

COLECCIÓN

ASÍ HABLA
EL EXTERNADO

DISRUPCIÓN TECNOLÓGICA, TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y SOCIEDAD



¿CUARTA REVOLUCIÓN
INDUSTRIAL? CONTRIBUCIONES TECNOSOCIALES
PARA LA TRANSFORMACIÓN SOCIAL

Editores:

Juan Carlos Henao
Mario A. Pinzón-Camargo

Coordinadora general de la obra:

Constanza García Chaves

Universidad
Externado
de Colombia

135
Años

JUAN CARLOS
HENA O
MARIO A.
PINZÓN-CAMARGO
(EDITORES)

DISRUPCIÓN TECNOLÓGICA,
TRANSFORMACIÓN DIGITAL
Y SOCIEDAD

TOMO I
¿CUARTA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL?:
CONTRIBUCIONES TECNOSOCIALES
PARA LA TRANSFORMACIÓN SOCIAL

UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA

Disrupción tecnológica, transformación digital y sociedad. Tomo I, ¿Cuarta revolución industrial?: contribuciones tecnosociales para la transformación social / Alejandro Martínez [y otros] ; Juan Carlos Henao, Mario A. Pinzón Camargo (eds.). — Bogotá : Universidad Externado de Colombia. 2021.

745 páginas : ilustraciones, gráficos, fotografías ; 24 cm. (Así habla el Externado)

Incluye referencias bibliográficas.

ISBN: 9789587905830

1. Tecnologías disruptivas 2. Innovaciones tecnológicas -- Aspectos sociales 3. Participación ciudadana -- Innovaciones tecnológicas 4. Cambio tecnológico -- Aspectos sociales 5. Patrimonio cultural -- Innovaciones tecnológicas I. Henao Pérez, Juan Carlos, 1958- , editor II. Pinzón Camargo, Mario Andrés, editor III. Universidad Externado de Colombia IV. Título V. Serie

303.4833 SCDD 21

Catalogación en la fuente -- Universidad Externado de Colombia. Biblioteca. MLV

abril de 2021

ISBN 978-958-790-583-0

© 2021, JUAN CARLOS HENAO Y MARIO A. PINZÓN-CAMARGO (EDS.)

© 2021, UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA

Calle 12 n.º 1-17 Este

Teléfono (57 1) 342 0288

publicaciones@uexternado.edu.co

www.uexternado.edu.co

Primera edición: abril de 2021

Diseño de cubierta: Departamento de Publicaciones

Corrección de estilo: Néstor Clavijo

Composición: Álvaro Rodríguez

Impresión y encuadernación: Xpress Estudio Gráfico y Digital S.A.S. - Xpress Kimpres

Tiraje de 1 a 1.000 ejemplares

Impreso en Colombia

Printed in Colombia

Prohibida la reproducción o cita impresa o electrónica total o parcial de esta obra sin autorización expresa y por escrito del Departamento de Publicaciones de la Universidad Externado de Colombia. Las opiniones expresadas en esta obra son responsabilidad de los autores.

CAROLINA VERGEL*

IZABEL SOLYSZKO**

JESSIKA MARIANA BARRAGÁN***

*Violencia de género y nuevas tecnologías: entre
la virtualidad, el activismo y el derecho*

*Gender violence and new technologies:
between virtuality, activism and law*

RESUMEN

Este texto propone un análisis del rol de las nuevas tecnologías en la garantía del derecho a vivir una vida libre de violencias para las mujeres en la actualidad. A partir de una revisión de los debates teóricos sobre feminismo y tecnología, así como sobre el peso de la brecha de género, se procede a un análisis de campañas y aplicaciones, institucionales y organizacionales, sobre violencia contra las mujeres, de Brasil y Colombia. Además de caracterizar este universo, y de estudiar los objetivos y herramientas propuestos por estas iniciativas, el análisis busca identificar algunas de las representaciones sociales de género presentes en las campañas y aplicaciones, así como las potencialidades y desafíos de este tipo de recursos digitales.

Palabras clave: ciberactivismo, tecnofeminismo, violencia, mujeres, género, Brasil, Colombia.

GENDER VIOLENCE AND NEW TECHNOLOGIES: BETWEEN VIRTUALITY, ACTIVISM AND LAW

ABSTRACT

This text analyses the role of new technologies in guaranteeing the right to live a life free of violence for women today. Beginning with a review of the theoretical debates concerning feminism and technology, and the weight of the gender gap, we proceed to analyze several campaigns and applications, institutional and organizational, on violence against women, from Brazil and Colombia. In addition to characterizing this universe and studying the objectives and tools proposed by these initiatives, our analysis seeks to identify some

* Doctora en Derecho. Docente investigadora del Departamento de Derecho Constitucional de la Facultad de Derecho. Correo-e: carolina.vergel@uexternado.edu.co

** Doctora en Trabajo Social. Docente investigadora de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad Externado de Colombia. Correo-e: izabel.solyszko@uexternado.edu.co

*** Abogada. Asistente de investigación del Departamento de Derecho Constitucional de la Facultad de Derecho de la Universidad Externado de Colombia. Correo-e: jessika.barragan@uexternado.edu.co

of the social representations of gender present in campaigns and applications, as well as the forces and challenges of this type of digital resources.

Keywords: cyber-activism, tech-feminism, violence, women, gender, Brazil, Colombia.

INTRODUCCIÓN

La violencia contra las mujeres en razón del género es una problemática que se reactualiza a pesar del largo recorrido de luchas sociales y de los crecientes esfuerzos institucionales para afrontarla (Merry y Universidad de los Andes, 2010). Para dimensionar la problemática, consideremos por ejemplo la estimación de la ONU según la cual:

el 35 por ciento de las mujeres de todo el mundo ha sufrido violencia física y/o sexual por parte de un compañero sentimental o violencia sexual por parte de otra persona distinta a su compañero sentimental (estas cifras no incluyen el acoso sexual) en algún momento de sus vidas. Sin embargo, algunos estudios nacionales demuestran que hasta el 70 por ciento de las mujeres ha experimentado violencia física y/o sexual por parte de un compañero sentimental durante su vida. Se estima que de las 87.000 mujeres que fueron asesinadas globalmente en el 2017, más de la mitad (50.000 —58 por ciento—) fueron matadas por sus parejas o miembros familiares (ONU Mujeres, 2018).

En esta misma línea, y de acuerdo con un informe mundial sobre violencia y salud, “la violencia contra la pareja se produce en todos los países, en todas las culturas y en todos los niveles sociales sin excepción, aunque algunas poblaciones (por ejemplo, los grupos de bajos ingresos) corren mayor riesgo que otras” (Organización Panamericana de la Salud, 2003, p. 18).

En América Latina, casi todos los países han adoptado múltiples normas y establecido entidades específicas para afrontar la violencia de género y, pese a eso, acumulan los peores indicadores en la materia (Comité de América Latina y el Caribe para la Defensa de los Derechos de las Mujeres, 2015). Colombia y Brasil comparten esa realidad. Después de décadas de construcción de un denso aparato estatal que contempla políticas públicas y una creciente legislación (Agatón Santander, 2013; Brazão, y Oliveira, 2010), están lejos de resolver de manera efectiva el problema de la violencia sexista contra las mujeres. Ambos países comparten el triste dato de estar entre los cinco primeros en la ocurrencia de feminicidios en un *ranking* de 83 países (Instituto Nacional de

Medicina Legal y Ciencias Forenses, 2018; Waiselfisz, 2012). En el campo de la violencia íntima o conyugal, por ejemplo, los datos son alarmantes y, más allá de las cifras, revelan un sufrimiento cotidiano en la vida de las mujeres y una constante violación a sus derechos humanos.

En Colombia, para 2018, la tasa de violencia de pareja fue elevadísima, con un total de 120,57 casos por cada cien mil habitantes, siendo las mujeres las víctimas en el 86,08 % de los casos (Instituto Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses, 2018). En Brasil, en 2016, 29 % de las mujeres relataron haber sufrido algún tipo de violencia y 43 % de esas agresiones fueron en el domicilio (Fórum Brasileiro de Segurança Pública, 2017).

La permanencia y la intensidad de la violencia de género revelan su carácter estructural. En Latinoamérica, especialmente, es importante pensar de qué manera la experiencia de ser y existir en un territorio colonizado, eurocéntrico, capitalista, racista y patriarcal ha determinado las manifestaciones y el papel de la violencia de género (Curiel Pichardo, 2014; Lugones, 2008). Y, por lo mismo, pensarse este tipo de violencia exige a su vez pensar en esfuerzos en pro de la construcción de una vida no solo libre de violencia sino también en condiciones de dignidad, que afronte así mismo todas las formas y estructuras sociales de opresión y marginalidad.

Paralelamente a la violencia contra las mujeres ha tenido lugar otro tipo de dinámicas sociales. La primera década del siglo XXI estuvo marcada por el desarrollo tecnológico y particularmente por el digital. El ciberespacio no solamente alteró la cotidianidad en términos instrumentales al facilitar el acceso a una serie de servicios, sino también tuvo un fuerte impacto en las relaciones sociales y en los modos de comunicarse y relacionarse (Vásquez, Sánchez, y Bolívar, 2018). En este marco, no sorprende que los movimientos sociales, el activismo en general y el propio Estado empezaran a utilizar las nuevas tecnologías como herramientas para hacerle frente a la violencia en general, así como a la violencia de género.

Teniendo en cuenta el contexto descrito, este trabajo busca identificar cuáles son las iniciativas digitales (específicamente, las campañas digitales¹

1 Las campañas digitales no deben ser entendidas en el marco de este escrito como la mera difusión masiva de ideas (FREIRE, 2016, p. 27) o lo que algunas autoras han denominado “feminismo del hashtag” (CARO, 2015). Por el contrario, hacemos referencia a estrategias de comunicación que sean resultado de un esfuerzo sistemático y planificado a largo plazo (OCAMPO, 2003).

y *apps*² ofrecidas para contrarrestar la violencia en contra de las mujeres en razón del género) puestas en marcha en Brasil y Colombia, entre 2017 y 2019, y qué respuesta ofrecen a este tipo de violencia.

La investigación será de carácter exploratorio, con dimensión cualitativa (Marconi, y Lakatos, 2003; Souza, Ferreira, Cruz, y Gomes, 2003), a partir de una comprensión de la realidad propia de la epistemología feminista, especialmente el feminismo decolonial (Maffia, 2007) y del feminismo jurídico (Jaramillo, 2000; Costa, 2016), con enfoque sociocrítico (Alviar, y Jaramillo, 2012; Marín Gallego, 2012).

Para cumplir con este cometido el presente escrito se dividirá en cuatro apartados. En el primero se realizará una breve aproximación a las discusiones teóricas, especialmente feministas, que a nuestro juicio sintetizan el estado del arte sobre las relaciones entre nuevas tecnologías, feminismo y violencia de género. En segundo lugar se presentarán los hallazgos del rastreo general de aplicaciones y campañas, haciendo especial énfasis en lo encontrado en los dos países objeto de estudio, con el fin de ofrecer elementos para dimensionar algunas de las características de la virtualización de las herramientas contra la violencia de género.

En tercer lugar se propondrá un análisis general de las representaciones de género (Aquad, 2006; Lamas, 2013; Lugones, 2008) de ocho iniciativas en total, tanto brasileras como colombianas, que representan esfuerzos institucionales u organizacionales en forma de campaña o de *app*.

Finalmente, se propondrán unas conclusiones tanto de la discusión teórica como de lo que sugieren los hallazgos de la investigación.

