



Nómadas (Col)

ISSN: 0121-7550

nomadas@ucentral.edu.co

Universidad Central

Colombia

Garzón, María Teresa
SI TE DICEN PERRA... TIENEN RAZÓN. REPRESENTACIÓN, IDENTIDAD POLÍTICA Y
CIBERFEMINISMO EN "PERRAHABL@"
Nómadas (Col), núm. 23, octubre, 2005, pp. 195-201
Universidad Central
Bogotá, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=105116741020>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

SI TE DICEN PERRA... TIENEN RAZÓN*

Representación, identidad política y ciberfeminismo en "Perrahabl@"

nomadas@ucentral.edu.co • PÁGS.: 195-201

María Teresa Garzón**

El presente artículo pregunta sobre las representaciones de género, las prácticas artísticas regionales y los usos de las nuevas tecnologías de la comunicación. Aquí se indaga específicamente por el trabajo de la artista Natalia Iguñiz, con el fin de estudiar posibilidades de transformación de las maneras como representamos el mundo y las identidades de género desde la parodia, la intervención artística y el uso de las nuevas tecnologías.

Palabras clave: Representación, género, identidad, arte, ciberfeminismo, Latinoamérica.

O presente artigo pergunta sobre as representações de gênero, sobre as práticas artísticas regionais e sobre os usos das novas tecnologias da comunicação. Aqui, indaga-se especificamente no trabalho da artista Natalia Iguñiz, com o fim de estudar possibilidades de transformação das maneiras como representamos o mundo e as identidades de gênero desde a paródia, a intervenção artística e o uso das novas tecnologias.

Palavras-chaves: Representação, gênero, identidade, arte, ciberfeminismo, América Latina.

In this article we ask about the gender representations, the regional artistic practices, and the uses of the new technologies of communication. We particularly inquiry about the work of the artist Natalia Iguñiz, with the goal of studying possibilities of transforming the ways we represent the world and the gender identities from the parody, the artistic intervention, and the use of new technologies.

Key words: Representation, gender, identity, art, cyberfeminism, Latin America.

ORIGINAL RECIBIDO: 13-VI-2005 – ACEPTADO: 25-VII-2005

* Este artículo fue presentado en la Graduate Student Conference on "Cultural Agents", en febrero del 2005, en la Universidad de Harvard, con el apoyo de David Rockefeller Center for Latin American Studies. Esta indagación no hubiera sido posible sin la ayuda de Francisco Ortega y Doris Sommer a quienes agradezco.

** Profesional en Estudios Literarios de la Universidad Nacional de Colombia y Especialista en Estudios Culturales de la Universidad Javeriana. Docente del área de ciencias sociales y humanidades en las universidades Javeriana y Jorge Tadeo Lozano. Joven investigadora del IESCO-UC. E-mail: talmasca_tere@yahoo.es

Si ellos pueden, ¿nosotras también?

Paulina Rubio sorprendió en la quinta edición de los Premios Grammy Latinos (2004) cuando invitó, paradójicamente, a los hombres a ser más “perros”. “Perros” es una de las canciones de su último cd y es interesante porque actualiza la equivalencia hombre= perro, la cual constituye un ejemplo concreto de representaciones contemporáneas de masculinidad en Latinoamérica. Aunque existen diversos significados según el contexto donde aparece, en la región la palabra “perro” suele entenderse de dos formas: como un animal doméstico o como un sinónimo de aquel ser humano al que llamamos “hombre”. Sin embargo, ambas formas de entender “perro” difieren en los usos coloquiales en tanto el animal es representado como dócil, fiel y tierno, mientras que el humano suele ser representado como brusco, desgraciado, ordinario y promiscuo (Cuestas y Gari, 2003).

La historia de esta representación de lo masculino puede rastrearse desde el siglo XIX. En el caso colombiano, por ejemplo, una de las calles del barrio La Candelaria recibe el nombre de “calle del perro”, pues allí aparecía un demonio masculino transformado en animal. No obstante, es hasta mediados del siglo XX cuando “perro” se consolida como una representación de masculinidad con la publicación de la novela *La ciudad y los perros* de Mario Vargas Llosa (1963). Dicha novela narra la historia de un grupo de jóvenes en una escuela militar, en Lima, Perú. Allí se aprecian dos usos de la representación “perro”: a) para hacer referencia a una vida complicada, violenta, oscura (“vida de perro” o “peor que un perro en misa”, como refranes populares que se usan de manera coloquial para expresar esa misma idea); b) para nombrar a los personajes que poseen un matiz negativo dado por su extrema propensión a la violencia, en un contexto hipermasculino, en el cual lo militar es constituyente de lo humano¹.

