el feminismo debe establecer una «política paródica de la mascarada», o Rossi Braidotti como filosofía del «como sí», haciendo una alusión al ejercicio de la parodia, las repeticiones rituales, etcétera, porque como afirma Butler, a través de las repeticiones paródicas es como podemos llegar al ejercicio del poder. La ironía es un ejercicio subversivo y una forma de provocación, porque como bien supo contarnos Garfinkel, «ser auténtico es fingir». Desde este punto de vista, varían muchas cosas, por ejemplo, los artistas ya no tienen que ser geniales o creativos, sino una especie de trabajadores culturales que trabajan con la idea de la apropiación, la ironía y lo contingente como estrategia ya utilizada por artistas del feminismo de los ochenta como (Cindy Sherman o Barbara Kruger).

Esta táctica de utilización del humor como estrategia política podemos rastrearla por ejemplo en el mensaje que Rimini lanzó en 1997 como Doll Joko (uno de sus personajes) refiriéndose a VNS matrix y que decía que: «Como artistas, se tomaban en serio estrategias como la ironía y la inversión de estereotipos culturales como método para abordar algunas de las problemáticas esenciales en torno a la relación entre mujer y tecnología: ... acceso ... educación... trabajo... imagen de las chicas/nenas/mujeres en la cultura y en los videojuegos populares, etcétera».

En el campo artístico tal vez sea donde mejor podemos observar esta estrategia: Guerrilla Girls o Riot Girls (chicas disturbio) son emblemáticas, que argumentan que las mujeres estamos en guerra y que las mujeres no somos pacifistas, sino chicas malas que crean sus propios espacios para la creación. En unas declaraciones dicen: «La metáfora de la guerra invade nuestro imaginario cultural y social, desde la música rap al ciberespacio.» Y un poco más adelante: «Sí, las chicas se están cabreando: reivindicamos nuestros cibersueños, nuestras alucinaciones compartidas. Podéis quedaros con vuestra sangre y vuestro gore, lo que nos importa a nosotras es cómo hacernos con el ciberespacio para salir del cadáver viejo, decadente, seducido, aducido y abandonado del patriarcado falo y logocéntrico.»

Muy significativa fueron también la serie de exposiciones Bad Girls¹⁴, que en la década

14 Las artistas fueron Nicole Eisenman, Nan Goldin, Sue Williams y otras.

de los noventa, marcaron un cambio en la representación de lo sexual. El tema del sexo, las drogas y la violencia, no aceptados en muchos de los discursos aparecen ahora tratados de manera irónica y en muchos casos también autobiográfica. No deja de ser curiosa la absorción del sistema mediático de todas estas estrategias utilizadas por estas artistas. Por ejemplo, Nike ha utilizado y explotado la imagen de las «chicas guerreras» en sus anuncios publicitarios.

Temas recurrentes: la corporalidad y la identidad

Un tema recurrente en los trabajos de las ciberfeministas es el del cuerpo, que no deja de poner en evidencia la paradoja de que en un medio desmaterializado como Internet aparezca cuerpo de manera obsesiva: el cuerpo polimórfico, erótico, fantasmal, fraccionado, idealizado, tecnológico, ciborg y un largo etcétera. Entre todas estas representaciones, unido a las nuevas tecnologías de la información hay una imagen ya clásica que es la configuración del cuerpo posthumano, una idea de la que habló sobre todo el artista australiano Stelarc, argumentando que el cuerpo no es más que algo indeseable porque enferma y muere, y que lo ideal sería poder prescindir de él a partir de una serie de prótesis o transformado en inteligencia artificial. Esta es la idea principal de *TechnoMorphica*, un libro de la holandesa V2-Organisation que habla de la posibilidad de organizar un cuerpo nuevo en torno al modelo de máquina inteligente y que contiene fotografías de *Stomach Sculpture* de Stelarc. La misma técnica ha utilizado la artista Mona Hatoum en *Corps Etranger* quien se ha tragado una cámara para explorar el esófago y el estómago.

A partir de estas ideas, las ciberfeministas pretenden la superación del cuerpo dibujado en la teoría cartesiana, pero sin olvidar que el cuerpo tiene una materialidad que a la vez es su propia esencia que en ningún momento se puede dejar atrás. Este principio marcará la creación artística de las ciberfeministas, centrada en la exposición cruda e irreverente del cuerpo. Por ejemplo VNS Matrix¹⁵ definen su arte como *cunt art*, la Vagina Painting (Pintura vaginal), la perforance de Shigeko Kubota (integrante de Fluxus). También el Stock Market Skirt (Falda bursátil) de Nancy Paterson. Aparece un vestido de fiesta azul y negro conectado a un ordenador y una impresora de resultados bursátiles. A medida que la bolsa sube o baja, la falda sube o baja también.

¹⁵ El deseo de la tecnología encarnado en el cuerpo de las mujeres es ya un clásico del siglo XX iniciado con la película de Fritz Lang *Metrópolis* de 1927 en la que establecía una relación entre el sexo, el peligro, las mujeres y las máquinas. Clásica es la relación entre la mujer y lo artificial, encarnada sobre todo en el tema de las muñecas.

La identidad, como sabemos es uno de los temas centrales y que más debate ha producido en la denominada *postmodernidad*. Tal vez, precisamente porque sentimos que las nuevas tecnologías de la información y la política de la globalización económica, nos arrojan a todos a un territorio de nadie donde todos nos sentimos colonizadas y con identidades en crisis. Es un tema central para el ciberfeminismo, pero en esto no es original porque también lo es para la filosofía, la sociología, el feminismo cualquier pensamiento contemporáneo.