I. MARCO TEÓRICO

Como ya se señaló, la persistencia de la violencia de género, los cambios sociales generados por la penetración de las tecnologías de la información y las

2 Hacemos referencia a las “Herramienta[s] diseñada[s] para desarrollar una función específica en una plataforma concreta: móvil, *tablet*, tv, pc, entre otros. El término se deriva de la palabra en inglés *application*, lo que significa Aplicación (App), y se puede descargar o acceder a las aplicaciones desde un teléfono o desde algún otro aparato móvil” (LÓPEZ CASTAÑEDA, n. d.).

telecomunicaciones (TIC)³ y la interrelación de estos fenómenos constituyen el principal objeto de estudio del presente trabajo. Análisis que exige hacer una serie de precisiones teóricas y conceptuales previas, relacionadas con la naturaleza de la internet, las corrientes feministas que han trabajado la relación entre mujeres y tecnología, así como las brechas de género, especialmente en Brasil y Colombia, que siguen impidiendo un acceso igualitario a la red.

Para empezar, hay que precisar que, al igual que Hine (citada en Ortiz Valencia, 2014, p. 36), consideramos que la internet debe ser estudiada, por un lado, como un artefacto cultural y, por el otro, como un espacio de construcción de cultura. Lo primero está relacionado con el reconocimiento de que la tecnología es producida por sujetos con intereses específicos y lo segundo, con los múltiples significados que allí se gestan.

Con respecto a la primera dimensión, es necesario recalcar que desde los primeros estudios en torno a la ciencia y el género se ha develado el sesgo sexista, racista y homofóbico, tanto de la ciencia como del método científico moderno (Ortiz Valencia, 2014, p. 94). La tecnología, desde esta perspectiva, ha perpetuado la supremacía masculina y por lo mismo, en los años setenta y ochenta del siglo XX, se expuso a un fuerte rechazo por parte de diversas corrientes feministas que consideraban que el objetivo último de aquella era dominar y explotar a las mujeres (Romero Sánchez, 2014, p. 157).

Ahora bien, a pesar del espacio cada vez más grande que ocupa la internet en la vida de hombres y mujeres, y el creciente optimismo en torno a las posibilidades que abre para los movimientos sociales en general y para las mujeres en particular (Amoroso Fernández, 2014, pp. 2-3; Coelho, y Costa, 2013, p. 10), lo cierto es que hay autoras que reconocen que el ciberespacio está lejos de ser neutral al género. Por el contrario, señalan —entre otros problemas— que la toma de decisiones en la infraestructura y la lógica de funcionamiento de las redes es mayoritariamente masculina (Tomazetti, y Brignol, 2015, p. 8; Reis, 2017).

Como manifestación y causa de esta falta de neutralidad de género se ha acuñado el término de *brecha digital de género* (Bernardes, 2014; Berrío Zapata, Marín Arraíza, Ferreira da Silva, y das Chagas Soares, 2017), que analiza, por una parte, la baja presencia de mujeres en carreras relacionadas con la

3 Índice que hace referencia a la cantidad de personas (usuarias) conectadas a la internet. Se refiere, sobre todo, a la existencia de la infraestructura necesaria para garantizar la conectividad (BERRÍO ZAPATA *et al.*, 2017, p. 184).

informática y las condiciones sexistas de ese mercado laboral y, por otra, los obstáculos que enfrentan en materia de inclusión digital. Esto último, de especial interés a la luz de los objetivos antes precisados, abarca los problemas a los que se enfrentan las mujeres para: (i) acceder a la tecnología, (ii) utilizar sus servicios básicos y (iii) utilizar servicios avanzados (Núñez Puente, Vásquez Cupeiro, y Fernández Romero, 2015, p. 69).

Por otra parte, y antes de revisar estos datos, es importante tener presente en todo caso que el acceso a una cotidianidad beneficiada por la tecnología digital no es un recurso aún disponible para todas las personas y que la globalización de internet es un fenómeno que se inscribe en el marco de la llamada mundialización del capital (Chesnais, 2008), que sigue concentrando riqueza y tecnología. Esto es más que evidente en los casos de Colombia y Brasil, países fuertemente marcados por las desigualdades socioeconómicas. Por ejemplo, su índice de Gini es del 49,7 en Colombia y del 51,5 en Brasil (Banco Mundial, 2019). En estos contextos, está claro que el acceso a la tecnología en general, y ni qué decir del acceso a la tecnología de calidad y como recurso para mejorar las condiciones de vida de la gente, está determinado por las singularidades socio-territoriales, así como por otros factores de marginalización, como la clase, la racialización, el acceso a la educación e, incluso, qué tan democráticos son el espectro electromagnético y las telecomunicaciones.

Veamos por ejemplo las mediciones de acceso a internet de ambos países. En Colombia, el 61,4 % de la población tiene acceso, pero 50 % de la población no lo hace por medio del teléfono (MINTIC, 2018). En Brasil, el 63 % de los hogares afirma tener algún tipo de acceso a internet (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2016). Con todo, es innegable la ampliación y la difusión del acceso de la comunicación desde las tecnologías de la información y la comunicación; por ejemplo, Colombia y Brasil tienen 55 % de la población conectada a Facebook (*La República*, 2016).

En cuanto a la *brecha digital de género*, a primera vista, las mujeres en Brasil parecen no tener una desventaja en el acceso a los aparatos tecnológicos respecto a los hombres. Así pues, el 70,7 % de las mujeres acceden a la red, frente al 68,8 % de los hombres (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2016), el 70 % de las mujeres utilizaron internet en los últimos tres meses y el 75 % la utilizaron en su celular en el mismo período (Comité Gestor da Internet no Brasil, 2019).

En cambio, en Colombia los datos existentes no permiten tener tanta claridad. A pesar de que la Encuesta de acceso, uso y apropiación de las tecnologías

de la información y las comunicaciones de las mujeres en Colombia, realizada por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (2018), señala que el 81 % de las mujeres colombianas acceden a internet, la metodología utilizada no permite un comparativo con el acceso de los hombres, ni es representativa de las zonas rurales. En contraste, la Alta Consejería para los Derechos de la Mujer, citada en Fundación Karisma (2015), estimó que la *brecha digital de género* en el acceso regular a internet era cercana al 14 %, pues tan solo el 56 % de las mujeres accedían regularmente a la web, frente al 70 % de los hombres.

En todo caso, algunos estudios realizados en España (Núñez Puente *et al.*, 2015; Sabater Fernández, Fernández Alcalde, 2015) y Colombia (Fundación Karisma, 2015) permiten evidenciar que, además de las dificultades de acceso que están en proceso de ser superadas y que parecen no ser tan radicales, la mayor diferencia entre hombres y mujeres tiene que ver con el uso que se le da a la internet y la correspondencia que este tiene con los estereotipos de género. Respecto a lo anterior, Sabater Fernández y Fernández Alcalde (2015, p. 218) concluyen que las mujeres utilizan en mayor medida las redes sociales como forma de mantener y crear relaciones, mientras que los hombres se enfocan en actividades relacionadas con el ocio y asuntos laborales.

A este tipo de valoraciones se suman los análisis acerca del recurso a internet con intereses activistas o para informarse acerca de algún derecho o servicio público. Por ejemplo, Núñez Puente *et al.* (2015, p. 70) señalan que el 65,8 % de las mujeres encuestadas nunca había consultado un sitio relacionado con ciberactivismo feminista y el 30,9 % solo lo había hecho una vez. En un sentido similar, la Fundación Karisma (2015, p. 21) encontró que solo el 19 % de las mujeres ha utilizado internet para consultas relacionadas con salud sexual, el 20 % ha buscado algo sobre sus derechos, únicamente 14 % ha investigado sobre asuntos relacionados con la violencia de género y el 66 % nunca ha buscado nada que tenga que ver con las rutas de atención a este tipo de violencia. De hecho, el 37 % de las mujeres encuestadas nunca ha seguido un enlace fuera de Facebook.

La perspectiva de género⁴ también permite identificar otras tendencias aún más preocupantes. Sabemos que la utilización de las nuevas tecnologías,

4 Es la “forma de observar la realidad con base en las variables ‘sexo’ y ‘género’ y sus manifestaciones en un contexto geográfico, étnico e histórico determinado. Este enfoque permite visualizar y reconocer la existencia de relaciones de jerarquía y desigualdad entre

especialmente de las plataformas, redes sociales y aparatos tecnológicos como los celulares inteligentes y las tabletas, ha conformado un nuevo escenario para las múltiples expresiones de la violencia de género hacia las mujeres. Más que una nueva modalidad de violencia, lo que se evidencia es que las viejas formas de agresión se trasladan ahora al ciberespacio y al uso de los objetos tecnológicos, dando forma a lo que se ha denominado violencia en las redes sociales e internet, violencia digital, ciberacoso, violencia en línea, cibermisoginia, entre otros conceptos que buscan explicar el fenómeno.

Las expresiones violentas más registradas son: (i) el control que se manifiesta sobre el uso de los aparatos y de las redes sociales, (ii) los mensajes violentos explícitos en las redes, (iii) la grabación y distribución de imágenes de orden íntimo y/o sexual, (iv) los ataques coordinados y (v) la invasión de la intimidad (Interlab pesquisa em direito e tecnologia & Rights, 2017; Peña Ochoa, 2017; Fernández y Estaban, s. f.). Si bien ni en Colombia ni en Brasil hay datos sistematizados que describan el alcance detallado del fenómeno, diversos estudios situados dan cuenta de la alta incidencia del problema (Aranzales Delgado *et al.*, 2013; Durán y Ferreira, 2017; Yudes-Gómez, Baridon-Chauvie y González-Cabrera, 2018). Otro indicio de la magnitud de esta problemática lo constituye la gran cantidad de bibliografía existente sobre la violencia *online* y la inevitable presencia de la tecnología en nuestras vidas.

Para complementar estos análisis, consideramos interesante invertir la pregunta, a fin de visibilizar las iniciativas organizacionales e institucionales que se han interesado por utilizar las TIC contra la violencia de género, para explorar a la vez si tienen un potencial contrahegemónico y emancipatorio para las mujeres, en especial aquellas víctimas de violencia de género.

Cabe advertir que hay aspectos de este debate que no son nuevos. El activismo digital tiene sus orígenes en los años noventa y hay múltiples estudios que, con más o menos rigor, pretenden analizar el impacto de la red en las reivindicaciones del movimiento social feminista⁵. Estos textos se enmarcan

hombres y mujeres expresadas en opresión, injusticia, subordinación, discriminación mayoritariamente hacia las mujeres”. CÁTEDRA UNESCO DE DERECHOS HUMANOS DE LA UNAM (n. d.), pp. 17-18.

5 Para ejemplos de análisis de aplicaciones, campañas virales y páginas web feministas ver: DE PIERO y NARVAJA, 2018; FREIRE, 2016; GIRALDO-LUQUE *et al.*, 2018; GRESPAN, 2016; LAUDANA, 2017; LEÓN LARIOS *et al.*, 2016; NÚÑEZ PUENTE, 2011; NÚÑEZ PUENTE,

en una discusión que ya tiene algunos años en el feminismo y que hace referencia a la relación de las mujeres y las tecnologías.

Al respecto, cabe recordar el ya mencionado recelo del llamado feminismo de la segunda ola frente a la tecnología. Sin embargo, en el marco de la creciente masificación de la tecnología, el Manifiesto Cyborg, escrito por Donna Haraway (2007) en 1985, constituyó un punto de inflexión para el feminismo. Allí, la autora cuestiona el esencialismo del feminismo histórico y propone el sujeto *cyborg* como una criatura posgenérica que no necesita una identidad sexual y, en consecuencia, abre la posibilidad de la autodeterminación de las mujeres en el mundo virtual, sin desconocer nunca el origen capitalista, racista, colonialista y patriarcal de la internet (Romero Sánchez, 2014, pp. 157-158).

