

**CIBERACTIVISMO CONTRA LA VIOLENCIA
DE GÉNERO:
FETICHISMO TECNOLÓGICO E INTERACTIVIDAD**

**CIBERACTIVISM AGAINST GENDER-BASED VIOLENCE:
TECHNOLOGY FETISHISM AND INTERACTIVITY**

Sonia NÚÑEZ PUENTE
Universidad Rey Juan Carlos

Diana FERNÁNDEZ ROMERO
Universidad Rey Juan Carlos

Palma PEÑA JIMÉNEZ
Universidad Rey Juan Carlos

Recibido: 15/01/2016
Aceptado: 25/03/2016

Resumen

El artículo pretende analizar cómo los procesos de interpasividad, fetichismo tecnológico y capitalismo comunicativo se articulan, o no, en las prácticas ciberactivistas de las comunidades virtuales españolas que luchan contra la violencia de género. Partiendo de la argumentación teórica acerca del fetichismo tecnológico y del capitalismo comunicativo de Jodi Dean, se abordará si Internet, el ciberespacio y la realidad virtual pueden, o no, impulsar transformaciones sociales, al constituirse en herramientas impulsoras de la defensa de los derechos de las mujeres y, por ende, de la autonomía en la toma de decisiones políticas a través de iniciativas online de comunidades de activistas. Para ello se tomará como objeto de estudio once de las principales páginas de las comunidades virtuales feministas en España orientadas a la lucha contra la violencia de género. Finalmente se discutirán los ideales de acceso, inclusión y participación ciberactivista.

Palabras clave: ciberactivismo, cibercomunidades feministas, activismo contra la violencia de género, fetichismo tecnológico, interactividad.

Abstract

This article intends to address how the processes of interpassivity, technology fetishism and communicative capitalism articulates the ciberactivist praxis of the Spanish virtual communities against gender-based violence. Taking into consideration Jodi Dean's theory on technology fetishism and communicative capitalism, Internet, cyberspace and virtual reality are considered as either fostering or preventing social changes when they address the possibility of becoming effective tools for the empowering of women and, therefore, they promote political self-awareness through online praxis against gender-based violence. Eleven of the main feminist virtual communities against gender-based violence will be analysed. Finally the ideals of Internet access, inclusion and cyberparticipation.

Keywords: ciberactivism, feminist cibercommunities, activism against gender-based violence, technology fetishism, interactivity.

1. INTRODUCCIÓN

En el activismo feminista online se pueden observar dos ejes teóricos y de praxis que, en algunos casos confluyen, en relación a las posibilidades de activismo político inherentes al activismo online (Núñez Puente 2011; Núñez Puente et al. 2012). De un lado, teóricas como Wajcman señalan que una parte de la corriente ciberfeminista, en contraposición a un primer momento en el feminismo en el que se rechaza la tecnofobia, contempla las nuevas tecnologías como un elemento esencial que opera en los procesos de empoderamiento de las mujeres (Núñez Puente et al. 2012). Así, a partir de los enfoques utópicos del ciberfeminismo, las nuevas tecnologías se presentan como un proceso de transformación que hacen posible la creación de nuevos significados alternativos en la construcción del ciber sujeto político y de las propias comunidades virtuales que, a su vez, pueden contribuir a la elaboración de nuevas identidades políticas en la esfera del activismo (Haraway 1985; 1997) y a disminuir las desigualdades de género mediante nuevas formas de activismo político e interacción horizontal (Plant; Spender). De este modo, algunos trabajos abordan el potencial de las nuevas tecnologías como lógicas activistas de cambio y progreso (Castaño; Gajjala, Ju Oh; Gurumurthy). En la misma línea, en otras propuestas teóricas se argumenta que, más allá de evitar estructuras sexistas, las TIC pueden servir para reformular los presupuestos esenciales de la participación política y para avanzar en términos de una promoción de manera proactiva de una aproximación más igualitaria a las nuevas tecnologías (Vázquez, Castaño). Argumentaciones similares se observan en el ámbito del activismo político que ha visto incrementado el uso de Internet en relación a las nuevas formas de participación social (Andrews; Kember; Paasonen; Reiche, Kuni).

Por otra parte, es preciso señalar que, frente a esta postura utópica sobre las nuevas tecnologías, algunos teóricos han señalado que la apertura generalizada y la falta de jerarquía comunicativa pueden ser ineficaces en los procesos de activismo político llegando, incluso, a contemplar el carácter fetichizado de la tecnología (Danitz, Strobel; Dean 2005; Liberty).

Por tanto, Internet, tal como hemos desarrollado anteriormente, puede aparecer configurado en el activismo feminista online como un espacio capaz de ofrecer oportunidades inéditas tanto de expresión y generación de contenido, como de ciberparticipación comunicativa horizontal (Núñez Puente 2011). En el trabajo se tratará de abordar, partiendo de la argumentación acerca del fetichismo tecnológico y del capitalismo comunicativo de Jodi Dean (2005), si Internet, el ciberespacio y la realidad virtual pueden, o no, impulsar transformaciones sociales, al constituirse en herramientas impulsoras de la defensa de los derechos de las mujeres y, por ende, de la autonomía en la toma de decisiones políticas a través de iniciativas online de comunidades de activistas contra la violencia de género. Planteamos como objetivo primordial la exploración y delimitación de los procesos de interpasividad, fetichismo tecnológico y capitalismo comunicativo en relación a la praxis ciberactivista en determinadas páginas web orientadas a la lucha contra la violencia de género. Para ello se tomará como objeto de estudio las principales páginas de comunidades virtuales feministas en España que trabajan con este problema.