Años después de la publicación de la novela de Vargas Llosa, la representación “perro” se transforma gracias a la emisión de la telenovela *Perro amor* (1998): una historia romántica que narra la relación de “perro” Brando y Sofía Santana (Revista Razón y Palabra, 2000). No es apresurado afirmar que parte importante del éxito de *Perro amor* se debió

al uso de la representación citada y su reiteración a través de la creación de otro personaje: la mascota del protagonista: un perro. Dicha mascota representa todo lo que “perro” Brando no es, pero podría llegar a ser y, de hecho, llega a ser: un hombre fiel, comprometido, amoroso. Es interesante recordar esta telenovela no sólo porque representa el antecedente directo del proceso de transnacionalización de la televisión colombiana, sino también porque transforma los matices negativos de la representación “perro”.

En efecto, ya no nos enfrentamos a una representación de “perro” violento y negativo, sino a uno coqueto, seductor, romántico. Marlén Cuestas y Gary Gari Muriel, investigadores colombianos, encontraron indicios del cambio de la representación “perro” en su indagación sobre representaciones de lo femenino y masculino en jóvenes escolares de colegios distritales en Bogotá (2003). Como producto de tal experiencia, Cuestas y Gari publicaron algunos mosaicos, en los cuales las referencias a lo militar desaparecen y se introducen elementos que pueden indicar formas positivas de representar lo masculino, pero también cierto tipo de reclamos.

Indudablemente, la consigna por construir hombres menos “perros” pasa, en la actualidad, por la identificación de cuáles son las representaciones que construyen lo humano y, en ese mismo sentido, las divisiones y jerarquías del sistema sexo/género. Porque si bien es cierto que los “perros” son seres poco deseables para las mujeres heterosexuales (por la presunción de su renuencia a asumir compromisos amorosos y por su promiscuidad), también es cierto que la representación “perro” provee de insignias culturales a quien la ostenta como más capacidad sexual, mayor jerarquía en el orden social, mayor susceptibilidad a ser deseado y admirado, etc. Sin embargo, llama la atención que cuando la reconstrucción de las representaciones tradicionales de género pasa por la representación “perro”, las cosas se vuelven más complicadas, por no decir escandalosas. Ciertamente, en la mayor parte de Latinoamérica, “perro”, además de ser la hembra de la especie canina, equivale a decir prostituta, promiscua, puta. Es una representación negativa de lo femenino, al punto de ubicar a la mujer portadora de la representación en un lugar de estigma y vergüenza.

Si te dicen perra...

Hace algunos años, gracias a una referencia de la escritora española Lucía Etxebarria (*Letra futura*, 2000), conocí la propuesta de la artista peruana Natalia Iguíñiz: “Perrahabl@”². Junto a Sandro Venturo, Iguíñiz propone una intervención, de gran impacto mediático, en el espacio urbano de Lima, Perú. Transcurre el año de 1999 cuando Lima se despierta empapelada con tres mil afiches tipo publicitario en los cuales se lee: “si caminas por la calle y te dicen perra tienen razón, porque te pusiste una falda muy corta y traicionera”; “si dos chicos dicen que eres una perra, tú te lo has buscado por calentar a uno de ellos o a los dos”; “si tu ex te dice perra está en su derecho, está dolido porque lo dejaste”. Como fondo de los afiches se observa la imagen de una perra de la especie canina: negra, sin pedigrí, casi deshecha, pero desvergonzadamente feliz. Por último, en la parte inferior de cada afiche se observa una dirección electrónica: hablaperra@hotmail.com³.

