

Apropiación tecnológica y cuerpos femeninos: el camino del código abierto

Mtra. Martha Irene Soria Guzmán*

Resumen: En muchos casos, la apropiación tecnológica se ha asociado al manejo de herramientas o dispositivos que a su vez han sido mediados por corporativos que los usan como mecanismos de control. De igual forma, el sistema heteropatriarcal ha normalizado la dominación del cuerpo femenino a través de ideas sesgadas de lo que significa “ser mujer”.

En ambos casos, los posibles vehículos para la emancipación podrían ser: el conocimiento, la confianza y la capacidad de decisión sobre nuestra tecnología y nuestros cuerpos.

En este sentido, la apropiación tecnológica va mas allá del manejo de una herramienta, ya que es preciso saber cómo fue hecha, conocerla, intervenirla o crear una propia, lo cual, solo será posible con Software Libre, cuya filosofía de código abierto, compartición y colaboración en beneficio de la comunidad, coinciden la filosofía *hacker* y algunos feminismos.

Abstract: *In many cases, technological appropriation has been associated to the management of tools or devices that in turn have been mediated by corporations that use them as control mechanisms. Similarly, the heteropatriarcal system has normalized the domination of the female body through biased ideas of what it means “be a woman”.*

In both cases, the possible vehicles for emancipation will be: knowledge, trust and the ability to decide on our technology and our bodies.

In this sense, the technological appropriation goes beyond the management of a tool, since it is necessary to know how it was done and create it of its own, which will only be possible with Free Software, whose philosophy of open source, sharing and collaboration for the benefit of the community, is similar to the hacker philosophy and some feminisms.

Palabras clave: software libre, *open source*, código abierto, feminismo, mujeres, cuerpo, *hacker*

* Mtra. Martha Irene Soria Guzmán. Doctoranda en Estudios Transdisciplinarios de Comunicación y Cultura. Profesora-investigadora del Colegio de Comunicación de la Universidad del Claustro de Sor Juana. isoriag@elclauastro.edu.mx

Introducción

Los equipos de cómputo se han convertido en herramientas tecnológicas presentes en algunos aspectos de la vida cotidiana urbana. El uso de computadoras de escritorio o equipos móviles y portátiles en la escuela, el hogar y la oficina, se ha vuelto más común, natural e indispensable, siendo este hecho para algunos, una muestra de la innovación y progreso de nuestra era, así como la oportunidad de adquirir nuevas habilidades. (Villanueva, 2010: 127)

En este sentido, se confunde el término **apropiación tecnológica** con el uso instrumental de *gadgets* o dispositivos móviles tales como *smartphones*, *tablets* o *laptops*, ya que el acercamiento y conocimiento de la tecnología se ha reducido al uso de aplicaciones que agilizan alguna actividad de las personas que lo usan o que simplemente, las entretienen. Sin embargo, sabemos que las empresas fabricantes de estos *gadgets*, dispositivos, *software* y aplicaciones, son mediadores de la interacción con los usuarios y que sus intenciones no siempre son claras, incluso, se han probado que algunas de estas prácticas de mediación, son invasivas para la privacidad de miles de consumidores finales.

De manera paralela, la significación del cuerpo femenino ha sido transmitido por varios años a través de múltiples mediaciones, entre las que se encuentran los medios masivos de comunicación, la literatura, el cine y el arte. Éstos nos han ofrecido por años una idea sesgada de lo que significa “ser mujer” y han marcado 'pautas' de comportamiento y 'deber ser' hacia el género femenino.

Al respecto de estos dos tipos de control, se plantea una coyuntura entre la mediatización de la tecnología y la mediación en la representación del cuerpo femenino. Se propone a su vez, acercarse a la filosofía del software libre, en la que se conoce, estudia, mejora y modifica el código a partir de un trabajo en comunidad; en contraposición a la filosofía 'privativa' o de código cerrado que impera en la industria, donde sólo un pequeño grupo de personas puede acceder a él.