No mucho después el colectivo australiano VNS Matrix escribió el Manifiesto ciberfeminista para el siglo XXI (1991) en honor a Haraway (Instituto de la Mujer, 2011) y en 1995 Sadie Plant acuñó el término ciberfeminismo en su libro *Ceros + unos. Mujeres digitales + la nueva tecnocultura*. En él, la autora hace una genealogía acerca de las contribuciones femeninas a la historia de la programación y la computación, resalta figuras como las de Ada Lovelace, Grace Murray Hopper y las mujeres que conformaron el equipo Eniac (Boix y de Miguel, 2002, p. 14) y sostiene que su naturaleza desjerarquizada y la comunicación en red convierten a la internet en una herramienta esencialmente femenina y liberadora.

Estas autoras conformaron lo que Galloway (1997) denominó ciberfeminismo radical, puesto que consideran que la internet es “el espacio idóneo para la lucha feminista por su carácter flexible y abierto que permite la subversión de la identidad tradicional” (Romero Sánchez, 2014, p. 159). Por otro lado está el “ciberfeminismo conservador”, liderado por Cornelia Sollfrank, por medio de Old Boys Network desde 1992. Estas iniciativas artísticas aprovecharon la posibilidad de presentar las obras de mujeres en la red, dados los obstáculos que enfrentaban en los lugares de exposición convencionales (Boix y de Miguel, 2002, p. 7).

Por último, está la corriente que Boix y de Miguel (2002) nombraron como ciberfeminismo social. Esta surge a partir de los usos estratégicos de las redes desde un enfoque de género que apuesta por la transformación social y que es

bastante cercano a los movimientos de Derechos Humanos y anticapitalistas (Instituto de la Mujer, 2011, p. 104). Un ejemplo claro es la táctica utilizada por la Asociación para el Progreso de las Comunicaciones, en el marco de la IV Conferencia Mundial de las Mujeres llevada a cabo en Pekín en 1995, para conectar e incluir a la mayor cantidad de mujeres posible a escala global.

Como puede verse, no es fácil definir el ciberfeminismo. Esto se debe en parte a la apuesta por superar la teorización dogmática que, por lo general, se vuelve paralizante, para pasar a la práctica, pero también a la distancia que las autoras de estas nuevas corrientes crearon con las feministas de antaño y que impidió no solo construir un bagaje teórico sólido sino también idear estrategias comunes (Boix y de Miguel, 2002, p. 18).

Pese a estas dificultades, parece claro que las autoras clásicas generaron un consenso acerca de la visión optimista frente a la internet, que considera que las mujeres pueden encontrar en el ciberespacio justicia socio-simbólica y un espacio de libertad frente a la sociedad patriarcal (Macías González y Torres Islas, 2018). Esto se opone a una clasificación ampliamente difundida por la literatura que considera que el ciberfeminismo tiene también una posición distópica (Romero Sánchez, 2014, p. 159).

Desde una perspectiva mucho más crítica, tanto de las posibilidades que abre la internet para las mujeres como de los fundamentos utilizados por autoras como Plant, Wajcman (2006, p. 157), en su obra *El tecnofeminismo*, afirma que la asociación entre red y feminidad es también un argumento esencialista y determinista, cuyo optimismo hace imposible explicar la persistente inferioridad de las mujeres en todos los escenarios relacionados con la tecnología. Es decir, si se acepta que las TIC por sí mismas son liberadoras, no hay ninguna justificación para la acción política.

Teniendo en cuenta lo anterior, Judy Wajcman acuña el término “tecnofeminismo”. Esta corriente “hace referencia a la concepción de la tecnología como resultado tanto de procesos tecnológicos como de procesos sociales”, en los cuales las tecnologías son fuente y consecuencia de las relaciones de género y, por ende, no son neutrales, pues obedecen a las estructuras en medio de las cuales surgen. En este sentido, lo que Boix y De Miguel consideran ciberfeminismo social, para esta autora no sería más que activismo feminista en la red o tecnofeminismo (Romero Sánchez, 2014, pp. 164-167).

A esta perspectiva crítica se suman aquellos autores y autoras que señalan la lógica individualista, unidireccional, capitalista, endogámica y poco transformadora de la internet y, en particular, de las redes sociales (Amoroso

Fernández, 2014; Bernardes, 2014; Giraldo-Luque, Fernández-García y Pérez-Arce, 2018; Macías González y Torres Islas, 2018; Mombach, Nóbrega Martins, Leal Lopes de Sousa y de Lima Bonfim, 2018).

Lo dicho hasta el momento permite advertir las profundas limitaciones que condicionan la efectividad de las aplicaciones y campañas que estudiaremos y de las que somos perfectamente conscientes. Las mujeres no solo se enfrentan a múltiples inconvenientes para acceder a internet, sino que, además, aun cuando acceden, no cuentan con el capital económico y social para utilizar la red de formas que les permitan hacer frente a las violencias que muy probablemente atraviesan sus vidas.

Sin embargo, este breve recorrido teórico sobre las principales posturas del ciberfeminismo y el tecnofeminismo, las dos grandes corrientes en la materia, aporta elementos de reflexión y de acción para pensarse posibles transformaciones en la vida de las mujeres, dentro y fuera del ciberespacio, con expectativas diferentes, pero tal vez complementarias.

Veamos ahora qué tendencia muestra el recurso a ciertas herramientas virtuales, a propósito de la problemática de la violencia contra las mujeres, en las campañas y *app* propuestas en Brasil y Colombia, en los últimos años.

II. MAPEO DE CAMPAÑAS Y APLICACIONES EN MATERIA DE VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES

El rastreo de campañas y *app* se hizo a partir de una serie de palabras clave⁶, y nos condujo a resultados muy amplios y dispersos⁷. Antes de acotar la búsqueda a los dos países objeto de estudio, quisimos tener un panorama amplio del tipo de iniciativas existentes, especialmente de aplicaciones, por tratarse de una herramienta mucho más reciente que las campañas y porque las *app* encarnan plenamente la virtualidad, a diferencia de las campañas virtuales,

6 El rastreo se hizo de forma manual, en Google, a partir de las siguientes palabras clave y combinaciones: Violencia AND género; Violencia AND mujeres; Violencia AND pareja; Violencia AND conyugal; Violencia AND sexual; Violencia AND intrafamiliar; Violencia AND noviazgo; Femicidio/femicidio; Acoso; Acoso AND sexual.

7 Y esto a pesar de que acotamos el período de búsqueda a los años 2016-2019, a resultados en los idiomas portugués y castellano. Definimos que el mapeo comenzaría en 2016, teniendo en cuenta que fue el año de realización del primer encuentro de ciberactivismo en América Latina.

en donde la innovación consiste fundamentalmente en contar con la internet como plataforma. Al respecto, cabe señalar que, aparte de las iniciativas brasileras y colombianas, encontramos un total de 31 *app* sobre el tema de violencia contra las mujeres, desde 2011 hasta 2019^[8], en Argentina, Perú, España, Bolivia, El Salvador, México, Chile, Ecuador, Estados Unidos, Italia e India. Los tipos de objetivos y herramientas incluidas en cada una son también muy diversos y comprenden, entre otras: botones de pánico, medidores de los índices de violencia contra las mujeres y test para identificar relaciones o comportamientos abusivos.

Este panorama confirmó que los criterios de clasificación definidos al comienzo de la investigación (nombre de la iniciativa, tipo —si es campaña o aplicación—, país y año de creación, tipo de autor o autora —institucional u organizacional—, objetivos de la iniciativa, características generales, herramientas incluidas y sitio web) efectivamente permiten caracterizar y distinguir los rasgos fundamentales de las campañas y aplicaciones en materia de violencia contra las mujeres. En efecto, cuando pueden identificarse, quienes crean este tipo de iniciativas virtuales son instituciones estatales o internacionales, u organizaciones sociales, particularmente organizaciones no gubernamentales o redes activistas feministas. Solo encontramos una *app* concebida por una empresa y otra por iniciativa estudiantil.

Otro hallazgo particularmente interesante fue el encontrar un total de catorce *app* católicas o cristianas, concebidas para dar respuesta a la violencia conyugal específicamente⁹. Basta con leer atentamente algunos de los nombres y los objetivos que anuncia la mayoría para entender que se trata de aplicaciones que ofrecen contenido bíblico, teológico y sicosocial, para evitar que las parejas se separen a causa de la violencia conyugal. Aunque buena parte de estas aplicaciones se piensan y parecen dirigirse a la pareja, en realidad focalizan

8 Aunque hay ocho en las cuales no fue posible establecer el año de creación.

9 Todas fueron encontradas justamente al combinar las palabras clave: violencia AND conyugal. Los nombres son: Restaurando su matrimonio, Matrimonio cristiano (2017): El desafío del amor; Restaurar su matrimonio; Mujer vaso frágil pero firme; Matrimonio cristiano (2018); Reflexiones para matrimonios: matrimonio cristiano; Prueba de fuego. Rescatando su matrimonio; Matrimonio cristiano (2019); Mujer cristiana reflexiones; Consejo para parejas; Matrimonio y familia cristiana; El poder de la mujer que ora 2020 y Desafío del amor: 40 días restaurando su matrimonio.

la mayoría de sus mensajes según estereotipos de género, pues hay varias que ofrecen específicamente soporte o guía espiritual para las “mujeres cristianas”.

Curiosamente, salvo la *app* “El desafío del amor”, creada en Australia, la mayoría de estas aplicaciones no precisan el país de origen, razón por la cual no entran en la muestra que analizamos en detalle en el siguiente punto. Sin embargo, consideramos importante subrayar esta otra perspectiva sobre el tema, completamente opuesta al enfoque de derechos que estructura las campañas y *app* que asumen el problema de la violencia contra las mujeres como una violación a los derechos humanos, incluso como un crimen, y no como un problema que amenace la estabilidad de las parejas y que pueda originar un divorcio o una separación, en tanto este resultado atenta contra los designios del dios cristiano o católico asumido como autoridad en dichas herramientas. Cabe resaltar que ninguna de estas aplicaciones menciona el régimen jurídico, la dimensión como delito, como falta a las obligaciones contractuales o de cohabitación. Tampoco asocian la violencia con la dimensión salud. Dicho de otra forma, en lo absoluto movilizan el marco institucional estatal, y circunscriben la violencia en el seno de la pareja a un problema que debe ser resuelto gracias a la fe y —se insiste— que no debe justificar separaciones. Considerando el alto número de descargas (la suma total de descargas de las 14 aplicaciones es mayor de 816.000), es indudable la influencia que este mensaje tiene en un gran número de parejas, en especial de mujeres afiliadas a estos credos.

Presentado este panorama general, centrémonos en los hallazgos en Brasil y Colombia. Muy seguramente porque la búsqueda se focalizó en estos dos países, los resultados son mucho más numerosos, como lo muestra el cuadro 1.

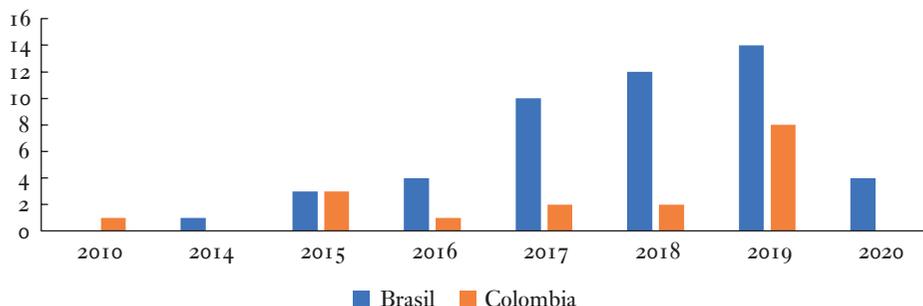
CUADRO 1.
TOTAL DE CAMPAÑAS Y APP ENCONTRADAS EN LOS PAÍSES
OBJETO DE ESTUDIO

| País | Campañas | <i>app</i> |
|----------|----------|------------|
| Brasil | 39 | 17 |
| Colombia | 13 | 5 |

Fuente: elaboración propia (2020).