Los colectivos feministas online que se ocupan en España de la lucha contra la violencia de género como un objetivo ciberactivista han surgido de dos maneras diferentes (Núñez Puente 2011). La primera de ellas es a través de la creación de un colectivo online con un propósito concreto, como por ejemplo la aprobación de la Ley Orgánica de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género. Este es el caso de Red Feminista, cuya praxis se centra en la acción política *off line* y que tiene como referencia un espacio *online* de activismo feminista como Mujeres en Red. El segundo de los tipos de colectivos *online* es el constituido por una página *web* generada a partir del primer tipo de comunidad mencionada y que se encuentra en una jerarquía determinada dentro de las páginas web existentes dedicadas a la praxis feminista (Núñez Puente et al. 2012). Este es el caso de Fundación Mujeres, del Observatorio de la Violencia de Género y del Banco de Buenas Prácticas para la prevención de la violencia de género.

Por lo que respecta a nuestro trabajo nos ocuparemos de una serie de sitios *web* que en España abordan la violencia de género de manera central o transversal. Concretamente, las páginas *web* que analizaremos son las siguientes: Asociación Feminista para la Igualdad E-mujeres.net, Ciudad de Mujeres, Mujer Palabra, Federación de Mujeres Progresistas, Federación de Mujeres Jóvenes, Fundación Mujeres, Remedios Zafra, Infomaltrato, Asociación Rosa Chacel, ADAVAS y Comisión para la Investigación de Malos Tratos.

La selección de la muestra se realizó a partir de un listado inicial de cincuenta sitios *web* que tenían entre sus objetivos la lucha contra la violencia

hacia las mujeres. Una de las fases del I+d+i¹ en el que se enmarca este texto comprendía la realización de entrevistas en profundidad a las gestoras de esas páginas con el fin de conocer con qué objetivos se habían gestado, cuáles eran sus características, su target, sus contenidos, su aproximación al sujeto víctima de violencia de género, etc. Después de una intensiva etapa de aproximación a los sitios *web* a través de los diversos mecanismos que ofrecían (correo electrónico, teléfono, formulario, etc.) logramos realizar un total de once entrevistas. Como estas fueron las páginas que demostraron una mayor interactividad y un mayor activismo, nos decantamos por realizar un estudio más exhaustivo sobre ellas a partir de un análisis crítico del discurso.

Apoyándonos en la tesis de Dean (1997; 2002; 2004; 2005), hemos tratado de analizar si la praxis feminista *off line* hace uso del ciberespacio y del activismo *online* como recurso o como una herramienta para lograr objetivos políticos concretos, como la aprobación de la Ley Integral. Y, por tanto, si en este caso, lo que se aprecia es un proceso de *mesomobilización* que propicia la alianza estratégica de las redes *online* y *off line*, a fin de potenciar determinada praxis que suma el interés y los esfuerzos de una amplia línea de propuestas de activismo (Scott, Street).

Si consideramos los ejes teóricos que Dean (2004; 2005) propone en su argumentación sobre el concepto del capitalismo comunicativo, resulta posible interrogarnos acerca de qué tipo de contenido activista se distribuye en las páginas *web*, qué uso hacen de ello las mujeres y cómo esta praxis se puede considerar efectiva desde el punto de vista del activismo. Y lo que es más, nos llevaría a preguntarnos sobre cuál es el impacto político de las nuevas tecnologías en relación al activismo y si resulta efectivo el activismo *online* o este se asienta en un proceso de fetichismo tecnológico. Por tanto, parece que según la tesis de Dean (2005, 57), la comunicación activista *online* puede ser profundamente despolitizadora. En nuestro trabajo se analizará el desarrollo y pertinencia de este argumento en el análisis de las páginas *web* españolas orientadas a la lucha contra la violencia de género, teniendo en cuenta los conceptos de capitalismo comunicativo y el fetichismo tecnológico articulados por Dean (2005).

El capitalismo comunicativo designa las formas del capitalismo tardío mediante las que los valores considerados inherentes a la democracia se

1. Este trabajo se enmarca en el proyecto I+D+i «Comunidades virtuales y praxis feminista online: el uso político de Internet en el activismo contra la violencia hacia las mujeres» (2012-2014), financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad a través de la convocatoria de Proyectos de Investigación Fundamental no orientada 2011. Código: FEM2011-26301.

materializan en las tecnologías de la comunicación *online*. Así, los ideales de acceso, inclusión y participación parecen realizarse gracias a la interconexión de las comunicaciones *online*. Sin embargo, dichos procesos comunicativos podrían, paradójicamente, debilitar en cierto modo las prácticas políticas. Para explicar este concepto Dean (2005, 56) acude a la tesis de Agamben sobre el desplazamiento del mensaje como contribución o simplemente contenido circulante para el que no se requieren acciones posteriores. Dicho de otro modo, un mensaje ya no es exclusivamente un mensaje elaborado por un emisor y destinado a un receptor. El mensaje, según Dean, se ha convertido simplemente en parte de la circulación de datos comunicativos *online*. Quién lo envía pasa a ser irrelevante. Su contenido particular y específico es irrelevante y la necesidad de una respuesta es también irrelevante. La única cosa que parece relevante es el propio mecanismo de circulación.