Con esta propuesta, se busca establecer un planteamiento donde el conocimiento, la confianza y la capacidad de decisión sobre nuestras herramientas digitales y sobre nuestros propios cuerpos, nos acerque a una verdadera apropiación, tanto tecnológica como del ser femenino.

Control mediático: el uso de la herramienta tecnológica

Año con año, se ha incrementado el uso de dispositivos móviles en el mundo. En el caso de México y particularmente en su sector educativo, es interesante observar que para el ciclo escolar 2014-2015, la Secretaría de Educación Pública entregó 709,824 tabletas electrónicas a 664,201 alumnos y alumnas de quinto grado de educación primaria y a 45,623 profesores y profesoras de escuelas de varios Estados de la República Mexicana (Milenio) gracias al Programa de Inclusión y Alfabetización Digital; bajo la

premisa de que usar las tecnologías de la información y comunicación es beneficioso para el aprendizaje. Del 2012 al 2015, se han invertido 3,763,869,669 pesos para adquirir 240,000 laptops y 1,669,864 tabletas para niños de escuelas públicas. (Ascención, 2016)

El impacto social de esto es evidente. Basta con mirar a nuestro alrededor y observar cómo muchos niños y niñas están a expensas del celular o *tablet*, disminuyendo incluso, el contacto con otras personas de su edad o con su entorno, enfocados exclusivamente en el dispositivo que “lo entretiene” y mantiene ocupado.

Tampoco es un secreto para nadie el valor “agregado” que ofrecen estos productos tecnológicos, pues muchos de ellos son símbolos sociales de estatus y poder. Para algunos jóvenes es más importante la posesión de un aparato de telefonía celular que el uso que se le otorga; de igual forma, “para los hombres el mostrar el celular puede llegar a ser un símbolo de estatus y virilidad, o en el caso de las mujeres, un 'no estoy sola, estoy con mi celular'” (Castañeda, 2010: 62).

Estos *gadgets* y/o aparatos tecnológicos se convierten en objetos de consumo de los cuales desaparece su función objetiva 'util', transformándolos en un signo con una inutilidad funcional (Baudillard, 2009:130). Estos signos, dentro de la sociedad de consumo “jerarquizan a los grupos sociales manteniendo su estructura de desigualdad y dominio” (Braudillard 2009:XXXVIII).

Es decir, que en la sociedad de consumo estos aparatos además de vender “estatus”, favorecen la desigualdad y diferencia de clases entre quienes buscan su identidad en estos signos provenientes de la industria. El usuario ya no es dueño del producto sino que el producto se adueña de la voluntad del usuario. El objeto se vuelve un amuleto de culto, mágico e inalcanzable, mientras que las personas que lo usan son consumidores cautivos a expensas de las nuevas versiones de los aparatos, los servicios técnicos de las empresas fabricantes o la durabilidad de los mismos.

Una de las marcas icónicas en la producción de tecnología y que desde sus orígenes estuvo orientada a mostrar una imagen de innovación e exclusividad, fue Apple®. Una de las consignas de esta marca no es solo vender equipos de cómputo, sino vender la idea de sofisticación al poseer una Mac®. Hoy en día, esta estrategia sigue siendo la bandera de Apple®, ya que como lo menciona la columnista del blog del periódico El País: “...es surrealista hacer un seguimiento en vivo del lanzamiento de un producto de una empresa privada cuando no se hace con ninguna otra.”(Rodríguez, 2011)

Según uno de los vendedores ejecutivos de la marca, Apple® no vende “productos” sino un estilo de vida: “(...)...te está invitando a experimentar el estilo de vida Apple® y ser parte de la comunidad iPod®” ...”Los auriculares del iPod®, por ejemplo, son un puro truco de marketing diseñados para que

la única parte visible del producto sea un símbolo de estatus: usar blanco”(marketingapple.com). En este sentido, Apple® ha sido una de las marcas tecnológicas que más ha representado la idea de estatus en este sector y que incluso marca al consumidor como miembro de un grupo selecto.