Teniendo en cuenta el año de creación, también encontramos un evidente aumento en la concepción de campañas y de *app* en ambos países, aunque la proporción en uno y otro parece corresponder a las dimensiones poblacionales y de extensión geográfica de cada cual, como se aprecia en el gráfico 1.

GRÁFICO 1. COMPARACIÓN SEGÚN AÑO DE CREACIÓN DE LAS CAMPAÑAS Y “APP REPERTORIADAS” POR PAÍS

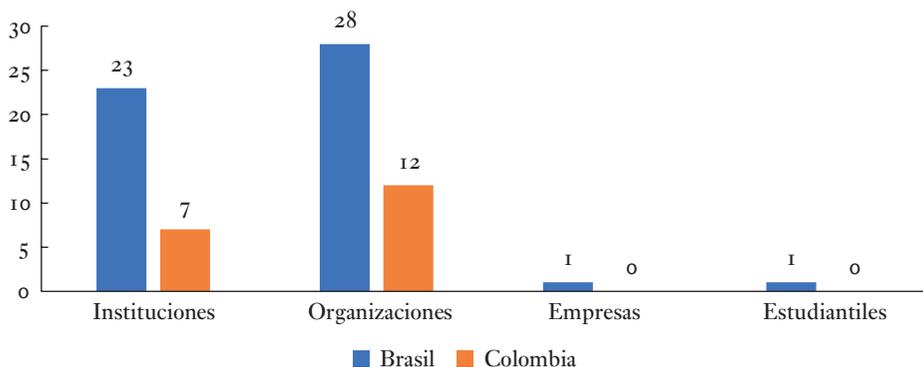


Fuente: elaboración propia.

El gráfico 1 revela dos cambios significativos en Colombia: una disminución drástica entre 2015 y 2016 así como un gran aumento, casi de cuatro veces, de 2018 a 2019. Variaciones que invitan a hacer análisis contextuales mucho más detallados en futuros estudios sobre el tema.

Por otra parte, y volviendo al análisis acerca de quiénes conciben este tipo de iniciativas o herramientas virtuales, nos encontramos con un protagonismo importante del sector activista u organizativo, seguido por las instituciones estatales o internacionales, como un rasgo común a ambos países. Llama la atención la existencia de una iniciativa empresarial y otra estudiantil en Brasil, como excepciones interesantes, tal y como lo ilustra el gráfico 2.

GRÁFICO 2. COMPARATIVO ENTRE BRASIL Y COLOMBIA DEL TIPO DE AUTORES DE LAS CAMPAÑAS Y APP



Fuente: elaboración propia.

Pero tal vez el hallazgo más importante se refiere a los objetivos que persiguen estas iniciativas y, en consecuencia, al tipo de herramientas que les ofrecen a las mujeres o al público en general.

Aunque el planteamiento del objetivo de cada campaña y de cada aplicación es muy específico, es posible agruparlas en seis categorías:

1. Información: aquellas campañas y *app* que se concentran en organizar, sintetizar, recoger, de manera exhaustiva o pedagógica, datos relevantes sobre la problemática de la violencia contra las mujeres. Puede ser el marco legal (nacional y/o internacional); las autoridades competentes para la denuncia, atención, asesoría a las víctimas; las rutas de dicha atención. El nivel de profundidad, la claridad de la información, la pertinencia de esta, difieren de una iniciativa a otra, pero no impiden agruparlas en esta misma categoría.

2. Concientización: dicho en pocas palabras, son aquellas campañas o aplicaciones que informan, pero a propósito de un tipo de violencia contra las mujeres en particular o en un contexto determinado; por ejemplo: sobre la violencia urbana, sobre la violencia perpetrada por una figura pública. La información, en este caso, está al servicio de buscar generar una reflexión o sentimiento, en un contexto delimitado.

3. Apoyo: se trata de las iniciativas que ofrecen algún tipo de acompañamiento a la víctima, ya sea de tipo asociativo, psicológico o jurídico.

4. Denuncia: contempla las iniciativas a las que les interesa denunciar la violencia contra mujeres y también las que reciben denuncias en este sentido.

5. Georreferenciación: contempla solamente *app* que permiten que las mujeres víctimas de violencia o de amenazas reporten el lugar geográfico de la ocurrencia de los hechos o la ubicación de la amenaza.

6. Construcción de redes: agrupa las iniciativas que proponen específicamente esta forma de ciberactivismo.

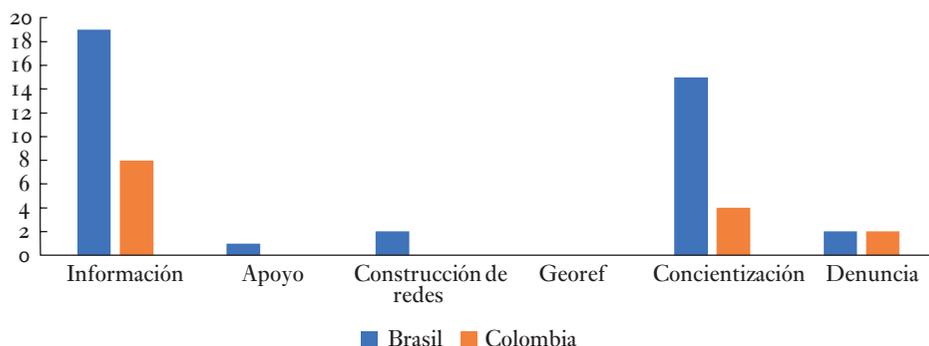
En el gráfico 3 se muestra la distribución por tipo de iniciativa, comenzando por las campañas.

Es evidente que los objetivos más recurrentes en las campañas son los de información y concientización. Ahora bien, llama la atención el bajo número de aquellas que buscan construir redes, a pesar de ser una de las ventajas potenciales de la virtualidad e incluso una de las promesas del ciberactivismo.

Nos parece de alguna forma preocupante que las campañas hagan tan poco énfasis en la denuncia. Esto puede sugerir una desconfianza latente en el sistema judicial, policial y en general estatal, que también habrá de ser una pista de análisis a desarrollar en nuevas investigaciones en la materia.

En todo caso, aquí hay lugar a resaltar el número significativo de campañas colombianas enfocadas en el tema de la denuncia, en comparación con Brasil, considerando la diferencia significativa del universo global de iniciativas en cada país, como bien lo muestra el cuadro 1.

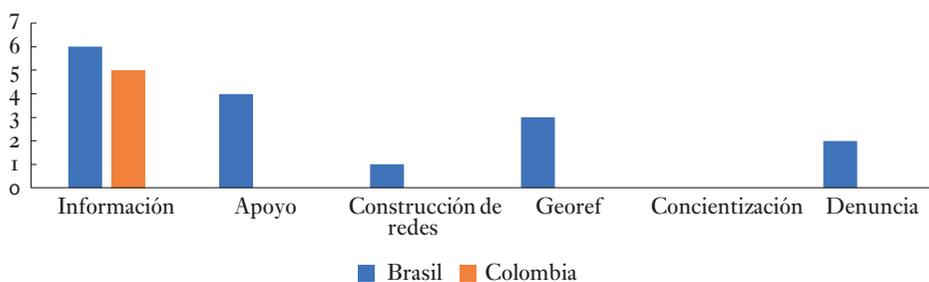
GRÁFICO 3.
TIPO DE OBJETIVO DE LAS CAMPAÑAS. COMPARACIÓN POR PAÍS



Fuente: elaboración propia.

El gráfico 4 presenta la distribución del tipo de objetivos en las aplicaciones de ambos países.

GRÁFICO 4.
TIPO DE OBJETIVO DE LAS APLICACIONES. COMPARACIÓN POR PAÍS



Fuente: elaboración propia.

En contraste con lo encontrado en las campañas, el énfasis en la información sorprende aquí. Las *app* parecen ser una extensión del mismo tipo de contenido vehiculado y privilegiado en las campañas, que —de hecho— son también consultables desde un teléfono celular. En este sentido, hay que señalar que

todas las *app* colombianas se limitan a ofrecer información. En Brasil, por su parte, solamente el objetivo de concientización no figura dentro de lo que pretenden las aplicaciones encontradas.

Ahora bien, el alto número de aplicaciones brasileras interesadas en apoyar a las víctimas, así como en ofrecer la herramienta de la georreferenciación, seguidas por la recepción de denuncias, muestra un uso más apropiado de las *app*, que diversifique las ofertas del universo virtual y que personalice el intercambio, gracias —en principio— a la individualidad del teléfono móvil, aunque con las limitaciones propias de la brecha y de la violencia de género por medio de o a propósito de la tecnología.

Este primer panorama general de las iniciativas encontradas en Brasil y Colombia sugiere un recurso a la internet y específicamente a las aplicaciones, en donde prevalece una apuesta discursiva más que de acción y de acompañamiento a las mujeres; en donde la denuncia canalizada por las vías institucionales no se estimula, pero tampoco se reemplaza por canales virtuales asociativos. Y en donde, paradójicamente, las propuestas de trabajo en red son minoritarias frente a esfuerzos virtualizados de enfoques comunicativos más clásicos, preocupados por la generación de conciencia. La innovación aparece gracias a herramientas tales como la georreferenciación, los botones de pánico e incluso el posicionamiento en la red de aplicaciones religiosas conservadoras, con discursos opuestos al enfoque de derechos de la violencia de género.

Veamos, finalmente, si estas apreciaciones se confirman en el análisis detallado de las campañas y *app* escogidas para un estudio más puntual.

III. ENFOQUE DE LA MIRADA HACIA INICIATIVAS CONCRETAS: EJEMPLOS DE CAMPAÑAS Y APP DE COLOMBIA Y BRASIL

De acuerdo al amplio panorama que se encontró en Colombia y en Brasil de apuestas por campañas de no violencia y aplicaciones que orienten o apoyen la denuncia en situaciones de violencia, se eligieron ocho experiencias para un análisis más detallado. La elección de estas ocho experiencias se hizo con base en los siguientes criterios: cuatro campañas digitales de sensibilización/combate a la violencia de género contra la mujer, dos colombianas y dos brasileras; asimismo, en cada país, una es promovida por algún ente público y otra por una organización de mujeres, feminista y/o de defensa de los derechos humanos. De igual modo, se eligieron cuatro *app* que informan/sensibilizan

sobre la violencia de género contra la mujer. La escogencia de las *app* siguió los mismos criterios empleados para las campañas (de ambos países, de orden institucional y activista, respectivamente).

Una primera apreciación, en la misma línea de lo planteado en el punto anterior, tiene que ver con el notorio avance de las iniciativas después de 2016, tendencia que resulta coherente con el avance en América Latina de lo que se viene considerando como ciberfeminismo.

Ahora bien, el primer acercamiento a cada iniciativa buscó identificar algunos de sus elementos fundamentales, tales como: su contexto de emergencia, el objetivo propuesto y las estrategias utilizadas, información fundamental para, además de caracterizarlas (ver los cuadros 2, 3 y 4), dialogar con las premisas existentes en la literatura sobre el afrontamiento de la violencia de género.

En el cuadro 2 se precisan las iniciativas analizadas y la correspondiente caracterización.