A lo desarrollado anteriormente, según Jodi Dean (2005, 60), se suma el concepto de fetichismo tecnológico que se articula en torno a la «fantasía» de la participación que ha desplazado la unidad básica del proceso comunicativo del mensaje a la participación o contribución. Por tanto, en última instancia la circulación del contenido en el ámbito globalizado de la comunicación digital, de algún modo, descarga la responsabilidad que deberían tener los actores sociales –gubernamentales e institucionales– de responder a los mensajes de activismo que se distribuyen en la Red. En lugar de responder a las prácticas activistas *online*, se produce, según Dean (2005, 64), por parte de dichos actores un aumento de producción de otros mensajes, casi en su totalidad de carácter meramente informativo y no con intención de cambio político, que contribuyen al flujo comunicativo impidiendo la construcción de mensajes contrahegemónicos. Así pues, la proliferación, distribución e intensificación de los procesos comunicativos *online* en lugar de aumentar las prácticas de resistencia pueden resultar precisamente en lo opuesto: en el desarrollo pospolítico del capitalismo comunicativo. Y ello se produce también debido a la falta de especificidad de los mensajes activistas que se pierden en el flujo comunicativo, fundamentalmente informativo, de la Red. A esto se añade, de acuerdo a la tesis de Dean (2005, 58), el hecho de que los sujetos comunicativos consideran que están promoviendo el activismo político, simplemente poniendo en circulación *online* mensajes de carácter activista. El mensaje se ha metamorfoseado así en contribución. Žižek (1997; 1999; 2001), en este sentido, ha denominado interpasividad a este proceso. En este caso el sujeto comunicativo no es activo, sino que se sitúa en la posición pasiva al encarnar una suerte de fetichismo tecnológico. En nuestro trabajo se pretende observar cómo los procesos de interpasividad, fetichismo tecnológico y capitalismo

comunicativo se articulan, o no, en las prácticas ciberactivistas de las comunidades virtuales españolas dedicadas a la lucha contra la violencia de género.

Finalmente, cabe destacar, no obstante cómo Dean (2005, 57) considera que la comunicación *online* sí puede ser productiva desde un punto de vista político, siempre y cuando se priorice el reto de realizar demandas concretas que no son políticas en sí mismas, sino que necesitan politizarse. Quizá este puede ser el caso de las comunidades ciberfeministas españolas que abordamos en nuestro estudio.

En los siguientes apartados presentaremos, por un lado, un estudio de los sitios *web* que en España trabajan para prevenir y frenar la violencia de género con el fin de comprobar el papel que ocupa este problema en estas páginas y para analizar el discurso que sobre él producen y hacen circular. Por otro lado, examinaremos las formas de interacción que esos sitios *web* ofrecen para comprobar si promueven y vehiculan una comunicación activa con sus destinatarias y a través de qué canales o si incorporan un esquema comunicativo tradicional en el que no hay intercambio de papeles entre emisor-receptor. En ambos casos se trata de indagar en qué medida las comunidades estudiadas contribuyen a dinamizar una comunicación interactiva y transformadora a través de su comunicación digital.

2. LA VIOLENCIA DE GÉNERO EN EL DISCURSO DE LOS SITIOS WEB CIBERACTIVISTAS ESPAÑOLES

Tal como hemos argumentado, trataremos de comprobar si la praxis feminista *online* en España hace uso del ciberespacio y del activismo *online* como herramienta para lograr objetivos políticos concretos, en este caso, la lucha contra la violencia hacia las mujeres. Observar si se produce una alianza entre las redes online y off line para potenciar la prevención y aportar recursos para frenar la violencia de género también será nuestro objeto.

Para ello, consideramos necesario indagar en primer lugar sobre cuál es el papel que ocupa la violencia de género en los sitios *web* objeto de estudio, dado que no en todos tiene el mismo protagonismo. Asimismo, pretendemos aproximarnos al discurso que estas páginas mantienen sobre la violencia de género. Ello nos permitirá comprobar si, como mantiene Dean, desde estos sitios se prioriza la circulación del mensaje frente a su contenido, si los mensajes son de carácter meramente informativo y si, por eso, podemos hablar de una «fantasía» de la participación más que de activismo online. O si por el contrario, encontramos que a través de las páginas *web* analizadas se pretenden impulsar transformaciones sociales como son la prevención y la lucha contra la violencia de género.

Para aportar mayor claridad, el análisis se realizará de forma independiente en cada una de las páginas para después estudiar e interpretar las confluencias y las disparidades entre ellas. Cabe apuntar que el estudio se realizó durante noviembre de 2014, mes en el que se conmemora el Día Internacional contra la Violencia de Género (el día 25), lo que, sin duda, provoca que haya una mayor presencia de contenidos relacionados con la violencia de género en los sitios *web* analizados.

2.1 Asociación Feminista para la Igualdad de las mujeres E-mujeres.net

E-mujeres.net no dispone de ninguna sección específica denominada «violencia de género» aunque se define como un portal feminista «de información con enfoque de género sobre los derechos de las mujeres y el feminismo» y «contra la violencia de género». Así, en su interfaz, encontramos que la violencia contra las mujeres tiene una presencia fundamental. En la fecha de consulta había publicados varios artículos sobre esta temática desde distintas perspectivas: una reflexión sobre la violencia de género en Afganistán e Irán, una denuncia del hecho de que las muertes por violencia de género no figuren en las estadísticas oficiales o una entrevista a Marcela Lagarde con este título: «Se mata a una mujer para aterrorizar a todas». En estos y en otros textos que la página recoge se percibe un discurso combativo, que recurre a la reflexión crítica de las autoras, que se combina con el recurso a las fuentes que también aportan una visión transformadora. En algunos casos, como en el apartado «Actúa y firma», se llama directamente a la movilización y al activismo a través de la Red, por lo que podríamos hablar de praxis feminista online contra la violencia de género desde este sitio web.