Sin embargo, Apple® y otras tantas corporativas no sólo fabrican y distribuyen estos aparatos tecnológicos en cuanto a sus componentes físicos o “*hardware*”, sino que también producen el *software* que los hace funcionar, lo que añade otro mecanismo poco conocido que ha sido usado también para el control.

En este sentido, Richard Stallman, padre del 'software libre', dice que el *software* es un conjunto de recetas minuciosamente detalladas para la solución de un determinado problema, que puede ir desde hacer una suma hasta escribir una carta, crear un vector o editar un video. Dichas recetas están escritas de una manera muy parecida a como la música se escribe usando notaciones propias. A esto podemos llamarle lenguajes formales que son con los que están escritos dichos programas. (Busaniche, 2012:104)

Así pues un *software* o programa de computadora puede ser escrito por cualquier persona que conozca alguno de estos lenguajes formales, mejor conocidos como lenguajes de programación, de la misma manera en la que cualquiera puede escribir una novela en un idioma diferente al español, siempre y cuando se conozcan sus reglas gramaticales.

Richard Stallman dice en su libro *Software Libre para una comunidad libre*, (2004) que cuando el *software* como producto comercial estaba aún lejano, cada programa se creaba para cada *hardware* y su distribución generalmente se quedaba dentro de la empresa donde un equipo de programadores lo corregiría en caso de tener errores, o bien, lo adaptaría a nuevas necesidades. Incluso, era muy común compartir programas entre los programadores y con ello, pedir parte del **código fuente**¹ para mejorarlo entre todos: “El acto de compartir *software* no se circunscribe a nuestra comunidad en particular: es tan antiguo como los propios ordenadores, lo mismo que compartir recetas es tan viejo como la cocina.” (p.9)

Sin embargo, en los ochentas algunas empresas pioneras de computación comenzaron a contratar cientos de programadores para crear programas que no pudieran compartirse y fueran utilizados solo por la empresa. Algunas computadoras modernas de la época comenzaban a tener su propio sistema

¹ El código fuente es un conjunto de líneas de texto que son las instrucciones que debe seguir la computadora para ejecutar dicho programa. Por tanto, en el código fuente de un programa está descrito por completo su funcionamiento y esta escrito en algún lenguaje de programación, pero en este primer estado no es directamente ejecutable por la computadora, sino que debe ser traducido a otro lenguaje (el lenguaje máquina) que sí pueda ser ejecutado por el *hardware* de la computadora. A partir de ahora nos referiremos al código fuente sólo con la palabra “Código”.

operativo (S.O) para el cual, en ocasiones se necesitaba firmar un acuerdo de confidencialidad para obtener una copia ejecutable:

“Todo ello significaba que antes de poder utilizar un ordenador tenías que prometer no ayudar a tu vecino. Quedaban así prohibidas las comunidades cooperativas. Los titulares de *software* propietario establecieron la siguiente norma: «Si compartes con tu vecino, te conviertes en un pirata. Si quieres hacer algún cambio, tendrás que rogárnoslo». ”(Stallman, 2004: 21)

Poco a poco, la cultura del uso y compartición del código que predominaba en los años setenta, se transformó paulatinamente en su "privatización", volviéndolo cerrado y desembocando luego en la creación y uso de patentes. Muy poco tiempo después, la venta de *software* se volvió un negocio muy redituable para las corporaciones.

A partir de entonces comienza la era de la comercialización de un *software* que no tenía el código fuente abierto para que todos los usuarios lo conocieran y estudiaran, por el contrario, se trataba de un código cerrado que representó un velo que impediría saber cómo fue hecho, es decir, imposibilita al usuario final que conozca la receta con la que fue creado el programa. Comienza la era del uso de una “caja negra” como herramienta tecnológica (Soria, 2012:50). Cabe señalar que hoy en día al adquirir estos programas, se paga una licencia que autorice el uso legal de ese *software* y no el programa en sí mismo. En pocas palabras, se paga el permiso para usarlo.

Esta imposibilidad de ver y modificar el código, vulnera fuertemente al usuario final, convirtiéndolo en un consumidor cautivo que está a expensas de las nuevas actualizaciones y de programas compatibles con su *hardware* o con sus necesidades.