CUADRO 2.
INICIATIVAS DE CAMPAÑAS Y APP DE BRASIL Y COLOMBIA
QUE SE ANALIZARON

| Caracterización | Iniciativas institucionales | Año | País | Origen | Iniciativas organizaciones sociales | País | Año | Origen |
|-----------------|-----------------------------|------|----------|---|-------------------------------------|----------|------|--------------------------------------|
| APP | Sofia | 2017 | Colombia | Secretaría Distrital de la Mujer Bogotá | Ellas | Colombia | 2019 | Red Nacional de Mujeres |
| | SOS Mulher | 2019 | Brasil | Ministerio de la Mujer, de la Familia y de los Derechos Humanos | PenhaS | Brasil | 2019 | Colectivo Az Mina |
| Campañas | Mamá nos necesita | 2019 | Colombia | Fiscalía General de la Nación | Ni com un pétalo de rosa | Colombia | 2017 | Activista Alejandra Borrero |
| | Você tem voz | 2018 | Brasil | Ministerio de la Mujer, de la Familia y de los Derechos Humanos | Aconteceu no carnaval | Brasil | 2017 | Colectivos Meu Recife/ Mete a colher |

Fuente: elaboración propia.

A. CARACTERIZACIÓN: LAS EXPERIENCIAS DE CAMPAÑAS EN MATERIA DE NO VIOLENCIA DE GÉNERO HACIA LAS MUJERES

En los cuadros 3, 4 y 5 se presenta una síntesis de las características identificadas en las campañas analizadas a partir de, como se advirtió, los contextos que las inspiraron, los objetivos que persiguen y, especificando, las estrategias y herramientas que proponen.

CUADRO 3. CONTEXTO DE EMERGENCIA DE LAS CAMPAÑAS

| #voctemvoz | #mamosnecesita | #aconteceunocar- naval | #niconun pétaloderosa |
|---|-----------------------------|------------------------------------|---|
| Día internacional de la no violencia contra las mujeres en Brasil | Día de la Madre en Colombia | Celebración del carnaval brasileño | Día internacional de la no violencia contra las mujeres en Colombia |

Fuente: elaboración propia.

CUADRO 4. OBJETIVOS PLANTEADOS POR LAS CAMPAÑAS

| #voctemvoz | #mamosnecesita | #aconteceunocar- naval | #niconun pétaloderosa |
|--|---|--|---|
| Celebrar el día de la no violencia contra la mujer | Quebrar los crecientes índices de violencia que se presentan en esa celebración | Concientizar sobre la violencia de género y crear canales de comunicación sobre los hechos ocurridos en el contexto de las fiestas de carnaval | Eliminar las violencias de género y promover el empoderamiento femenino |

Fuente: elaboración propia.

CUADRO 5. ESTRATEGIAS Y HERRAMIENTAS UTILIZADAS POR LAS CAMPAÑAS

| #voctemvoz | #mamosnecesita | #aconteceunocar- naval | #niconun pétaloderosa |
|--|---|---|--|
| Lanzamiento en canal de televisión con alta audiencia nacional | Video institucional reproducido en las redes sociales | Página web: aconteceu carnaval meu Recife | Muñecas utilizadas en conversatorios para relatar historias de violencia |
| Difusión de piezas comunicativas en redes sociales | Reproducción del hashtag #mamosnecesita | Recepción de relatos de violencia de género por medio de la página y del hashtag #aconteceunocar- carnaval | Pedaleo por las mujeres |
| Reproducción del hashtag #voctemvoz | — | Difusión de la campaña en redes sociales, canales de televisión y radio | Página de evento en Facebook del Festival ni con un pétalo |

(Continúa)

| #voctemvoz | #mamanosnecesita | #aconteceunocarnaval | #niconun pétaloderosa |
|--|------------------|--|--|
| Difusión en las radios de todo el país de la canción “Coração pede socorro” (Coração pide ayuda) | — | Difusión de piezas comunicativas en las redes sociales y en los muros en las calles donde ocurrían las fiestas | Festival artístico para generar la reflexión sobre el problema |
| — | — | Distribución de pulseras con mensajes de solidaridad | — |
| — | — | En el poscarnaval, acción de cartografía sobre las violencias y donde ocurrieron | — |

Fuente: elaboración propia.

B. SÍNTESIS ANALÍTICA: LAS CAMPAÑAS Y LA VIOLENCIA DE GÉNERO CONTRA LAS MUJERES

El objetivo de “Você tem voz” fue anunciado como “celebrar” el día de la no violencia; es entonces una apuesta bastante controversial porque para ese día se esperan acciones de prevención y respuestas a la violencia de género.

La pieza comunicativa 1 hace alusión a la teoría del ciclo de la violencia (Kleba, 2010), la cual resulta ser un tanto problemática cuando se observan

IMAGEN 1.

PIEZA COMUNICATIVA DE LA CAMPAÑA #VOCETEMVOZ



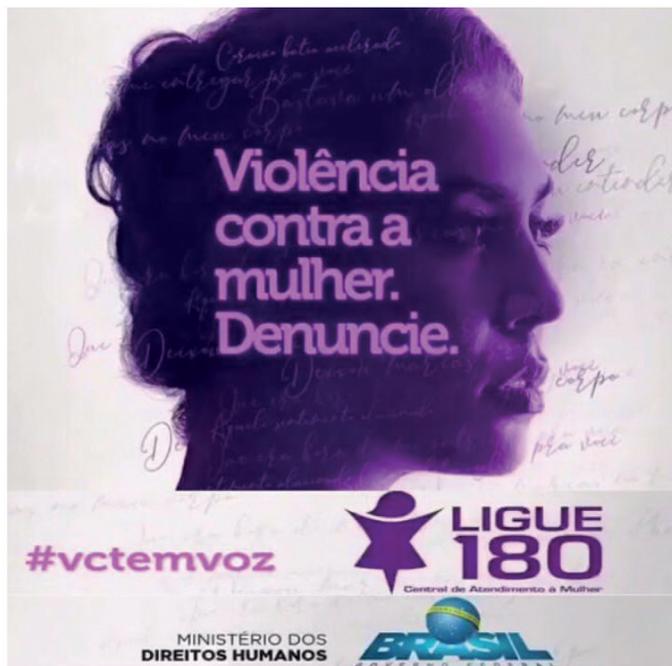
Fuente: <https://www.mdh.gov.br/todas-as-noticias/2018/novembro/ministerio-lanca-campanha-no-dia-internacional-para-a-eliminacao-da-violencia-contra-as-mulheres>.

los casos de feminicidio —la expresión letal de la violencia de género contra las mujeres—, puesto que muestran que no hay linealidad entre las formas de violencia (Solyszko, 2010). Más que enfatizar un supuesto ciclo, lo más importante en las campañas sobre la no violencia es facilitar la identificación de expresiones de violencia, ya que comúnmente son naturalizadas.

La pieza comunicativa 2 hace énfasis en la denuncia, pero de una forma en la que se asimila la decisión de la mujer de pedir ayuda, con la presentación de una denuncia formal, ante el sistema de justicia, con consecuencias incluso penales, todo lo cual implica una serie de complejidades y exige un importante acompañamiento psicosocial y jurídico. Además, históricamente, los estudios muestran que la denuncia no es el objetivo de las mujeres que sufren violencia en el ámbito de la pareja (Gregori, 1993). Asimismo, hay un equívoco en la difusión de la información porque asocian el canal de teléfono 180 a la denuncia formal, cuando muy seguramente lo que ofrece dicho canal de comunicación es suministrar las direcciones y teléfonos de las rutas institucionales más cercanas a las personas que llaman al servicio.

IMAGEN 2.

PIEZA COMUNICATIVA DE LA CAMPAÑA #VOCETEMVOZ



Fuente: <https://portalmegusta.wordpress.com/tag/voce-tem-voz/>

“Mamá nos necesita” es una campaña con un abierto contenido familista, en el sentido ya analizado por varios estudios que demostraron de qué manera dicho enfoque recarga sobre la mujer la responsabilidad del trabajo de cuidado disfrazado de amor (Sunkel, 2006; Mito, 2015). Si bien es fundamental prevenir las violencias que ocurren en los días de celebración como el día de la madre, esto no obsta para señalar que la figura de la madre sea evocada desde una perspectiva hegemónica y estereotipada. Lo cual se evidencia claramente en la afirmación de la nota de prensa de la Fiscalía, institución involucrada en la campaña, según la cual: “quiere invitar a la reflexión, concentrarse exclusivamente en retribuir con cariño a todas aquellas mujeres que en su rol de madres alimentan las bases de la sociedad”. De este modo, el mensaje resulta contradictorio porque podría fundamentar la idea de que las mujeres que no son madres y las que incumplen los roles socialmente esperados no deben recibir “cariño” o no ser expuestas a la violencia.

Otra afirmación de cuño mucho más moral que ciudadano es la que propone “hacer del Día de la Madre una fecha de unidad familiar, en la que la tolerancia, el respeto, el cuidado y el autocontrol sean invitados privilegiados”. La priorización de valores como “tolerancia” y “respeto”, en vez de anunciar una perspectiva de derechos, da un tono moralista a una campaña que debería convocar a la no violencia a todas las mujeres, independiente de si hay tolerancia a la manera de ser o de existir de estas mujeres y, asimismo, el respeto debe ser a los derechos humanos, y no al rol materno.

IMAGEN 3.

PIEZA COMUNICATIVA #MAMANOSNECESITA



Fuente: <https://www.fiscalia.gov.co/colombia/page/343/>

IMAGEN 4.
PIEZA COMUNICATIVA #MAMANOSNECESITA



Fuente: <https://www.fiscalia.gov.co/colombia/page/343/>

La iniciativa de la campaña “Ni con el pétalo de una rosa” comenzó en 2008 y culminó en 2017 con un festival artístico y cultural que reunió un conjunto de artistas en distintas actividades: conversatorios, obras de teatro, danza y *performances* para promover la reflexión sobre las violencias de género. La campaña es amplia en la medida que articula dimensiones culturales para promover el debate sobre el problema. Es muy posible que haya generado gran aceptación porque juega en el lenguaje con el dicho popular “a una mujer no se le pega ni con el pétalo de una rosa”. Ahora, al sentirse reconocidas a partir del estereotipo de la fragilidad, las mujeres pueden eventualmente reconocerse en el discurso que emana de la campaña. Sin embargo, puede ser problemático el reforzar un estereotipo tan fuerte y, en esa misma línea, como en la campaña se evoca también la protección a las madres cuidadoras, y terminar dejando por fuera a las mujeres que no se identifican ni reconocen como frágiles o sensibles y, aún más, a quienes la sociedad no las asocia o ve como frágiles y delicadas.

Sin embargo, no todos los elementos de las campañas generan este tipo de reservas. De hecho, la imagen de la campaña de 2015, que reunió varios artistas, es bastante incluyente y en lo absoluto discriminatoria, al reunir hombres y mujeres, quienes se identificaron como comprometidos con la campaña al colorear sus labios con labial rojo.

Por otra parte, la campaña “Aconteceu no carnaval” se enmarca en una serie de campañas y acciones de carácter nacional en Brasil, que emergen desde los colectivos de mujeres y luego, con acciones institucionales, para visibilizar la violencia de género, especialmente la violencia y el acoso sexual que son fre-

cuentas en las fiestas de carnaval en el país, que duran oficialmente cinco días, pero que, en determinadas regiones, son celebradas por unos dos meses (los llamados pre y poscarnaval). Sin duda, de las campañas revisadas, esta fue una de las más grandes, lo cual llama la atención, dada la dimensión autónoma de la propuesta, que fue promovida y organizada por dos colectivos de mujeres.

IMAGEN 5.