La propuesta, como lo cuenta la misma Iguíñiz, fue documentada en una exposición de “infografías”, donde se publicaron testimonios enviados al e-mail y se presentaron fotografías de la vida de los afiches y de la intervención del público transeúnte sobre los mismos. Una vez inaugurada la exposición se generó un debate, liderado por grupos feministas, ONG y funcionarios públicos, entre otros, en el cual se cuestionaba la “moralidad” del proyecto: no se puede “poner en ridículo a una serie de personas e instituciones que trabajan hace más de veinte años por los derechos de la mujer”, se dijo⁴. Más que poner en ridículo a la mujer, considero que la “perra” de Iguíñiz proporciona herramientas de reflexión sobre cómo representar a la mujer, no de forma positiva o negativa, pero sí comprometida con la idea de transformar la vida social.

La historia de la representación “perra” es, desde hace tiempo, la misma: desde principios del siglo XX se utiliza “perra” para nombrar a las mujeres promiscuas. Basta citar sólo un ejemplo. En 1919 se publica un artículo de carácter científico, en la Revista Nacional de Agricultura (1919: 175-176), uno de los entes responsables de la difusión del conocimiento colombiano, en el cual se enseña cómo escoger una mascota doméstica. Una elección que merece reflexión es la perra canina, por su infidelidad con el

amo en periodos de “calentura”. Este artículo, en particular, es producto de una generalizada preocupación por la profilaxis y la eugenesia, en la cual importa tanto elegir una mascota apropiada, como una esposa adecuada. En efecto, según lo expresa Gregorio Marañón en su libro: *Amor, conveniencia y eugenesia* (1929), la elección de una esposa se encuentra mediada por especificaciones similares a las que orientan la elección de una mascota: la mujer deber ser sana y poco susceptible a la infidelidad⁵. Siguiendo estas ideas, creo posible pensar que perra y esposa se encuentran unidas en virtud de sus hormonas y los sentidos otorgados por el lenguaje y la representación. Lo que importa resaltar aquí es que, en la actualidad, “perra” sigue teniendo un sentido similar:

En el Perú (no solo), perra es una de las maneras de referirse a las mujeres que hacen uso de su cuerpo libremente. Si partimos de que somos una sociedad culturalmente católica, nos encontramos con que en un extremo está la virgen y en el otro la puta; obviamente perra es toda aquella mujer que va de la mitad al final. Además, existe una especie de lógica por la cual el cuerpo de la mujer es tentación de delito. Por ello, la mujer no sólo no puede estarlo usando para provocar, sino que es culpable de todo lo que le pase, lo cual pareciera contradictorio con la cosificación que se hace en la publicidad⁶.

En Perú, no es extraño referirse al cuerpo de la mujer a través de denominaciones asociadas a lo animal: lomo, costilla, pescadito, perra. Esto, evidentemente, es una forma de cosificación de lo corporal. Aquí, cualquier mujer puede ser una “perra”. Pero además, como “perra”, cualquier mujer puede ser incitadora y culpable, al mismo tiempo, “de lo que pase”.

Y de pronto aparecen en la ciudad estos afiches. Unos los toman en serio. Otros sospechan de la joda. ¿Tiene sentido pegar estas idioteces en las calles? Exacerbar las contradicciones puede ser el primer paso para airear las contradicciones. Y procesarlas. Y exorcizarlas. Más aún cuando los fantasmas generados por el prejuicio y la desigualdad nos acechan. Si algunos lo toman dramáticamente, es porque resulta evidente que vivimos en una sociedad donde compartimos valores machistas. Si otros dudan, es porque consideran ridículo pensar que la coquetería es sinónimo de putería. Lo que sí sorprende es que muchas personas ilustradas con-

sideren peligroso este juego, al punto de descalificarlo y exigir aclaraciones. ¿Acaso temen que la gente se reafirme en sus “perversiones”? ¿Acaso no estamos de acuerdo con la frase “hablando –o gritando o expresando o llorando- se entiende la gente”?⁷

Pese al malestar que suscitó, es innegable que Iguñiz moviliza un ejercicio paródico en torno a la representación. El ejercicio de la parodia, o del “como si”, se basa en repeticiones rituales. Su fuerza política radica en convertir la práctica de la repetición en una postura que permita movilizar otras relaciones de poder, potenciando ciertas inestabilidades producto del proceso mismo de repetición (Butler, 1990). Con relación a “Perrahabl@”, Iguñiz reafirma la perra como un *equivalente natural* de ciertos cuerpos humanos que, sin embargo, son *construidos* desde la dicotomía virgen/puta, a través de un ejercicio hegemónico de la mirada. En virtud de tal repetición no sólo se naturaliza el cuerpo, también se abren fisuras que representan inestabilidades constitutivas de la naturalización perra-cuerpo-mujer, con lo cual se (d)enuncia lo artificial de la representación. Así, la propuesta de Iguñiz puede entenderse como un ejercicio paródico cuya potencia se ubica en la posibilidad de abrir fisuras que perturben las representaciones de género, dando paso a la emergencia de nuevas identidades políticas capaces de responder a ciertas demandas y reivindicaciones asociadas a las mujeres.