2.2 Ciudad de Mujeres

De las 17 pestañas en las que se estructura el sitio web de Ciudad de Mujeres (<http://www.ciudaddemujeres.com/>), ninguna se llama explícitamente «Violencia de género». No ocurre lo mismo en su canal de Youtube, en el que tiene una lista específica sobre violencia de género que incluye 25 vídeos de diferentes procedencias –campanas institucionales, vídeos musicales, cortometrajes, un poema, etc.– (para un análisis detallado de este canal, ver Núñez, Rubira, Fernández). Si revisamos sus contenidos, encontramos que la violencia de género está presente de manera transversal en muchas de sus secciones. Por ejemplo, el apartado «Femiteca» incluye referencias bibliográficas sobre el tema, y su directorio web «Enlazadas» comprende entre sus etiquetas la de «Violencia de género», dentro de la más general «DDHH de las Mujeres»

con enlaces a otros sitios web que también abordan el problema. Asimismo, la violencia ocupa un lugar destacado a través del enlace a «La Última Gota», un cortometraje del colectivo feminista *Las Tejedoras* con el que quiere sacar a la luz situaciones que, cada día, viven muchas mujeres cuando denuncian a sus agresores y acuden a los juzgados «especializados» en violencia de género. Como vemos, el sitio web de Ciudad de Mujeres es sobre todo informativo, que ofrece enlaces a recursos y a otros sitios web más que promover acciones concretas.

2.3 Mujer Palabra

En el sitio web Mujer Palabra (<http://www.mujerpalabra.net/>), ninguna de las 10 secciones lleva el título de «violencia de género». En la presentación de la página, muy visible en la interfaz, se define como «un espacio para generar, mover, transmitir, inspirar, alentar, compartir, acoger ideas, imaginaciones, información, conocimientos, sospechas, destrezas, trabajos, recursos... relacionados con un mundo menos violento e injusto», por lo que indica que luchar contra la violencia está entre sus objetivos. En su sección «Activismo», en el apartado de «Feminismo», se abordan temas como la violencia de género o los derechos reproductivos y el aborto, entre otros. Podríamos interpretar que, de esta forma, se vincula la aproximación a estos problemas desde la perspectiva del activismo. Sin embargo, la página es bastante estática y apenas actualiza contenidos. Tampoco hemos encontrado ninguna acción que se promueva a través de la web.

2.4 Federación de Mujeres Progresistas

El sitio web de la Federación de Mujeres Progresistas (<http://www.fmujeres-progresistas.org/>) otorga un lugar prioritario a la violencia de género aunque no haya ninguna de sus páginas que se encabece de esa forma. En el apartado «Qué hacemos» abordan explícitamente este problema, al igual que en la sección «Servicios», cuyo primer apartado está dedicado a la violencia de género. En dicha unidad, la FMP expone que sus acciones van encaminadas a erradicar la violencia de género en todas sus manifestaciones desde dos perspectivas: la sensibilización de la sociedad y el apoyo a las mujeres favoreciendo su reestructuración personal y empoderamiento a través de servicios de atención «accesibles y de calidad». Llama la atención, en la interfaz, el anuncio de un teléfono gratuito de asistencia a las víctimas que además está visible en todas las páginas del sitio web. Sería este un caso de uso de la web para mover a la acción de las usuarias, para facilitar un recurso que podría

resultarles de utilidad en caso de sufrir violencia. Sin embargo, tras el análisis, podemos concluir que es un espacio que ofrece recursos y servicios más que un lugar para promover el activismo online. El sitio web enlaza a su vez con otras webs y blogs. Una de ellas, www.igualmente.org, pretende contribuir a la prevención de la violencia de género hacia las mujeres, fomentado relaciones igualitarias inter-género entre los adolescentes y jóvenes, especialmente los de origen extranjero. Para ello, «se les ofrece un espacio virtual donde, además de información, puedan fomentar su participación e implicación en el tema, puedan resolver sus principales dudas, al mismo tiempo que se les pone a su alcance los recursos existentes en caso de que estén sufriendo o conozcan a personas que puedan estar viviendo situaciones de violencia de género». De esta forma, la Federación reserva un espacio más interactivo que no solo pretende ser altavoz de los recursos disponibles, sino convertirse en una plataforma para fomentar la participación online contra la violencia de género.

2.5 Federación de Mujeres Jóvenes

Tampoco la Federación de Mujeres Jóvenes (<http://www.mujeresjovenes.org/>) define ninguna de sus nueve pestañas con el encabezado «violencia de género». Pero, en su interfaz hay un artículo que invita a la reflexión sobre la prevención como la mejor herramienta para erradicar la violencia de género en la juventud. Llama la atención, en el apartado «Agenda», que muchas de las actuaciones que se recogen (no solo organizadas por la entidad) se orientan a la sensibilización sobre este problema. Gran parte de ellas invitan a la reflexión sobre la violencia desde diferentes perspectivas, que señalan a un enfoque abierto, militante e innovador: así, hablan de violencia estructural invisibilizada o de la violencia en Internet y las redes sociales, de los micro-machismos y el macromachismo, etc. en conferencias, charlas o talleres para los que el sitio web les sirve de escaparate. En la sección «Te cabrea» se ubica un Observatorio de publicidad sexista y de estereotipos transmitidos por los medios de comunicación. La entidad anima a las/los usuarias/os a enviar aquellos materiales que consideren denigrantes con el fin de denunciarlos y de reclamar otros enfoques.

2.6 Fundación Mujeres

Uno de los objetivos fundacionales de Fundación Mujeres (<http://www.fundacionmujeres.es/>), tal y como se explicita en la web, fue la intervención a favor de la prevención y la erradicación de la violencia de género. Desde el punto de vista de la praxis feminista online en el ámbito de la violencia contra

las mujeres, consideramos relevantes dos espacios virtuales vinculados a la Fundación Mujeres, a los que se accede desde su página principal. Uno de ellos es el Observatorio de la Violencia de Género (<http://www.observatorio-violencia.org/>), una herramienta de consulta y de apoyo a las personas que trabajan a diario con mujeres que sufren violencia de género. Más que llamar al activismo online, este espacio recopila numerosa información periodística sobre la violencia de género, artículos de opinión, documentos, indicadores, informes y estudios o numerosos enlaces a otros sitios relacionados con la violencia hacia las mujeres. El otro sitio web al que se accede es el Banco de Buenas Prácticas para la Prevención de la violencia de género (<http://www.observatorioviolecia.org/bbpps.php>), una base de datos interactiva que recopila legislación vigente, programas, proyectos y servicios, públicos y privados, que han demostrado su eficacia en materia de intervención en el ámbito de la violencia de género tanto en España como en otros países del mundo (para más información sobre el análisis de este sitio web ver Núñez et al. 2012).