PIEZA COMUNICATIVA CAMPAÑA “NI CON EL PÉTALO DE UNA ROSA”



Fuente: <https://www.elpais.com.co/multimedia/fotos/los-famosos-que-se-unieron-a-la-campana-ni-con-el-petalode-una-rosa.html>

Lo innovador de la campaña fue la creación de la página web articulada con #aconteceunocarnaval, que permitió la recepción de las denuncias de manera anónima. Se destaca la dimensión dada al reconocimiento de que, aunque el carnaval sea un momento de fiestas y ejercicio de la sexualidad, son inaceptables las formas de violencia que allí ocurren, aunque sean naturalizadas por la desnudez de las mujeres, por el consumo de alcohol y otras sustancias, y por el propio contexto de la sensualidad que evocan las danzas de las fiestas.

Las piezas comunicativas llamaban la atención respecto a “mi cuerpo no es la fiesta de nadie”.

IMAGEN 6.

PIEZA COMUNICATIVA DE LA CAMPAÑA “ACONTECEU NO CARNAVAL”



Fuente: <https://independente.com.br/campanha-recebe-por-whatsapp-denuncias-de-assedio-no-carnaval-do-recife-e-de-olinda/aconteceu-no-carnaval/>

Finalmente, lo que se observa es que las campañas movilizan diversas estrategias y herramientas y le apuestan también al alcance en y desde las redes sociales; sin embargo, los estereotipos de género aún se reproducen, incluso en las propuestas más progresistas.

C. APLICACIONES PARA PREVENIR Y AFRONTAR LA VIOLENCIA DE GÉNERO

Las aplicaciones seleccionadas para una caracterización un poco más detallada (ver cuadros 5 y 6) mostraron que (1) todas tienen un carácter informativo, es decir, plantean información diversa sobre la violencia de género contra las mujeres; (2) hay un estímulo a los relatos de las mujeres, aunque no conformen denuncias; (3) las aplicaciones pueden ser meramente informativas o constituir un canal directo de comunicación con la ruta de atención, especialmente la policía, y (4) la oferta de un botón de pánico es una tendencia en las aplicaciones.

IMAGEN 7.
APP CARACTERIZADAS



Elas

PenhaS

sos Mulher Brasil

Sofiapp te da la mano

Fuente: elaboración propia (2020).

CUADRO 6.

OBJETIVOS PLANTEADOS POR LAS APP Y NÚMERO DE INSTALACIONES

| Elas (Col.) | PenhaS (Br.) | sos Mulher (Br.) | Sofiapp (Col.) |
|--|---|---|---|
| Informar sobre las violencias contra las mujeres y la ruta de atención | Apoyo para las mujeres en relaciones de pareja abusivas | Orientar y facilitar el acceso a la ruta de atención en caso de violencia contra la mujer | Fortalecer la estrategia de prevención de la violencia contra las mujeres |
| + 5.000 | + 5.000 | + 500 | + 100 |

Fuente: elaboración propia.

Sin lugar a dudas, concentrar la información sobre qué es la violencia, facilitar formas de identificar la violencia de género que ocurre en el ámbito de las parejas e indicar la ruta de atención es una propuesta que puede aparecer como una primera posibilidad en el campo de la sensibilización y orientación sobre el problema. Aunque, se insiste, en esto las aplicaciones aparecen como una continuación de las campañas.

Los test para la identificación de la violencia aparecen como otra manera didáctica e importante para facilitar la comprensión sobre el tema y contrarrestar su naturalización; asimismo, es innovadora la creación de redes de solidaridad entre las mujeres que pueden conocerse por medio de las *app* que ofrecen esta herramienta. Sin embargo, es crucial saber si las mujeres que vivencian situaciones de violencia tienen acceso a esas aplicaciones. En el caso de las *app* institucionales, se observó un número ínfimo de descargas, lo cual conduce a pensar que son muy poco conocidas por la población.

Por otro lado, es importante diferenciar lo que implica realizar una denuncia oficial ante las autoridades y lo que es relatar la violencia para aportarla

como un testimonio a ser compartido solidariamente con otras personas. En el campo de la formalización de las denuncias, es fundamental un conjunto de orientaciones claves sobre qué implica realmente acceder al sistema de justicia penal de cada país.

CUADRO 7.

ESTRATEGIAS Y HERRAMIENTAS UTILIZADAS POR LAS CAMPAÑAS

| Ellas (Col.) | PenhaS (Br.) | sos Mulher (Br.) | Sofiapp (Col.) |
|---|--|---|--|
| Información sobre los tipos de violencia, con ejemplos para facilitar la identificación | Información sobre los tipos de violencia e información reciente de noticias sobre el tema desde la perspectiva de derechos | Información sobre los derechos de las mujeres | Información sobre los tipos de violencia e información reciente de noticias sobre el tema desde la perspectiva de derechos |
| Direcciones e información sobre la ruta de atención | Direcciones e información sobre la ruta de atención | Compartir relatos con otras mujeres | Direcciones e información sobre la ruta de atención |
| Recomendaciones para la seguridad en caso de identificarse como víctima de violencia | Botón de pánico que acciona una red de contactos definida por la mujer | Botón de pánico que acciona la policía | Botón de pánico que acciona la policía |
| — | Botón de producción de pruebas que permite grabar audios de la situación | Realizar una denuncia formal o anónima a la policía | Botón de pánico que acciona una red de contactos definida por la mujer |
| — | Canal de comunicación para personas que quieran acoger mujeres víctimas de violencia | — | Informaciones con test y tips para identificar la violencia en la relación de pareja |
| — | Canal de comunicación con otras mujeres que quieran conversar sobre sus historias | — | |

Fuente: elaboración propia.

Sin duda, los botones de pánico son la mayor innovación de las *app* para afrontar el problema de la violencia de género contra las mujeres; sin embargo, es importante revisar cómo vienen funcionando, porque pueden generar una expectativa de protección que debe ser proporcionada de manera efectiva, so pena de una rápida pérdida de confianza de las usuarias en este tipo de herramientas.

Emerge como una cuestión fundamental la evaluación de las *app* disponibles, desde la perspectiva institucional y de las organizaciones feministas, para saber, por ejemplo, cómo la vienen gestionando, cómo abordan el tema de la seguridad y, más concretamente: ¿a quiénes llegan los relatos?, ¿cuáles son los canales de comunicación instituidos entre la usuaria y quienes ofrecen la *app*?, ¿cuál es el alcance de la aplicación? De igual manera, y como reflexiones que sugieren nuevas pistas de investigación en la materia, es indispensable evaluar con las usuarias la calidad de la información y del intercambio, así como identificar qué tanto han influido dichas aplicaciones y campañas, en la decisión de las mujeres que han sufrido algún tipo de violencia de género, en acudir ante las autoridades o ante las organizaciones que ofrecen apoyo y acompañamiento.

CONCLUSIONES

Internet, como productora de cultura y artefacto cultural, plantea y seguirá planteando múltiples cuestiones y paradojas a las mujeres y al movimiento feminista. De un lado, es un instrumento al que las mujeres, sobre todo de países latinoamericanos, no tenemos fácil acceso y al que seguimos accediendo para cumplir los roles que nos fueron asignados socialmente, sin reparar en las potencialidades que puede representar en el ejercicio de nuestros derechos, en particular el de vivir una vida libre de violencia. Además, representa un reflejo de la sociedad patriarcal que nos violenta y, como tal, reproduce e incluso propicia los abusos que vivimos día a día.

Por otro lado, también aparece como una oportunidad, en los términos del ciberfeminismo, para la incursión de las mujeres en lo público, dar cabida a las distintas voces, ampliar las estrategias discursivas y el público al que estas llegan, disputar los significados sociales, politizar las discusiones, resistir, crear herramientas que nos permitan a las mujeres reconocernos a nosotras mismas como sujetas de derechos, así como visibilizar y hacer frente a las violencias que seguimos sufriendo.

Dicho esto, es importante resaltar que el panorama general de las iniciativas encontradas en Brasil y Colombia sugiere un recurso a la internet y específicamente a las aplicaciones, en donde prevalece una apuesta discursiva más que de acción y de acompañamiento a las mujeres; en donde la denuncia canalizada por las vías institucionales no se estimula, pero tampoco se reemplaza por canales virtuales asociativos. Y en donde, paradójicamente, las propuestas de

trabajo en red son minoritarias, frente a esfuerzos virtualizados de enfoques comunicativos más clásicos, preocupados por la generación de conciencia. La innovación aparece gracias a herramientas tales como la georreferenciación, los botones de pánico, e incluso el posicionamiento en la red, de aplicaciones religiosas conservadoras, con discursos opuestos al enfoque de derechos de la violencia de género. Retomando el marco teórico recogido, parece confirmarse la lectura propuesta por el tecnofeminismo, en detrimento del optimismo ciberfeminista.

Ahora bien, está claro que una tendencia importante observada en la última década en el contexto latinoamericano fue, de hecho, la utilización de herramientas digitales para el afrontamiento de la violencia de género contra las mujeres. Hemos encontrado un gran número de campañas y el aumento del número de *app*, ambas con diversas estrategias para abordar el problema en cuestión.

Con respecto a las iniciativas institucionales y las iniciativas de las organizaciones sociales, es posible hacer un contraste, puesto que, si bien el punto de encuentro está en la temática y en la búsqueda de una oferta de acciones que movilicen las TIC en beneficio de las mujeres, las iniciativas de las organizaciones sociales —colectivos y movimientos feministas y de mujeres— se mostraron con mucha más calidad técnica y contenidos menos estereotipados y a favor del empoderamiento de las mujeres.

Considerando la pregunta inicial sobre cuáles son las posibilidades y los límites ofrecidos por las campañas sobre la no violencia de género hacia las mujeres y las *app* que abordan el tema, emergen los siguientes elementos claves para tener en cuenta a la hora de concebir campañas futuras:

- Su alcance territorial y etario, para que la incidencia sea amplia;
- La precisión de la información presentada, porque hay divergencias entre lo que implica relatar la violencia vivida y lo implica realizar una denuncia formal ante el aparato estatal de cada país;
- La relación entre la virtualidad y los espacios de encuentro, a escala local, en conversatorios y pequeños espacios, o en marchas y plantones públicos, a fin de que la virtualidad no se transforme en un mundo paralelo y etéreo.

Frente a las aplicaciones, se plantean cuestiones acerca de:

- La presentación de la interfaz, si es amigable y fácil de utilizar;
- La difusión de la herramienta para que la propuesta incida en la realidad social, facilitando la identificación de la violencia vivida y el acceso a las rutas de atención debidas, contemplando las dimensiones de la atención

psicosocial y la asesoría jurídica, más allá de reducir el uso de la herramienta a una denuncia formal;

— Las posibilidades reales de ofrecer protección con el uso del “botón del pánico”;

— La calidad de los contenidos presentados, en especial, los conceptos de la violencia de género y la perspectiva de derechos en cuestión, para hacer comprensible la información presentada; asimismo, las herramientas didácticas consideradas para facilitar la inteligibilidad de los derechos.

— De allí mismo surge la preocupación sobre en qué medida el lenguaje empleado es accesible y pensado para todos los públicos o si las *app* están pensadas especialmente para las mujeres más jóvenes.

Finalmente, tal parece que las campañas digitales y las *app* están inmersas en el escenario paradójico de la relación existente entre las TIC y las mujeres: de un lado, hay brechas de género desde la formulación de la tecnología hasta su manera de utilizarla, hay desigualdades y reproducción de estereotipos y violencias en el mundo virtual; de otro lado, hay posibilidad de visibilización, capacidad de movilización y promoción de vínculos de sororidad. Asimismo, la paradoja también se plantea mediante la actual coyuntura de América Latina, en donde asistimos a un fuerte retroceso o, al menos, amenaza al campo de los derechos humanos y al acceso universal a las políticas sociales. Considerar que las tecnologías producen avances y, quizás, más acceso a las rutas de atención y a la garantía de derechos a una vida libre de violencia, en tiempos de profunda precariedad en los servicios de atención y garantía de derechos, se confirma entonces como un reto y, a la vez, como una posibilidad. Ojalá y veamos nuevas iniciativas virtuales que redunden en menos mujeres víctimas de violencia y más conectadas entre sí.