Hablamos de identidades políticas cuando hacemos referencia a aquellas narrativas del yo y del nosotros producidas no desde una idea de esencia, sino desde una conciencia política, una estrategia de lucha, asociación y agencia para la transformación social (Braidotti, 2000). Aquí, por ejemplo, la mujer no existe, la “perra” tampoco. En este sentido, “perra”, repetida, deconstruida y vuelta a construir, funciona como una doble subversión identitaria: subvierte la representación de “perra”, retando sus impactos negativos, y subvierte las narrativas de identidad propuestas desde algunos feminismos regionales que, siguiendo sus propias estrategias, enuncian una identidad cimentada en los roles tradicionales de la mujer.

En efecto, por qué no pensar “perra” como una posibilidad de identidad de la mujer en otros términos. En ese sentido, sería posible decir que si caminas por la calle y te dicen perra tienen razón, no sólo por-

que te pusiste una falda muy corta y traicionera, también porque “perra” está siempre en lucha por el sentido de qué es “perra”, cómo puede llegar a ser una identidad política, cuáles son los efectos a nivel de violencia simbólica y física que tal propuesta genera y cómo contrarrestarlos. Pero “Perrahabl@” no sólo propone un cambio en la forma como inventamos nuestras identidades y representaciones, también abre el espectro de posibilidades para preguntar por la acción política, su relación con el arte y el uso de las nuevas tecnologías de comunicación e información.

Ciberfeminismos: tecnologías para el activismo situado

A primera vista, existen muy pocas mujeres o colectivos feministas interesados en proponer el debate en torno a los ciberfeminismos en Latinoamérica. De hecho, si hablar de feminismo en nuestra experiencia regional es difícil, mucho más dificultoso es hablar de ciberfeminismo y, en especial, de arte ciberfeminista. Según lo explica Cindy Gabriela Flores⁸, pese a que en la región ya se han realizado algunos proyectos de NetArt, multimedia, arte digital y se han organizado colectivos tales como Coyosxahuqui Articulada, ComuArte y Polvo de gallina negra (México, 1983), muy pocas son las mujeres que se nombran a sí mismas como ciberfeministas. No obstante, esa falta de enunciación no implica que los ciberfeminismos latinoamericanos no existan. En efecto, creo que éstas son corrientes híbridas que se empiezan a constituir no por medio de prácticas artísticas, como en el caso del Primer Mundo (Kuni; Reiche, 2004: 7-13), sino por prácticas de divulgación del conocimiento.

Indudablemente, en Latinoamérica se aprecia una apertura hacia la capacitación, la utilización de las tecnologías de la información (rastreada desde la publicación del Manifiesto Hipatia)⁹ y la dotación de infraestructuras tecnológicas, en pro de movilizar acciones para la alfabetización virtual y del activismo situado, privilegiando problemáticas como la violencia física, la hambruna, la ecología y el analfabetismo (Escobar, 1999). México tiene la experiencia más consolidada a través de proyectos como: GIRE (Grupo de Información en Reproducción Elegida, A.C.)¹⁰, Red LAC¹¹, la campaña “Niunamuertamás”¹², las propues-

tas de “empoderamiento” de la mujer movilizadas por Verónica Engler y Cindy Gabriela Flores¹³. Costa Rica, por su parte, presenta una propuesta interesante con su participación en la WENT (Capacitación para Redes Electrónicas de Mujeres en Asia y el Pacífico). Y Colombia expone casos puntuales de apropiación de las tecnologías de la información para promover el acceso de las mujeres a las TIC, desarrollar recursos de información, impulsar el acceso a redes e incidir en políticas públicas¹⁴. Dichos esfuerzos todavía tienen que sortear obstáculos como las barreras antitecnología, la falta de conocimientos básicos para el uso de Internet y la poca reflexión sobre cómo interactúan mujeres y tecnología.