2.7 Remedios Zafra

Es un sitio web dedicado a la obra de la escritora y profesora Remedios Zafra (www.remedioszafra.net). En sus diferentes proyectos, textos y conferencias, Zafra aborda el ciberactivismo y la violencia de género, entre otros temas, aportando una perspectiva ciberrealista que si bien reconoce las ventajas que aporta la Red para el empoderamiento femenino, detecta que el discurso dominante sigue imponiéndose en Internet.

2.8 Infomaltrato

Las cinco secciones de Infomaltrato (<http://infomaltrato.com/index.php>), al igual que el dominio del sitio web, están relacionadas directamente con la violencia de género. Este es un espacio eminentemente informativo aunque, como veremos más adelante, tiene a su vez la peculiaridad de contar con un foro activo desde el año 2010 con diferentes secciones. En esta página, dirigida a víctimas de violencia de género, se compendia información sobre qué es el maltrato y se incluye un listado de recursos que hay en las diferentes comunidades autónomas para las mujeres maltratadas. En su vocación de ser útil, recoge un amplio cuestionario de diez preguntas que permite reflexionar o detectar si se sufre maltrato. Asimismo, ayuda y previene a las mujeres antes de dar cualquier paso y ofrece información detallada sobre los derechos de las mujeres que sufren violencia. Un apartado que puede resultar especialmente útil es el que comparte las soluciones que han encontrado algunas mujeres

para salir del maltrato, consejos para mantener la seguridad si se hace un plan de huida o información sobre qué espera a la mujer después de la separación. Este resumen de los logros de muchas de las mujeres que día a día consiguen escapar de su agresor pretende ayudar a otras para que puedan ver la salida a su situación, lo que convierte a este sitio no en meramente informativo, sino también en un espacio que trata de llamar a la acción.

2.9 Asociación Rosa Chacel

La web de la Asociación para la participación de la mujer «Rosa Chacel» (Valladolid) (<http://www.rosachacel.org/>) es un escaparate de esta ONG que, como explicita en su presentación, actúa en cuatro áreas, entre ellas el centro de día para mujeres víctimas de malos tratos en el que se ofrece asesoramiento jurídico y psicológico. Entre sus ocho pestañas, hay una destinada a detallar los servicios que se prestan desde ese centro como son información y atención a mujeres en situación de especial necesidad por causa de maltrato o abandono familiar, a las que se les orienta a los recursos sociales, psicológicos y jurídicos que más se adecúan a sus necesidades. No es este un sitio destinado al activismo online, sino que pretende ser una herramienta desde la que difundir los servicios que la asociación presta a las mujeres que sufren violencia.

2.10 ADAVAS

La página de ADAVAS (Valladolid) (<http://adavasyt.org/>) comprende seis secciones, una de las cuales lleva por título «Violencias». En sus tres subsecciones, se encuentra información sobre qué es la violencia de género, los tipos y un listado de las víctimas de violencia machista en España. En el apartado «quiénes somos», la entidad explicita su compromiso con la violencia de género, a través de la promoción y realización de actividades encaminadas a ayudar a las víctimas de agresiones sexuales y violencia machista, con el fin de facilitarles información, asesoramiento, apoyo y asistencia. Asimismo, tiene entre sus objetivos desarrollar acciones de sensibilización, investigación, formación y coeducación en materia de violencia de género y agresiones sexuales. El sitio incluye enlaces a guías, legislación, material sobre abuso sexual e infantil. Llama la atención en su interfaz el anuncio de un teléfono de atención a las víctimas y el enlace al vídeo de la campaña institucional contra la violencia de género «Hay salida». Vemos por tanto que este sitio también resulta eminentemente informativo, aunque trata de mover a la acción a partir

de la difusión de los recursos y servicios disponibles que publicita desde la web.

2.11 Comisión para la Investigación de Malos Tratos

El sitio web de la Comisión para la Investigación de Malos Tratos (<http://malostratos.org/>) está destinado, al igual que la entidad, a la lucha contra la violencia de género y la explotación sexual. Una de sus cuatro pestañas se denomina «violencia de género», e incluye información sobre qué es la violencia, cómo actuar en un caso de violencia, campañas, jornadas y eventos, programas internacionales, estadísticas, feminicidios, legislación, protocolos, documentación y publicaciones. La entidad publicita desde el sitio web la atención integral que presta a las víctimas, que permite abordar los diferentes ámbitos que pueden verse afectados en situaciones de violencia de género (emocionales, laborales, jurídicos...). En su llamativa interfaz, en la que predomina la imagen, incluye un teléfono de atención y ayuda a la mujer maltratada que se imprime sobre los rostros de varias mujeres de diferentes edades y nacionalidades. En la fecha del análisis encontramos, en un lugar muy visible de la página de inicio, la llamada a participar en una campaña para recaudar fondos para la implementación de un programa de intervención integral con mujeres en situación de prostitución y de trata con fines de explotación sexual por parte de la entidad. Comprobamos, desde esta forma, que aunque en su mayor parte la página ofrece información a profesionales, también hay espacio dedicado a informar a las mujeres que sufren violencia y a promover campañas que ayuden a transformar la situación.