REFERENCIAS

- AGATÓN SANTANDER, I. (2013). *Justicia de género. Un asunto necesario*. Bogotá: Temis.
- ALVIAR, H., y JARAMILLO, I. C. (2012). *Feminismo y crítica jurídica. El análisis distributivo como alternativa crítica al legalismo liberal*. Bogotá: Siglo del Hombre y Universidad de los Andes.
- AMOROSO FERNÁNDEZ, Y. (2014). Género y TIC: variables interoperables para el Gobierno de la Información. *Revista CubaLex*, 2-11.

- ARANZALES DELGADO, Y., CASTAÑO CASTRILLÓN, J., FIGUEROA SALCEDO, R., JARAMILLO RUIZ, S., LANDÁZURI QUINONES, J., MURIEL FORERO, V.,... VALENCIA CORTÉS, K. (2013) Frecuencia de acoso y ciber-acoso, y sus formas de presentación en estudiantes de secundaria de colegios públicos de la ciudad de Manizales. *Archivos de Medicina*, 14, 65-82. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/2738/273832164007.pdf>
- AUAD, D. (2006). Educar meninas e meninos: relações de gênero na escola. *Educar Em Revista*, (2008), 281-284.
- BANCO MUNDIAL. (2019). Índice de Gini. Recuperado de <https://datos.bancomundial.org/indicador/SI.POV.GINI%E>.
- BERNARDES, M. (2014). Uma reflexão inicial sobre feminismo na internet: gênero e corpo. *Memorias 4 Congreso Internacional En Comunicación y Consumo. 8 a 10 de Octubre.*, 1-15. Recuperado de <http://docplayer.com.br/68445985-Uma-reflexao-inicial-sobre-feminismo-na-internet-genero-e-corpo-1-palavras-chave-feminismo-internet-genero-mulheres-corpo.html>
- BERRÍO ZAPATA, C., MARÍN ARRAÍZA, P., FERREIRA DA SILVA, E., y DAS CHAGAS SOARES, E. (2017). Desafíos de la inclusión digital: antecedentes, problemáticas y medición de la brecha digital de género. *Psicología, Conocimiento y Sociedad*, 162-198. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=4758/475855161008>
- BOIX, M. y DE MIGUEL, A. (2002). Los géneros en la red: los ciberfeminismos. En *The role of humanity in the information age. A Latin Perspective*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- BRAZÃO, A. y OLIVEIRA, G. C. (2010). *Violência contra as mulheres - Uma história contada em décadas de lutas* (Coleção Ci). Brasília: CFEMEA.
- CÁTEDRA UNESCO DE DERECHOS HUMANOS DE LA UNAM. (n. d.). *Glosario de términos sobre género y Derechos Humanos* (p. 32). Recuperado de https://catedraunescohdh.unam.mx/catedra/SeminarioCETis/Documentos/Doc_basicos/5_biblioteca_virtual/2_genero/13.pdf
- CARO, L. (2015). Construir y comunicar un nosotras feminista desde los medios sociales: una reflexión acerca del feminismo de hashtag. *Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 4, 124-154. Recuperado de <https://revistas.uca.es/index.php/cayp/article/view/3098/2879>
- CHESNAIS, F. (2008). Mundialización: el capital financiero en el comando. En *Coyuntura actual latinoamericana y mundial: tendencias y movimientos*. São Paulo: Editorial Cortez.
- COELHO, P., y COSTA, M. (2013). O ativismo digital: reflexoes e apontamentos semióticos. *Revista Digital de Tecnologias Cognitivas Teccogs*, 8-21. Recuperado de <http://www4.pucsp>

br/pos/tidd/teccogs/artigos/2013/edicao_8/1-ativismo_digital_reflexoes_apontamentos-semioticos-patricia_margarida_farias_coelho-marcos_rogerio_martins_costa.pdf

Colombia tiene 26 millones de personas en Facebook. *La República*. (2016). Recuperado de <https://www.larepublica.co/internet-economy/colombia-tiene-26-millones-de-perfiles-en-facebook-2443111>

COMITÉ DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE PARA LA DEFENSA DE LOS DERECHOS DE LAS MUJERES. (2015). *Reflexiones feministas. Nuevos paradigmas de justicia sobre violencia contra las mujeres en América Latina y el Caribe*. Recuperado de https://www.mapadaviolencia.org.br/pdf2012/MapaViolencia2012_atual_mulheres.pdf

COMITÉ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. (2019). TIC - Domicílios -2018. Recuperado de <https://www.cetic.br/tics/domicilios/2018/individuos/>

COSTA, M. (2016). *Feminismos jurídicos*. Buenos Aires: Didot.

CURIEL PICHARDO, O. (2014). Hacia la construcción de un feminismo descolonizado. En Y. Espinosa Miñoso, D. Gómez Correal y K. Ochoa Muñoz (eds.), *Tejiendo de otro modo: feminismo, epistemología y apuestas descoloniales en Abya Yala*, 9, 8. <https://doi.org/10.21057/repam.v9i2.16881>

DE PIERO, J. L., y NARVAJA, M. E. (2018). Representaciones de género en comentarios digitales en dos Fan Page de Facebook. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 16, 759-775. Recuperado de <http://revistaumanizales.cinde.org.co/rlicsnj/index.php/Revista-Latinoamericana/article/view/3321/950>

Duran, F y Ferrerira, D. (2017) Abuso digital nos relacionamentos afetivosexuais: uma análise bibliográfica. *Cadernos em Saúde Pública*, 33, 1 - 19. Recuperado de: <https://www.scielosp.org/pdf/csp/2017.v33n7/e00138516/pt>

Fernández, P y Estaban, R. (Sin fecha) #Violencia de género en redes sociales. aproximación al fenómeno desde el discurso de la población joven castellano-manchega. Recuperado de: https://institutomujer.castillalamancha.es/sites/institutomujer.castillalamancha.es/files/documentos/paginas/archivos/violencias_de_genero_en_redes_sociales_aproximacion_al_discurso_de_la_poblacion_joven_castellano-manchega.pdf

FÓRUM BRASILEIRO DE SEGURANÇA PÚBLICA. (2017). *Visível e invisível: a vitimização de mulheres no Brasil*. Recuperado de <http://www.forumseguranca.org.br/wp-content/uploads/2017/03/relatorio-pesquisa-vs4.pdf>

FREIRE, F. (2016). Campanhas feministas na internet: Sobre protagonismo, memes e o poder das redes sociais. *Revista Debate*, 8, 26-32. Recuperado de <http://opiniaopublica.ufmg.br/site/files/artigo/03-Fernanda-Freire.pdf>

- FUNDACIÓN KARISMA. (2015). *Derechos de la mujer en línea. Una iniciativa de investigación y promoción de políticas para el empoderamiento de la mujer a través de la web. Informe del país: Colombia*. Recuperado de <https://stats.karisma.org.co/wp-content/uploads/2015/12/DERECHOS-DE-LA-MUJER-EN-LINEA-COLOMBIA.pdf>
- GALLOWAY, A. (1997). Un informe sobre ciberfeminismo. Sadie Plant y VNS Matrix: análisis comparativo. *Switch*. Recuperado de <http://www.mujiresenred.net/spip.php?article1531>
- GIRALDO-LUQUE, S., FERNÁNDEZ-GARCÍA, N. y PÉREZ-ARCE, J. C. (2018). La centralidad temática de la movilización #NIUNAMENOS en Twitter. *El Profesional de La Información*, 27, 96-105. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/323147039_La_centralidad_tematica_de_la_movilizacion_NiUnaMenos_en_Twitter
- GREGORI, M. F. (1993). *Cenas e queixas: um estudo sobre mulheres, relações violentas e a prática feminista*. São Paulo: Editorial Paz e Terra.
- GRESPAN, C. (2016). As hashtags e a sociabilidade: potencialidades e possibilidades da ciberdemocracia. *Reunião Científica Regional Da Associação Nacional de Pós Graduação e Pesquisa Em Educação. Curitiba- Paraná. 26 a 27 de Junho*, 1-12. Recuperado de http://www.anpedsul2016.ufpr.br/portal/wp-content/uploads/2015/11/eixo11_CARLA-LISBÔA-GRESPAN.pdf
- HARAWAY, D. (2007). Manifiesto cyborg. *Routledge*, 1-59. Recuperado de <http://manifestocyborg.blogspot.com/>
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. (2016). Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal. En *Brasília, DF*. Recuperado de https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/media/com_mediaibge/arquivos/c62c9d51093e4b8e9d0810a6d3bafff.pdf%0Ahttps://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/20073-pnad-continuat-2016-04-2-das-pessoas-que-ut
- INSTITUTO DE LA MUJER. (2011). *Prácticas del ciberfeminismo. Uso y creaciones de identidades en la red como nuevo espacio de relación*. Recuperado de <http://www.inmujer.gob.es/areasTematicas/estudios/serieEstudios/docs/practicaciberfeminismo.pdf>
- INSTITUTO NACIONAL DE MEDICINA LEGAL Y CIENCIAS FORENSES. (2018). Datos para la vida. *Revista Forensis*, 69-99. Recuperado de <http://www.medicinalegal.gov.co/documents/20143/386932/Forensis+2018.pdf/be4816a4-3da3-1ff0-2779-e7b5e3962d60>
- INTERLAB PESQUISA EM DIREITO E TECNOLOGIA & RIGHTS (2017). *Violências contra mulher na internet: diagnóstico, soluções e desafios. Contribuição conjunta do Brasil para a relatora especial da ONU sobre violência contra a mulher*. São Paulo.