En este horizonte, “Perrahabl@” constituye uno de los precedentes de esas alternativas de acción ciber. Pese a no producir una práctica artística y de comunicación desde y para la Red, como lo hacen Coco Fusco, Tania Aedo y Maris Bustamante entre otras¹⁵, Iguñiz reconoce la potencialidad de las nuevas tecnologías y las utiliza en un momento (1999) donde éstas aún eran extrañas en la vida cotidiana de la mayoría.

[...] el afiche era solo un estímulo, para la discusión, la confrontación... y el correo electrónico fue uno de los canales por los cuales pude recibir algo de estas reacciones y conversaciones... la idea era que el trabajo se moviera en las dos calles (calle y net), pero además tenía la particularidad de ser anónimo, rápido y muy barato, por lo que muchos de los correos tenían la textura de una pared de baño público¹⁶.

Por su carácter anónimo y su naturaleza mediática, no era posible opinar sobre el proyecto sin acceder al e-mail dispuesto para ello, en teoría. Porque en la práctica “Perrahabl@” transitó por la ciudad física, la virtual y los medios de comunicación. Cualquiera podía opinar y cualquiera opinó: en el noticiero, en el e-mail, en la misma calle escribiendo sobre los afiches. Esto propició que la mayoría de público espectador, no familiarizado con el e-mail, se involucrara y conociera su uso de manera lúdica. Pero más allá, la perra de Iguñiz nos permite pensar formas creativas de apropiación de las tecnologías de la información, con miras a patrocinar la emergencia de nuevos actores políticos, nuevas “redes” y formas alternativas de organización y acción.

Ciertamente, la “perra” de Iguñiz muestra cómo entablar comunicaciones fundando procesos de coalición identitaria a través del arte y el uso de la tecnología. Coalición identitaria significa imaginar políticas de la representación, con impactos en los procesos de subjetivación, que entiendan la identidad como una construcción social, más que como una esencia natural, en un momento específico de la acción social. Ello, por su puesto, no supone olvidar la pregunta por la materialización del cuerpo (Butler, 2002), sino trasladar la pregunta a los contextos virtuales. En este sentido, “perra” puede generar ese proceso de coalición entre grupos de mujeres para quienes las posibilidades paródicas, tecnológicas y autogestionadas constituyen una opción de agencia diferente a las opciones heredadas del movimiento popular de mujeres y el movimiento feminista de segunda ola.

Evidentemente, la intuición es que tras dos olas de movimiento feminista y de mujeres en Latinoamérica, emergen grupos de activistas para quienes los problemas a enfrentar y las estrategias a seguir cambian de forma radical (aunque también cabe la posibilidad de que un supuesto cambio generacional sólo sea la reiteración de las diferencias constitutivas que hacen parte de toda lucha y movimiento social). Los nacientes ciberfeminismos regionales pueden ser muestra de tal cambio. Aquí, las preguntas sobre las diferencias de género y las diferencias entre mujeres pasan a un segundo plano, para dar paso a otra serie de preguntas: ¿qué caminos debemos seguir para la rearticulación de los movimientos de mujeres frente a las realidades contemporáneas? ¿Cómo construir un movimiento que responda a nuestras “situaciones” geopolíticas o, como afirma Mara Viveros, no eurocéntrico? ¿Cómo escapar de la hegemonía de lo heterosexual? ¿Cómo asumir problemas antiguos que, sin embargo, aún quedan por resolver como la despenalización del aborto, las diferentes violencias con las que lidiamos en lo cotidiano, las exclusiones constitutivas, etc.? ¿Cómo lograr coaliciones efectivas con otros grupos y luchas? En suma, ¿cómo cambia la vida con género en un espacio virtual y qué podemos hacer desde ahí?

¿Perra habla?