A raíz del análisis, podemos concluir que no hay una estrategia unívoca en todos los sitios web estudiados. Si bien algunos de ellos son solamente un escaparate de la acción off line, y se utilizan exclusivamente para difundir información, otros son espacios que combinan esa función informativa con el activismo online. El estatismo y la escasa actualización de algunas de las páginas nos indican que, como señala Dean (2005), ese activismo *online* es despolitizador y se asienta en un proceso de fetichismo tecnológico. En algunos casos vemos cómo lo que importa es que el mensaje, meramente informativo, circule, más que su contenido o quién lo envía y recibe. El hecho de poner en circulación *online* mensajes activistas por parte de algunas comunidades virtuales podría estar generando, en este caso, una ilusión de participación, lo que Zizek denomina la interpasividad. Sin embargo, otros de los sitios *web* analizados, los menos, eso sí, mantienen como objetivo el activismo *online* contra la violencia de género de forma explícita, a través de una llamada a la movilización y al activismo desde y en la Red. Se daría, en este caso, un

proceso de *mesomobilization*, según la definición de Scott y Street: es decir, la alianza estratégica de las redes online y off line para aumentar el poder conjunto en las causas que suman el interés de una amplia gama de activistas, en este caso en la lucha contra la violencia de género.

3. COMUNICACIÓN Y PROCESOS DE INTERACTIVIDAD EN LAS PÁGINAS ANALIZADAS

Pese a que tenemos ya muchas y diferentes vías que favorecen la interacción activa con nuestros posibles destinatarios, la participación efectiva y el uso de las redes sociales es cada día mayor en cualquier organización o institución. Feliciano y Mallavibarrena (406) definen la red social como una «comunidad virtual», una «plataforma de comunicaciones» con el fin de poner en contacto a la organización en cuestión con sus usuarios, con los verdaderos destinatarios de sus actividades o acciones y así «centralizar su información y recursos en un lugar único de fácil acceso» para que los propios usuarios puedan producir contenidos. Se trata, pues, de conectar y de comunicar en torno a esa plataforma el conjunto de personas interesadas, vincularlas y generar cohesión entre sus participantes. Así, en este sentido, se pueden contemplar las cuatro características de las redes sociales que desarrollan Feliciano y Mallavibarrena (24). Es decir, que su disponibilidad es masiva, que pueden almacenar y originar información y, finalmente, que sus usuarios pueden ser activos y convertirse en generadores y productores de contenidos, así como discutir y compartir conocimiento entre ellos.

Nos interesa en este punto constatar en qué medida las organizaciones que analizamos utilizan, buscan y vehiculan a través de las *webs* una comunicación activa con sus destinatarias, en qué medida ofrecen oportunidades de expresión, en qué medida dejan participar y generan una comunicación interactiva de ida y vuelta o si, por el contrario, conservan un esquema tradicional donde el emisor y el receptor no intercambian sus papeles. En definitiva, si existe ciberparticipación, si estas cibercomunidades promueven y generan un clima familiar adecuado que suscite la suficiente confianza como para que los seguidores se expresen con plena libertad (Peña, Pascual 142).

En muchos casos parece que se confunde la presencia de mensajes de carácter activista en las redes sociales con una verdadera interacción. Como dijimos, a este fenómeno se le llama interpasividad, y su resultado no es un sujeto activo e interactivo, sino más bien un fetichismo tecnológico que se articula bajo la apariencia de participación. Para comprobar en qué medida las organizaciones analizadas contribuyen a una comunicación real e interactiva, o tan solo practican ese fetichismo tecnológico que señala Dean (2005)

analizamos en este punto qué tipo de comunicación efectiva e interactiva presentan estas cibercomunidades. Pretendemos observar si el mensaje es tan solo circulación de datos comunicativos o si ciertamente contribuye a generar actividad, respuesta, compromiso y acción. Resulta interesante saber en qué medida estas cibercomunidades producen mensajes y lo más determinante, si los mensajes son meras emisiones unidireccionales e informativas o contribuyen en sí mismas a la construcción activa de mensajes contrahegemónicos.

Necesitamos saber si el hecho de la presencia de comunidades online contribuye de algún modo a mejorar el activismo o, sencillamente nos encontramos ante una nueva vía de mera difusión, pero en la que no se aprovechan las posibilidades ni de interacción real, ni de activismo. Es decir, la confusión bastante extendida que consiste en pensar que poner en circulación mensajes a través de la web es en sí misma una contribución efectiva. Analizaremos, por tanto, a este respecto la presencia de instrumentos de comunicación que permitan mantener una comunicación efectiva y eficaz. Los ítems planteados y que resumimos en la Tabla 1 son los siguientes: correo electrónico, Facebook, Twitter, teléfono, Chat, Foro, Blog y Youtube. Examinaremos la presencia de cada uno de ellos en las páginas, en primer término observando la presencia de estas herramientas y, en segundo lugar, para determinar su verdadero uso.