Ejemplo de ésto son las comunidades de profesionales del diseño o de la comunicación, por ejemplo, quienes supeditan su actividad profesional al uso de *software* de patente que controla gran parte de su quehacer profesional. Ellos se enfrentan al cambio de versiones de los programas, a la interoperabilidad de los mismos e incluso a no poder abrir un archivo hecho con una versión antigua del *software*, impidiendo la conservación digital de sus obras en el tiempo.

Pero la imposibilidad de ver la receta de cocina y el uso generalizado de una caja negra no solo trae como consecuencia la generación de público cautivo, sino que además representa otro tipo de control aún más contundente y evidente que tiene que ver con el uso de datos personales de los usuarios. Gracias a las declaraciones del ex-contratista de la NSA estadounidense (*National Security Agency*) Edward Snowden, hemos sabido que ciertos servicios en línea y programas de patente, incluyendo

sistemas operativos, se valen de las actualizaciones de sus diferentes versiones para implementar “código espía” que sirve a terceros para monitorear las preferencias, movimientos y actividades de los usuarios con fines inciertos, presuntamente publicitarios disfrazados de “mejoras” en la experiencia de usuario (epicqueen.com); en muchas de estas ocasiones, el usuario no se entera que esto atenta severamente su privacidad, aunque lo permite al aceptar los términos uso. Cabe señalar, que no aceptar los términos de uso impide el correcto funcionamiento de ciertos aparatos o servicios, incluso, lo imposibilitan, es decir, no hay más opción para los usuarios finales que dar clic al “sí” en los términos de uso o no acceder al aparato o servicio.

Éstas y muchas otras implicaciones han hecho que un grupo de personas opten por llamarle **software privativo** a este *software* de patente para referirse y subrayar la definición de un *software* que “priva” libertades y ofrece ciertas limitaciones. De igual manera, han decidido crear y optar por el camino del **software libre**, el cual permite no sólo que los usuarios conozcan las líneas de código con el que se ha hecho el programa, sino que sea copiado, distribuido y mejorado sin restricción ni problema legal alguno, convirtiéndose así en una alternativa para conocer el interior de una caja negra que puede representar el interior del *software* privativo (Soria, 2012). Pero de esto y las alternativas para la emancipación de este contundente control corporativo, hablaremos más adelante.

Control mediático: cómo hay que ser mujer

La noción de lo femenino ha sido definida en múltiples manifestaciones culturales a lo largo de la historia de la humanidad. La religión, la literatura, la escultura, la pintura, y más recientemente, el cine, la publicidad y los medios masivos de comunicación, han interpretado y transmitido a la sociedad el “deber ser” femenino. Estas definiciones varían, por supuesto según la época y la geografía, el contexto cultural, las condiciones socio-políticas, etcétera.

Sin embargo, podemos encontrar algunas similitudes e ideas generalizadas de la femineidad que se han perpetuado a lo largo de los años, algunas de ellas, han tratado de ser trascendidas por las propias mujeres en diversas épocas, pero otras más aún son asumidas como estigmas en pleno siglo XXI. Por supuesto, muchas de estas definiciones surgen desde lo masculino y desde una sociedad dominada por la visión patriarcal.

Por sólo poner un ejemplo, en el libro *Cultura Femenina*, editado en español en 1934 pero escrito en

Alemania en la primera década del siglo XX, su autor, Jorge Simmel hace referencia a la femineidad como objeto de sometimiento a medidas y necesidades de origen masculino:

“La femineidad no puede nunca ser juzgada por normas propias. De esta suerte, la mujer queda sometida al mismo tiempo a dos medidas distintas y ambas de origen masculino; una es la medida absoluta-formada por los criterios de los hombres—que se aplica a las actividades de la mujer, a sus convicciones, a los contenidos teóricos y prácticos de su vida; otra es la medida relativa, que también procede de la prerrogativa del hombre y que muchas veces formula exigencias totalmente opuestas. El hombre exige de la mujer no sólo lo que le parece deseable en general, sino también lo que le parece deseable como hombre, como término aislado y contrapuesto a la mujer: exige de ella la femineidad en el sentido tradicional de la palabra que no significa un modo de ser peculiar, con su centro propio, sino una índole especial, orientada hacia el varón, para agradarte, servirle y completarle.” (Simmel, 1934:88)