A lo largo del presente artículo he tratado de pensar la propuesta de Iguñiz como un ejercicio plástico

en el cual se abren fisuras que perturban las representaciones de género, agenciando espacios para la emergencia de identidades políticas. Lo anterior enmarcado en un contexto donde parte de las luchas feministas se piensan como “ciber” y llaman la atención sobre la necesidad de imaginar la acción política desde la intervención artística y el uso de tecnología. Por ello, considero “Perrahabl@” como un antecedente de lo que puede llegar a ser la agencia cultural en Latinoamérica. Sin embargo, aún resta preguntar: ¿estamos dispuestas a asumir estrategias de coalición virtual y material? ¿Cómo patrocinar, efectivamente, la construcción de prácticas estéticas ciberfeministas regionales? ¿En la repetición de “perra” qué exclusiones se generan y qué ejercicio de poder se garantiza con dichas exclusiones? En conclusión, la pregunta-apuesta que me ronda es si es posible una reinención de nosotras mismas, no esencialista, tecnológica y localizada en un contexto geopolítico particular. Como feminista afirmo que sí. Sin embargo, este sí es una afirmación precaria, es como decir: si te dicen perra tienen razón...

Citas

- 1 Con respecto a un uso similar de la representación “perro”, véase la película de Alejandro González: *Amores perros* (México, 2000).
- 2 Natalia Iguíñiz (Lima, 1973) es artista visual. Se desempeña en la actualidad como docente en la Facultad de Arte de la Pontificia Universidad Católica del Perú, la Escuela de Arte Corriente Alterna y el Centro de la Fotografía. A lo largo de su carrera artística, Iguíñiz ha presentado tres exposiciones individuales en Lima y varias colectivas a nivel internacional. En 1999 formó, en asocio con Sandro Venturo, el colectivo laperrera, el cual realizó intervenciones en el espacio público reflexionando en torno a temas como el género, la identidad nacional y coyunturas propias de la política peruana. “Perrahabl@” hace parte de dicha experiencia.
- 3 La obra de Iguíñiz está publicada en: <www.nataliaiguiniz.nom.pe>
- 4 Natalia Iguíñiz. <http://www.nataliaiguiniz.nom.pe>. Consultada el 3 de febrero de 2005.
- 5 En este momento cabe la pregunta sobre otros tipos de representaciones de género que se dieron en la misma época, pero que sobreviven de manera menos generalizada y más limitada por las diferencias de clase. Por ejemplo, en el caso concreto de Bogotá, a principios del siglo XX, frente a la severa transformación demográfica de la ciudad, ciertos cuerpos se empiezan a representar con la palabra “lobo/a”. Los “lobos” y las “lobas” son aquellas personas que imitan defectuosamente los símbolos de jerarquía social en el vestido: “Familias numerosas se arracimaban en los antiguos barrios pobres o en las zonas marginales de las ciudades, acaso agrupadas por afinidades de origen los de un mismo pueblo o una misma región. Y a medida que el grupo crecía, su presencia se hacía más visible y alertaba acerca del fenómeno demográfico que se estaba produciendo. Si alguno de los emigrantes salía de su gueto y aparecía en otro barrio, llamaba la atención de la sociedad tradicional y merecía un calificativo especial [...]” Romero, José Luis (1999) *Latinoamérica: las ciudades y las ideas*. Medellín: Editorial Universidad de Antioquia, p. 390. En la actualidad, la representación “lobo/a” es funcional en el lenguaje coloquial propio de ciertas clases sociales que buscan guardar su distinción ya no frente a las olas de inmigrantes, sino frente a los fenómenos de ascensión social producto de economías ilegales. Tanto a principios del siglo XX como a finales del mismo la distinción entre “lobo” y “perra”, como representaciones de lo femenino, en el mismo contexto urbano, radica en el uso que cada una tiene: la primera hace referencia a la práctica del “buen vestir”, unido a la tradición, las ideas de urbanidad y la moda; la segunda a las prácticas sexuales del cuerpo, la reproducción y la coquetería. La “lobo” se ubica en un sistema de distinción social; la “perra” en uno de distinción de sexo/género.
- 6 Entrevista virtual con Natalia Iguíñiz realizada el domingo 23 de noviembre de 2003.
- 7 En: www.nataliaiguiniz.nom.pe. Consultada el 23 de febrero de 2005.
- 8 Cindy Gabriela Flores es pionera en lo que a ciberfeminismo se refiere en Latinoamérica. Su sitio Web (<http://ciberfeminista.org/index2.html>) es uno de los más visitados. Junto a ella se empieza a conformar un grupo amplio de páginas interesadas en explorar el tema desde diferentes perspectivas. En ellas, sin embargo, se privilegia, por un lado, la difusión de políticas y teorías ciberfeministas y, por otro lado, la movilización de información sobre intervenciones feministas, tanto en un entorno virtual como en uno material.
- 9 Puede encontrarse en: <www.hipatia.info>
- 10 Puede encontrarse en: <www.gire.org.mx>
- 11 Red Latinoamericana y Caribeña de Jóvenes por los Derechos Sexuales y Reproductivos, véase: Redlac.net/nueva
- 12 Puede encontrarse en: <www.cimacnoticias.com/01nov/01112204.html>
- 13 Puede encontrarse en: <www.ciberfeminista.org>
- 14 Al respecto, son interesantes los casos expuestos por Proyecto Agenda (Proyecto_agenda@yahoo.com) y Olga Paz con su trabajo sobre mujeres y Telecentros (<http://www.apc.org/espanol/rights/lac/docs.shtml?1-1'G%E9nero>)
- 15 Coco Fusco patrocina la llamada “operación digna”, sobre los sucesos acontecidos en Chihuahua. Su propuesta plástica se centra en explorar los temas de identidad y de activismo en pro de mujeres emigrantes, siendo pionera en lo que se refiere a pensar el cuerpo situado y las nuevas tecnologías en la región (www.thing.net/~cocofusco). Tania Aedo, artista visual de la Escuela Nacional de Artes Plásticas de la UNAM, se interesa, particularmente, por el cuerpo y la identidad. Aedo ha participado en varias exposiciones entre las que se cuentan: “Homenaje a Carlos Olachea”, “Xilografías” y “Espalda con espalda” y en 1995 recibió el premio de adquisición del XV Encuentro Nacional de Arte Joven (www.cnca.gob.mx/cnca/nuevo/diarias/020398/taniaaedo.html). Maris Bustamante se destaca por su reflexión sobre el cuerpo de la mujer como una encarnación monstruosa, como encarnación perversa. Muestra de