El análisis de nuestro corpus está representado por once cibercomunidades, que hemos señalado anteriormente en el apartado de introducción y que constituyen nuestro corpus de análisis. Consideramos que estas once páginas se pueden dividir en tres grupos o tipologías:

1) Emisoras de información y contenidos: En la mayoría de los casos son emisoras de información, de sus propios contenidos, como en el caso de Asociación feminista para la igualdad de las mujeres E-mujeres.net (www.e-mujeres.net), Federación de Mujeres Progresistas (www.fmujeresprogresistas.org), Ciudad de Mujeres (www.ciudaddemujeres.com), Adavas (www.adavasymt.org), la Asociación para la participación de la mujer «Rosa Chacel» (www.rosachacel.org), que presenta un Facebook bastante activo; Adavas (www.adavasymt.org), Federación de Mujeres Jóvenes (www.mujeresjovenes.org) o Fundación Mujeres (www.fundacionmujeres.es). En este último caso aparecen los blogs de mujeres como Elena Valenciano y ofrecen la posibilidad de envío de CV para trabajar con la fundación (el modelo de CV corresponde a una mujer con perfil académico alto, por lo que deducimos que está dirigida a unas destinatarias de un perfil muy concreto). El sitio Mujer Palabra (www.mujerpalabra.net) ofrece la posibilidad de publicar, pero a continuación aparecen las restricciones de uso. La propia página señala que son más activas en

Facebook que en Twitter, pero lo último publicado en Facebook corresponde a septiembre de 2013. También publican eventos en los que participan: en este caso podemos ver en la fecha de consulta (nov. 2014) que corresponde a las Jornadas feministas celebradas en Granada, España, en el año 2009. Nos ofrecen, eso sí, diseñar nuestra página web.

2) **Personalistas:** Asociaciones personalistas como Remedios Zafra, que sigue siendo un modelo de página centrado en la emisión de contenidos, en este caso además muy personal.

3) **Orientadas a la atención a mujeres víctimas de malos tratos:** Asociaciones como Infomaltrato (www.infomaltrato.com) o la Comisión para investigación de los malos tratos a mujeres (www.malostratos.org) presentan mayor interactividad con las usuarias. Infomaltrato tiene un foro activo, lo que se constata al comprobar las fechas de las entradas. Informan sobre la recepción cuantitativa recibida: 1.006 mensajes en total, sobre 284 temas, procedentes de 766 usuarios, desde enero de 2012 cuando se inició la actividad del foro. Es la única página en la que hemos encontrado información sobre el uso de la información que se recibe: «El correo electrónico que pongas no será utilizado con ningún fin, solamente se utilizará para responder a aquellas personas que lo deseen y así lo especifiquen en el mensaje. Si no pides que te respondamos no se enviará nunca, por nuestra parte, ningún mensaje». Por lo que respecta a la página de la Comisión para investigación de los malos tratos a mujeres (www.malostratos.org) es bastante completa. Presentan una línea 900 de atención permanente a la mujer y se centra en el tema de los malos tratos. También ofrece la posibilidad de enviar un correo electrónico. Facebook está activo con entradas actualizadas y tiene enlaces a vídeos relacionados con el tema publicados en Youtube. Estas dos asociaciones son las más centradas en la ayuda a la mujer maltratada y esto se trasluce en el modo de interactuar a través de sus webs. Parece coincidir la mayor interactividad con las páginas centradas en los malos tratos, donde posiblemente exista mayor conciencia de la necesidad de comunicación directa. El resto de las páginas son emisoras, no receptoras, dicho de un modo general, aunque cada una presenta peculiaridades.

La tabla que sigue resume los resultados de presencia de los diferentes instrumentos de participación y comunicación:

En relación a los procesos de interactividad y mesomobilización de las páginas y las cibercomunidades analizadas podemos concluir que dichas páginas no son comparables en cuanto a interactividad y vías de comunicación ya que presentan, como se puede ver en la Tabla 1, resultados dispares. Casi

todas tienen correo electrónico de contacto (10 de las 11 analizadas) y todas tienen Facebook, aunque la actividad es muy heterogénea. Ninguna utiliza el chat o SMS. Foro en pocos casos y blog menos de la mitad (4 de las 11 analizadas). Su discurso, en la mayor parte de los casos, parece responder a los procesos de fetichización de la tecnología, dado su carácter endogámico. Las webs analizadas se presentan casi siempre como emisoras –comunicación unidireccional– en el sentido más tradicional del término, pero no generan una auténtica comunicación interactiva, ni proactiva. En la mayor parte de los casos se trata de comunicación editada y mediada. La inclusión de los iconos correspondientes a redes sociales no implica un uso activo de las mismas. Parece más bien que se incluyen las vías de comunicación, pero no se convierten en verdadera interacción de ida y vuelta, ni aprovechan las posibilidades de ciberactivismo. El uso de las redes se limita al envío de información «Síguenos», lo que indica que no se produce un uso activo de la cibercomunicación y, por ello, la generación de contenidos en los espacios de activismo contra la violencia de género es bastante escasa. No parece que el ciberactivismo en estos espacios comunicativos desarrolle propuestas contrahegemónicas. Más bien, las páginas aparecen como canales de distribución, ya que, en la mayoría de los casos, no se hace un uso ciberactivista o de activismo real, sino que más bien se utiliza el espacio web para publicar información propia o incluso como medio de difusión particular.

4. CONCLUSIONES

A la vista del análisis de los sitios *web* que en España luchan contra la violencia de género podemos concluir que los procesos comunicativos que se dan en ellos se utilizan sobre todo como meras vías de difusión de información que apenas contemplan las posibilidades de interacción real que ofrece la Red. De acuerdo a la argumentación teórica acerca del fetichismo tecnológico y del capitalismo comunicativo de Jodi Dean (2005), observamos que el ciberespacio, en el ámbito concreto de la lucha contra la violencia de género a partir de comunidades virtuales ciberfeministas españolas, apenas impulsa transformaciones sociales, dado que son sobre todo espacios de difusión de mensajes informativos más que herramientas para lograr objetivos políticos concretos. Como vimos, solo en algunos casos, como en el de aquellas comunidades que se dedican muy específicamente a la violencia de género, se aprecia un proceso de mesomobilización (Scott y Street) que propicia la alianza estratégica de las redes online y off line a fin de potenciar determinada praxis en la lucha contra la violencia hacia las mujeres.