- JARAMILLO, I. C. (2000). La crítica feminista al derecho, estudio preliminar. En *Género y teoría del derecho* (pp. 27-66). Bogotá: Ediciones Uniandes, Instituto Pensar.
- KLEBA, T. L. (2010). Los espirales de la violencia en contra de las mujeres: formas de resistencia y estrategias de las mujeres para salir de la violencia. *Revista de Trabajo Social*, (11), 81-97. Universidad Nacional de Colombia.
- LAMAS, M. (2013). Introducción. En *El género. La construcción cultural de la diferencia sexual* (pp. 9-20). Recuperado de [https://www.legisver.gob.mx/equidadNotas/publicacion-LXIII/El genero. La construccion cultural de la diferencia sexual.pdf](https://www.legisver.gob.mx/equidadNotas/publicacion-LXIII/El%20genero.%20La%20construccion%20cultural%20de%20la%20diferencia%20sexual.pdf)
- LAUDANA, C. (2017). Movilizaciones #NiUnaMenos y #VivasNosQueremos en Argentina. Entre el activismo digital y #ElFeminismoLoHizo. *Seminário Internacional Fazendo Género 11 & 13th Women's Worlds Congress (Anais Eletrônicos)*, Florianópolis, 1-12. Recuperado de http://www.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1503871106_ARQUIVO_Laudano_Texto_completo_MM_FG.pdf
- LEÓN LARIOS, F., MACÍAS SEDA, J., ÁRBOL GUERRERO, L., BERSABÉ HIDALGO, E., DOMÍNGUEZ TRUJILLO, M., FERNÁNDEZ MORODO, Y., y GÓMEZ MEGÍAS, I. (2016). Perspectiva de género en las aplicaciones móviles para gestionar la salud reproductiva. En *Mujeres e investigación. Aportaciones interdisciplinarias*. Siemus (Seminario Interdisciplinar de Estudios de las Mujeres de la Universidad de Sevilla). VI Congreso Universitario Internacional Investigación y Género. Sevilla, 377-384. Recuperado de [https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/51974/Pages from Investigacion_Genero_16-11.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/51974/Pages%20from%20Investigacion_Genero_16-11.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- LÓPEZ CASTAÑEDA, M. (n. d.). *Qué son las apps y tipos de apps*. Recuperado de <http://univirtual.utp.edu.co/pandora/recursos/2000/2591/2591.pdf>
- LUGONES, M. (2008). Colonialidad y género. *Tábula Rasa*, 73-101. Recuperado de <https://www.revistatabularasa.org/numero-9/05lugones.pdf>
- MACÍAS GONZÁLEZ, G., y TORRES ISLAS, C. (2018). Las mujeres y la sociedad del conocimiento: uso y aplicabilidad de las TIC por las investigadoras. *Revista de Estudios de Género, La Ventana*, 6, 208-235. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/326160823_Las_mujeres_y_la_sociedad_del_conocimiento_uso_y_aplicabilidad_de_las_TIC_por_las_investigadoras/link/5b3bd6b2aca27207850a67c1/download
- MAFFIA, D. (2007). Epistemología feminista: la subversión semiótica de las mujeres en la ciencia. *Revista Venezolana de Estudios de la Mujer*, 12(28), 63-98.
- MARCONI, M., y LAKATOS, E. (2003). *Fundamentos de metodología científica*. Editora Atlas. Recuperado de <https://doi.org/10.1590/S1517-97022003000100005>
- MARÍN GALLEGU, J. D. (2012). *La investigación en educación y pedagogía: sus fundamentos epistemológicos y metodológicos*. Bogotá: Universidad Santo Tomás.

- MERRY, S. E. y Universidad de los Andes. (2010). *Derechos humanos y violencia de género: el derecho internacional en el mundo de la justicia local*. Bogotá: Siglo del Hombre.
- MINISTERIO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES. (2018). *Encuesta de acceso, uso y apropiación de las TIC por parte de las mujeres en Colombia*.
- MINISTERIO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES. (2018). *Boletín trimestral de las TIC*.
- MIOTO, R. (2015, octubre-diciembre). Política social e trabalho familiar: questões emergentes no debate contemporâneo. *Revista Serviço Social y Sociedade*, 124, 699-720. São Paulo.
- MOMBACH, J. G., NÓBREGA MARTINS, A. B., LEAL LOPES DE SOUSA, J. K., y DE LIMA BONFIM, C. J. (2018). Práticas de Criação de Aplicativos Móveis como Estratégia para o Empoderamento Feminino. *VII Congresso Brasileiro de Informática Na Educação. Fortaleza*, 1-10. Recuperado de <https://www.br-ie.org/pub/index.php/wie/article/view/7938/5637>
- NÚÑEZ PUENTE, S. (2011). Activismo y colectivos en red: praxis feminista “online” y violencia de género. *Asparkia: Investigación Feminista*, 85-98. Recuperado de <http://www.e-revistas.uji.es/index.php/asparkia/article/view/600/511>
- NÚÑEZ PUENTE, S., FERNÁNDEZ ROMERO, D., y Peña Jiménez, P. (2016). Ciberactivismo contra la violencia de género: fetichismo tecnológico e interactividad. *Feminismo/S*, 27, 177-195. Recuperado de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/61269/1/Feminismos_27_10.pdf
- NÚÑEZ PUENTE, S., VÁSQUEZ CUPEIRO, S., y FERNÁNDEZ ROMERO, D. (2015). El impacto de internet en la lucha contra la violencia de género. *Revista Europea de Derechos Fundamentales*, 65-77. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5474155>
- OCAMPO, I. (2003). Comunicación feminista estratégica. *Mujeres en Red: el periódico feminista*. Recuperado de <http://www.mujeresenred.net/spip.php?article1128>
- ONU MUJERES. (2018). Hechos y cifras: acabar con la violencia contra las mujeres y niñas. Recuperado de <https://www.unwomen.org/es/what-we-do/ending-violence-against-women/facts-and-figures>
- ORGANIZACIÓN PANAMERICANA DE LA SALUD. (2003). *Informe mundial sobre la violencia y la salud*. Recuperado de <https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/725/9275315884pdf?sequence=1>
- ORTIZ VALENCIA, N. A. (2014). *Ciberfeminismo en Colombia: ¿en la desconexión o el enredamiento?*. Recuperado de <http://bdigital.unal.edu.co/44816/1/52736250.2014.pdf>

- PEÑA OCHOA (2017). Reporte de la situación de América Latina sobre la violencia de género ejercida por medios electrónicos. Recuperado de <https://www.codingrights.org/wp-content/uploads/2017/11/Latin-American-Report-on-Online-Gender-Violence-final.pdf>
- REIS, J. S. (2017). Feminismo por hashtag. As potencialidades e riscos tecidos pela rede. *Seminário Internacional Fazendo Gênero 11 & 13th Women's Worlds Congress (Anais Eletrônicos)*, 11, 1-13. Recuperado de http://www.en.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1503731675_ARQUIVO_josemirareis_fazendogenerov2.pdf
- ROMERO SÁNCHEZ, A. (2014). La utopía postfeminista: del ciberfeminismo al tecnofeminismo. *Cuadernos del Ateneo*, 156-169. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5241123.pdf>
- SABATER FERNÁNDEZ, C., y FERNÁNDEZ ALCALDE, J. B. (2015). No, sin mi móvil. Diferencias de género y uso de las nuevas tecnologías. *Icono 14*, 208-246. Recuperado de <https://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/download/722/514/>
- SERRA ALBA, N. (2018). *Aplicación de la tecnología móvil como soporte en casos de violencia de género*. GEA : la app orientativa para víctimas en un ciclo de maltrato. Recuperado de https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2018/196127/TFG_Serra_Nicolas_Alba.pdf
- SOLYSZKO, I. G. (2010). Femicidio: a (mal) anunciada morte de mulheres. *Revista de Políticas Públicas*, 14 (1), 17-27. Universidade Federal do Maranhão. São Luís, Maranhão, Brasil.
- SOUZA MINAYO, M. C., FERREIRA DESLANDES, S., CRUZ NETO, O., y GOMES, R. (2003). *Investigación social. Teoría, método y creatividad*. Buenos Aires: Lugar Editorial.
- SUNKEL, G. (2006). El familismo latino-americano. En: *El papel de la familia en la protección social en América Latina*. Chile: Cepal.
- TEJADA, D. M. G., HERNÁNDEZ, E. B. R., LÓPEZ, T. M. T., y MARTÍNEZ, S. L. M. (2018). Te quiero... para una vez. Representaciones sociales del “sexo sin compromiso” en jóvenes mexicanos. *Sexualidad, Salud y Sociedad*, 28, 118-135. Recuperado de <https://doi.org/10.1590/1984-6487.sess.2018.28.07.a>
- TOMAZETTI, T. P., y BRIGNOL, L. D. (2015). O feminismo contemporâneo: a (re) configuração de um terreno comunicativo para as políticas de gênero na era digital. *Alcar 2015: 10º Encontro Nacional de História de Mídia*. Porto Alegre, 5 de junio, 1-15. Recuperado de http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/100-encontro-2015/historia-da-midia-digital/o-feminismo-contemporaneo-a-re-configuracao-de-um-terreno-comunicativo-para-as-politicas-de-genero-na-era-digital/at_download/file
- VÁSQUEZ, A., SÁNCHEZ, L. y BOLÍVAR, W. (2018). Los espacios digitales en permanente definición y construcción. Un análisis desde los elementos formativos. *Pedagogía y Sa-*

beres, 48, 71-82. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/pys/n48/0121-2494-pys-48-00071.pdf>

WAISELFISZ, J. J. (2012). *Mapa da Violencia 2012: Homicidio de Mulheres no Brasil*. Recuperado de https://www.mapadaviolencia.org.br/pdf2012/MapaViolencia2012_atual_mulheres.pdf

WAJCMAN, J. (2006). *El tecnofeminismo*. Cátedra.

YUDES-GÓMEZ, C., BARIDON-CHAUVIE, D. y GONZÁLEZ-CABRERA, J. (2018). Ciberacoso y uso problemático de Internet en Colombia, Uruguay y España: un estudio transcultural. *Comunicar*, 1-12. Recuperado de: https://reunir.unir.net/bitstream/handle/123456789/6567/articulo_comunicar-español.pdf?sequence=1&isAllowed=y

PÁGINAS WEB

Campaña “Você tem voz”

<http://mdbmulher.org.br/tag/voce-tem-voz/>

<https://www.mdh.gov.br/todas-as-noticias/2018/novembro/ministerio-lanca-campanha-no-dia-internacional-para-a-eliminacao-da-violencia-contra-as-mulheres>

<https://portalmegusta.wordpress.com/tag/coracao-pede-socorro/>

Campaña “Aconteceu no carnaval”

<https://www.aconteceunocarnaval.meurecife.org.br/>

Campaña “Mamá nos necesita”

<https://www.fiscalia.gov.co/colombia/noticias/dia-de-la-madre-una-oportunidad-para-disfrutar-en-paz-y-alegria/>

<https://www.youtube.com/watch?v=rAhrdCXjM&list=UUh2Fz2CvogRUdaqtLMLDefQ&index=49>

<http://zonacero.com/videos/mama-nos-necesita-campana-para-celebrar-el-dia-de-la-madre-en-paz-127220>

Campaña “Ni con el pétalo de una rosa”

<https://www.eltiempo.com/cultura/arte-y-teatro/alejandra-borrero-habla-del-festival-ni-con-el-petalo-de-una-rosa-2017-152918>

<https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Paginas/Inicia-el-IV-Festival-Ni-con-el-P%C3%A9talo-de-una-Rosa.aspx>

La tercera edición de la colección “Así habla el Externado” examina el impacto que las tecnologías disruptivas y la transformación digital están teniendo sobre el conjunto de la sociedad, bajo una lente humanista e interdisciplinar, propia de nuestra institución. La Cuarta Revolución Industrial (4RI), que ha permeado todos los campos de la actividad humana y la sociedad, ofrece la inmensa oportunidad de reducir las brechas de conocimiento e ingreso económico y generar progreso social y democrático, pero puede también tener el efecto contrario. El lector y la lectora encontrarán en estos cuatro tomos reflexiones valiosas, en sus 74 escritos, para comprender en todo su alcance estas innovaciones y poder contribuir así a la construcción de realidades cada vez más incluyentes y participativas.

* * * * *

Los avances tecnocientíficos de los últimos años han desencadenado una serie de fenómenos que constituyen lo que muchos han identificado y denominado como la “Cuarta Revolución Industrial” (4RI). Pese a la importancia de estos fenómenos y de sus efectos en las múltiples dimensiones de la sociedad, el debate sobre los mismos se ha concentrado principalmente en torno a la esfera económica, discutiendo temas de productividad y competitividad. En ese marco, este tomo ofrece una lectura alternativa y complementaria de la incidencia de los cambios tecnocientíficos que pueden ubicarse bajo la sombrilla de la 4RI. Con este propósito el presente volumen aborda, mediante un conjunto de diecinueve trabajos organizados en seis secciones, temas como la participación política, la infancia, la educación, la biotecnología, las migraciones o el género, entre otros. Los estudios que acá se presentan ofrecen profundas reflexiones en las materias que cada uno trata, y señalan la necesidad de seguir avanzando en la comprensión de la 4RI.