ello es su obra: “la muñeca de Frankenstein” (www.arts-history.mx/maribustamante/marits/semblan.html). Vale la pena destacar aquí que, desafortunadamente, de las pocas latinas que han mostrado algún grado de interés en prácticas estéticas ciberfeministas, casi todas residen en Estados Unidos.

16 Entrevista virtual realizada el domingo 23 de noviembre de 2003.

Bibliografía

BRAIDOTTI, Rosi, *Sujetos Nómadas*, Buenos Aires, Paidós, 2000.

BUTLER, Judith, *Género en disputa*, México, Paidós mexicana, 2000.

———, “Cuerpos que importan”, en: *Cuerpos que importan*, Buenos Aires, Paidós, 2002.

CUESTAS, Marlén y Muriel, Gary Gari, *¿De Jóvenes? Una mirada a las organizaciones juveniles y a las vivencias de género en la escuela*, Bogotá, Círculo de lectura alternativa, 2003.

ESCOBAR, Arturo, “El final del salvaje: antropología y nuevas tecnologías” y “Género, redes, lugar: una ecología política de la

cibercultura”, en: *El final del salvaje. Naturaleza, cultura y política en la antropología contemporánea*, Bogotá, ICAN/CEREC, 1999.

IGUÍÑIZ, Natalia, <<http://www.nataliaiguiniz.nom.pe>>. Consultada en 3 de febrero de 2005.

KUNI, Verena y Reiche, Claudia (eds.), *Cyberfeminism, Next Protocols*, Canadá, Autonomedia, 2004, pp.7-13.

MARAÑÓN, Gregorio, *Amor, conveniencia y eugenesia*, España, Historia Nueva, 1929.

REVISTA NACIONAL DE AGRICULTURA, Bogotá, enero-febrero, 1919.

REVISTA RAZÓN Y PALABRA, <<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n16/pantalla16.html>>. Número 16, Año 4, Noviembre 1999-Enero 2000. Consultada en 11 de febrero de 2005.

ROMERO, José Luis, *Latinoamérica: las ciudades y las ideas*, Medellín, Universidad de Antioquia, 1999, p.390.

VIVEROS, Mara, “El concepto de ‘género’ y sus avatares: interrogantes en torno a algunas viejas y nuevas controversias”, en: Ángela María Estrada y Carmen Millán de Benavides, (eds.), *Pensar (en) Género*, Bogotá, 2004.