Algunos autores afirman que género, raza, edad, nacionalidad, son determinaciones identitarias que no importan en la interacción en Internet, poniéndolas todas ellas al mismo nivel, destacando que la red favorece la fabricación voluntaria de nuevas identidades alternativas. Otras, como Jodi O'Brien, afirman que la identidad genérica es mucho más fuerte que las demás, y que en las comunicaciones personales en la red, es una delimitación que se pregunta siempre. El género es siempre re-introducido, aún sin marcas físicas, y esa re-introducción es, si cabe, más estereotipada, admite menos variaciones que en las interacciones cara a cara, y además, los estereotipos son más fuertes si alguien cambia de identidad. La consecuencia de esto es que en las comunicaciones en la red se produce mucha más homogeneidad que en la vida real respecto al género.

La construcción de identidades de grupo

Alguna cosa más se podría decir acerca de lo que es la identidad de grupo, que podríamos definir con el viejo término de la retórica: *el ethos* (costumbre, formas de conducta: modos de comportarse el orador tanto en el ejercicio de su profesión como en su conducta moral). El ciberespacio construye grupos de gente para pasar información. Muchos son grandes y bien organizados, pero los críticos dicen que no constituyen comunidades reales en cuanto no mantienen un *ethos* común y tienen serias dificultades para la acción política fuera del ciberespacio. Es decir, es muy difícil que se pueda calificar como comunidad una comunidad virtual exclusivamente, se necesitan contactos (por eso las «cenas» de las ciberfeministas, por ejemplo como el proyecto de Kathy Huffman, *Face Setting*).

Para las ciberfeministas el tema de la identidad se encuentra atrapado entre el esencialismo que ha atenazado la definición de los géneros y las implicaciones que puede tener la identidad con el compromiso político. ¿Qué tipo de identidades se crean en la red? ¿Es cierto que la determinación de género no tenga ninguna importancia?

Conclusiones

- Creo que hoy día no podemos hablar de feminismo (ni de casi nada) que no tenga que ver con Internet. Es más algunas autoras como Sadie Plant afirman que «lo cibernético es feminización», pero esto tiene el problema de ignorar la realidad material de la red y las formas en las que la tecnología se está imponiendo. Hay un precio personal para entrar en la red: educación, poder invertir un cierto dinero en equipos, pero hay también un precio nacional que tiene que ver con la infraestructura de cada país. Las mujeres que encuentran un lugar en el ciberespacio son las que tienen un buen estatus económico ¿qué hace el ciberfeminismo respecto a esto? ¿Simplemente perpetuar las diferencias?

- Apropiarse de la red con el activismo político, supone el aceptar la necesidad de que la aldea global de McLuhan se ha transformado más bien el mercado mundial, que reduce la igualdad civil a la posibilidad de comprar objetos de consumo.

- Las formas de organizarse las mujeres a través de la red, tiene mucho que ver con la forma general de organizarse en los últimos tiempos los diversos colectivos sociales que no han parado de emerger después de Seattel en 1998. Desde entonces, una red descentralizada de puntos de presión no ha dejado de actuar, sin un objetivo único y común, sin una ideología unitaria ni una jerarquía, pero que hemos visto que increíblemente funciona: si Lula gobierna en Brasil, si Europa ha comenzado a desarrollar una estrategia política al margen de los estados Unidos, si España se ha salido de la guerra de Irak o si los transgénicos han comenzado a identificarse, todo esto tiene que ver con esta nueva lucha... el peligro que hace algún tiempo se apuntaba que la red se convirtiera en un solipsismo, parece que no se está llevando a cabo...

- La estrategia de la deconstrucción irónica o paródica no es un patrimonio de la lucha de las mujeres, aunque sí necesitaríamos llevar a cabo un estudio histórico que está por hacer que nos aclarara cuáles son las influencias de la creación artística de las mujeres en los años 80 en los creadores masculinos... Jameson detecta que es un elemento consustancial a la creación posmoderna el pastiche, pero lo aleja de las formas tradicionales de parodia... la pregunta es si ese elemento individualizador pertenece en origen a las mujeres.

- El ciberfeminismo no se ha librado a pesar de sus innovadoras propuestas teóricas (Haraway y Butler) de la eterna pregunta que ha acuciado al feminismo desde siempre (la cuestión de la subjetividad) ¿Qué es ser mujer? Una pregunta que por otra parte no ha dejado de

sembrar conflictos en el panorama feminista... el mito irónico de Haraway, la verdad es que a mí me sirve, y me permite pensar sobre todo en la utopía de que es posible pensar en un mundo donde no sea tan importante la determinación genérica.

- Por último, señalar que la utilización del humor y la parodia es una constante entre los artistas virtuales y los movimientos antiglobalización, y no una estrategia exclusiva del ciberfeminismo, y es precisamente desde estas construcciones irónicas donde el movimiento conecta con esas manifestaciones generalizadas. Faltan desde luego trabajos aplicados que desvelen en qué medida esta estética posmoderna que circula en la red es deudora de las tácticas políticas de la tradicional lucha de las mujeres, que han tenido en muchísimas ocasiones que aliarse con el humor y la parodia para plantear una lucha en el terreno simbólico (y desde luego político). Lo irónico de todo esto es la pervivencia del estereotipo de la feminista malhumorada y aloca-da que todavía pervive hoy.