De esta forma, podríamos afirmar que el activismo online que se centra en la violencia de género se asienta en un proceso de fetichismo tecnológico y por tanto, como sostiene Dean (2005), que la comunicación activista online, en este caso, puede ser despolitizadora. El hecho de que la mayor parte de las comunidades virtuales ciberfeministas estudiadas vuelquen sus esfuerzos sobre todo en poner en circulación online mensajes activistas podría estar generando, en este caso, una ilusión de participación, lo que Zizek denomina la interpasividad. Esto quiere decir que los sitios web, en su mayoría, no aprovechan las posibilidades de ciberactivismo y que no generan una auténtica comunicación interactiva y proactiva. Así, apenas lanzan mensajes contrahegemónicos, y por tanto, podemos hablar de una «fantasía» de la participación, que en vez de promover las prácticas de resistencia, podrían estar contribuyendo, como propone Dean, al desarrollo pospolítico del capitalismo comunicativo. No obstante, no ocurre así en el caso de aquella comunicación online que, como vimos, sí prioriza la realización de demandas políticas concretas en el activismo contra la violencia hacia las mujeres.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agamben, Giorgio. *Means Without End: Notes on Politics*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2000.
- Andrews, Margaret. «The persistence of ethics and the search for solidarity: feminist internet spaces in Spain». *School of Advanced Study*, 2006. <<http://sas-space.sas.ac.uk/68/#undefined>>, consultado el 20-05-2015.
- Castaño, Cecilia. *La Segunda Brecha Digital*. Madrid: Editorial Cátedra, 2008.
- Danitz, Tiffany y Warren Strobel. «The internet's impact on activism: The case of Burma». *Studies in Conflict and Terrorism* 22 (1999): 257-69.
- Dean, Jodi. «Virtually Citizens». *Constellations* 4.2 (1997): 264-82.
- Dean, Jodi. *Publicity's Secret: How Technoculture Capitalizes on Democracy*. Ithaca: Cornell University Press, 2002.
- Dean, Jodi. «The Networked Empire: Communicative Capitalism and the Hope for Politics». *Empire Strikes Back: Reading Hardt and Negri*. Eds. P.A. Passavant y Jodi Dean. New York: Routledge, 2004, 265-288.
- Dean, Jodi. «Communicative Capitalism and the Foreclosure of Politics». *Cultural Politics* 1.1 (2005): 51-74.
- Feliciano, Alicia y Martiniano Mallavibarrena. *¡Socorro, quiero ser digital!* Madrid: LID, 2010.
- Gajjala, Radhika y Yeon Ju Oh (eds.). *Cyberfeminism 2.0 (Digital Formations)*. London: Peter Lang, 2012.
- Gurumurthy, Anita. «Gender and ICTs. Overview Report». *Institute of Development Studies September, Bridge Development Gender*, 2004. <<http://www.bridge.ids.ac.uk/reports/cep-icts-or.pdf>>, consultado el 18-05-2015.

- Haraway, Donna. «A Manifesto for Ciborgs: Science, Technology, and Socialist Feminism in the 1980s». *Socialist Review* 15.2 (1985): 65-108.
- Haraway, Donna. *Modest_Witness @ Second_Millennium.FemaleMan © _Meets_ OncoMouse™: Feminism and Technoscience*. Routledge: London, 1997.
- Kember, Sarah. *Cyberfeminism and artificial life*. Routledge: London, 2003.
- Liberty. *Liberating cyberspace: Civil liberties, human rights & the internet*. Pluto Press/Liberty (National Council for Civil Liberties): London, 1999.
- Núñez Puente, Sonia. «Activismo y colectivos en red: praxis feminista online y violencia de género». *Asparkia: Investigación feminista* 22 (2011): 85-98.
- Núñez Puente, Sonia, Susana Vázquez Cupeiro, Diana Fernández Romero y Rainer Rubira García. «Una práctica política efectiva de agencia femenina en la Red: praxis feminista on line contra la violencia de género en España». *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación* 92 (2012): 60-69.
- Núñez Puente, Sonia, Rainer Rubira García y Diana Fernández Romero. «La construcción del sujeto víctima de violencia de género en Youtube como acto performativo: estudio del activismo online desde el análisis multimodal». *Cuadernos Kóre. Revista de historia y pensamiento de género* 22 (2013):179-199.
- Paasonen, Susanna. *Figures of fantasy: Internet, women and cyberdiscourse*. New York: Peter Lang, 2005.
- Peña, Palma y Alberto Pascual. «Redes sociales en la radio española. Facebook, Twitter y Community Management». *ZER* 18.35 (2013): 123-144.
- Plant, Sadie. *Zeros and Ones: Digital Women and the New Technoculture*. London: Fourth Estate, 1997.
- Reiche, Claudia y Verena Kuni (eds.) *Cyberfeminism: Next Protocols*. London: Autonomedia, 2004.
- Scott, Andrew y John Street John. «From media politics to e-protest? The use of popular culture and new media in parties and social movements». *Culture and politics in the information age: A new politics?* Ed. F. Webster. Routledge: London, 2004, 32-51.
- Spender, Dale. *Nattering on the Net: Women, Power and Cyberspace*. Melbourne: Spinifex, 1995.
- Vázquez, Susana y Cecilia Castaño. «La brecha digital de género: prácticas de e-inclusión y razones de la exclusión de las mujeres». *Asparkia. Investigación Feminista* 22 (2011): 33-49.
- Wajcman, Judy. «Reflections on Gender and Technology Studies: In What State is the Art?» *Social Studies of Science* 30.3 (2000): 447-464.
- Zizek, Slavoj. *The Plague of Fantasies*. London: Verso, 1997.
- Zizek, Slavoj. *The Ticklish Subject*. London: Verso, 1999.
- Zizek, Slavoj. *Enjoy Your Symptom*. New York: Routledge, 2001.