Esta idea de lo femenino orientada al varón, responde también a la 'virtud' de asumirse como autoridad que “controla” de manera objetiva el devenir de las familias y expresiones colectivas justificando la transformación de la fuerza en derecho:

“(…) Mas el dominio del varón sobre la hembra sirve también de fundamento a otra tendencia que conduce a idénticos resultados. Toda dominación fundada en la prepotencia subjetiva ha intentado siempre procurarse una base objetiva, esto es, transformar la fuerza en derecho. La historia de la política, del sacerdocio, de las constituciones económicas, del derecho familiar, está llena de ejemplos, Sí la voluntad del *pater familias* impuesta a la casa aparece revestida con el manto de la "autoridad", ya no es posible considerarla como explotación caprichosa de la fuerza, sino como expresión de una legalidad objetiva, orientada hacia los intereses generales, impersonales, de la familia”.(Simmel, 1934:87)

Desde este punto de vista, toda imposición o dominación por parte de la figura masculina se vuelve lógica pues está basada en la verdad y exactitud objetivas, validando así, una especie de superioridad:

“Según esta analogía, y a veces en esta misma conexión, la superioridad psicológica de las manifestaciones masculinas sobre las femeninas, en virtud de la relación de dominio entre el hombre y la mujer, se convierte en una superioridad, por decirlo así, lógica. Lo que el hombre

hace, dice y piensa, aspira a tener la significación de una norma, porque revela la verdad y exactitud objetivas, válidas por igual para todos, hombres y mujeres”. (Simmel, 1934:87)

Según este planteamiento, la femineidad ha sido definida desde el punto de vista del “otro”, a través de los ojos del otro y para ser más precisos, desde el “otro” ojo masculino; por lo tanto, muchas de las imposiciones y mecanismos de control entorno a lo femenino vienen de 'fuera' del propio cuerpo de la mujer, de normas impuestas por una autoridad validada y legalizada por si misma.

Actualmente algunos de los esquemas de dominación e imposición de ideas sobre “ser mujer” se ven reflejados en los medios de comunicación y en la publicidad, causando una desconexión de la mujer con su cuerpo gracias a la masificación de los estereotipos. La representación femenina en diversos medios, sobre todo a partir del *boom* de la publicidad a finales del siglo XIX ha sido la de mujer joven, sin arrugas, sin imperfecciones, de buena apariencia, casi inhumana y siempre aludiendo a la belleza y al sexo. (Bernad, 2015:7)

Una vez más, esta idea de la mujer está construida desde y para un público masculino, la cual se vincula fuertemente con la idea del sexo y dominación, donde los hombres pueden adquirir ciertos atributos al consumir dichos productos con el fin de conseguir mujeres como si se tratasen de objetos. De igual forma, la figura del cuerpo femenino que hasta el siglo XIX era vetada y prohibida, ahora se libera para ser mostrada y vender:

“Muchas de las campañas publicitarias de la industria vinculada con la belleza en donde prima el culto al cuerpo (moda, perfumes, salud, cosmética, nutrición, joyería, deporte etc.) así como la industria que se dirige más al público masculino (alcohol, cerveza, perfumes y coches) está estrechamente hermanada con el sexo. Y es que en el siglo XIX, con el auge de la economía y de las clases medias en las ciudades, es cuando se produce un desbordamiento de la demanda por la oferta de productos y es entonces cuando el sistema capitalista necesitó "impulsores del consumo" y la utilización del sexo, a través de mostrar el cuerpo femenino entonces vetado, fue una catapulta que cautivó la atención sobre los productos que la utilizaban” (Bernad, 2015:8)

Súbitamente, este “redescubrimiento” del cuerpo bajo la idea de liberación sucede luego de un velo de “prohibición” y una era de puritanismo, tal como lo menciona Baudrillard:

“Este «redescubrimiento» que, bajo el signo de la liberación física y sexual, se produce después de una era milenaria de puritanismo, su omnipresencia (y específicamente del cuerpo femenino, habrá que ver por qué) en la publicidad, en la moda, en la cultura de masas —el culto higiénico, dietético, terapéutico de que se lo rodea, la obsesión de juventud, de elegancia de virilidad/feminidad, los tratamientos de belleza, los regímenes, las prácticas sacrificiales asociadas a él, el Mito del Placer que lo envuelve— son todos testimonios de que el cuerpo hoy ha llegado a ser objeto de salvación. Ha sustituido literalmente al alma en su función moral e ideológica.” (Baudrillard, 2009: 154)

Este valor del cuerpo humano y particularmente del cuerpo femenino a partir de la sociedad de consumo, es otorgado a través de las exigencias del otro. Aprendemos a ser mujeres a partir de lo que se debe o no hacer con respecto al otro: no ser demasiado “insinuada”, “darse a respetar”, no ser una “puta” o “no molestar al señor”, son ideas o frases múltiples veces repetidas, incluso de mujer a mujer o de madre a hija. Aprendemos desde niñas a comportarnos de cierta manera y/o avergonzarnos de actitudes fuera de estas normas.

De igual forma, los medios publicitarios desconocen la naturalidad de procesos biológicos en sus maneras de representarlos. Por ejemplo, todos los anuncios de toallas femeninas que tratan de probar la eficacia de su absorción, emplean un líquido azul para simular la sangre menstrual, imagen completamente alejada de la sangre menstrual real y su característico color. Estas falsas representaciones podrían favorecer la desnaturalización de procesos e incluso, miedos ligados a la noción del cuerpo femenino.

Estos miedos, junto con una sobre valoración a la juventud, han pautado el 'valor' del cuerpo de la mujer: el miedo a envejecer, a estar gorda, a dejar de ser atractiva, a no tener senos grandes, traseros voluptuosos, cintura definida, etcétera, son algunos miedos profundamente interiorizados por las mujeres y que son aprovechados por la industria para vender productos:

“Los miedos del cuerpo son los que cuentan actualmente con una mayor utilización por parte de las corporaciones, dado el enorme mercado que constituye todo lo relacionado con la imagen gracias al concepto de obsolencia percibida y a la sobrevaloración de la juventud que nos transmiten los medios, miedo a la vejez, a estar gorda, a tener poco pecho, etc. En su versión más extrema los miedos del cuerpo pueden desembocar en Gerascofobia, o la fobia a

la vejez; miedo extremo a las arrugas y al paso de los años que las mujeres enfrentan con cirugías plásticas, cremas y maquillajes caros que prometen lo imposible: detener el tiempo. Las mujeres más vulnerables a padecerla son aquellas que al sobrevalorar lo material y el logro de metas tienen serios problemas para enfrentar pérdidas como la belleza, la seducción y el dinero, entre otros." (Cuenca, 2009)

Luego entonces, el cuerpo femenino adquiere un valor que posteriormente se desvanece. Vale mientras sea joven y bello o mientras sea fértil, ya que una vez siendo madre, dicho cuerpo se vuelve asexual, se eleva a un nivel virginal y de pureza, el cuerpo de la madre intocable e inmaculada.

Esta valoración del cuerpo femenino, que como dijimos, sucede afuera del propio cuerpo, mantiene a muchas mujeres todavía frente a un desconocimiento del propio "código" de su cuerpo el cual no habitan ni reconocen como bello. Según Naomi Wolf, (1991) a pesar de la "liberación" femenina de los años setenta, muchas mujeres que tienen más dinero, poder y condiciones favorables dentro de su entorno profesional, siguen sintiéndose mal con respecto a sus cuerpos dejando ver una oscura veta de no aceptación a sí mismas:

"(...) treinta y tres mil mujeres norteamericanas confesaron en las encuestas de una investigación que su meta más importante en la vida es perder entre 5 y 10 kilos. Muchas mujeres tienen más dinero, poder, campo de acción y reconocimiento legal del que jamás habíamos soñado, pero con respecto de cómo nos sentimos acerca de nosotras mismas físicamente, puede que estemos peor que nuestras abuelas no liberadas. Investigaciones recientes demuestran que las mujeres atractivas, exitosas y dueñas de sí mismas llevan una "sub-vida" secreta que envenena su libertad con ideas sobre la belleza. Es una veta oscura de odio hacia sí mismas, una obsesión con el físico, un terror de envejecer y un horror a la pérdida de control" (Wolf, 1991: 215)

Estos problemas con la autoconcepción del cuerpo, problematizan aún más la construcción de una femineidad partiendo del centro o de la toma de decisiones de las propias mujeres, ya que cuando alguna femineidad se construye lejos de los estereotipos, lo que no corresponde a estos estándares es juzgado, raro, diferente y descalificable.

Creer que el propio cuerpo deja de valer llegando a cierta edad, cuando se cumple la maternidad o ya

no se es virgen; creer que no es bello por que no cubre los estándares de belleza establecidos por el “otro”, supeditar la aceptación del cuerpo a la valoración de las masculinidades, alejarse del cuerpo y ver como ajenos los procesos propios del metabolismo femenino, avergonzarse de la menstruación y buscar ocultarla o no hablar de ella, pero sobre todo, no formar parte de la propia construcción de la femineidad y no ejercer el poder de decisión sobre lo que significa ser mujer; representan mecanismos de control basados en una violencia simbólica sumamente arraigada y aceptada por la sociedad en su conjunto.

Código abierto vs código cerrado, dos formas de entender la tecnología y lo femenino

Vimos en la primera parte de este texto que la tecnología está en manos de ciertas corporaciones y que el *software* que le da vida a los *gadgets* es velado al usuario negándole la posibilidad de saber cómo fue hecho, de dónde viene o saber si existe algún tipo de código malicioso que lo rastree o almacene sus actividades.

Por otro lado, hemos visto que la construcción de lo femenino desde finales del siglo XIX ha estado a cargo de una industria y que esta idea ha sido transmitida y aprendida culturalmente, replicando con ello actitudes que probablemente no permiten que muchas mujeres vivan en plenitud con su cuerpo.

Ambos casos convergen en algunos puntos, por un lado, tanto la tecnología como lo femenino son controlados y definidos por una figura masculina que decide gran parte de su devenir, ya que “nuestra cultura en realidad, es enteramente masculina, con excepción de muy escasas esferas. Son los hombres los que han creado el arte y la industria, la ciencia (la tecnología) y el comercio, el Estado y la religión” (Simmel, 1934:15).

Otro punto de convergencia se suscita a partir de los años setenta con el *boom* de liberación que luego se ve mermado por el velo de un código cerrado. Por un lado, el *software* que en los setenta circulaba libremente como receta de cocina entre programadores y por otro lado la idea del cuerpo femenino que se libera a través de la píldora anticonceptiva y el uso de minifaldas. Sin embargo, esta súbita liberación está marcada por un culto a la belleza que sexualiza y convierte a la mujer en objeto que vende, al igual que el *software* que es vendido con su código fuente cerrado.

Dicho con otras palabras, la idea del cuerpo femenino es velado y asumido como prohibido, sólo asequible para hombres que “poseen” una mujer, (sus maridos o amantes). Con el *boom* de la

publicidad que buscaba vender los excedentes de la producción industrial, el cuerpo femenino se “libera” y es mostrado sin ropa, vulnerable a la mirada masculina pero bajo los esquemas de la industria, cuyo objetivo principal es vender y que además le dice cómo hay que ser, cómo hay que actuar y cómo hay que vivir.

De la misma forma sucede con la tecnología y sus servicios en pleno siglo XXI, los cuales están casi al alcance de todos y a veces de forma gratuita (servicios como Facebook®, Twitter® o Google®). El *software* parece haber sido liberado, pero lo cierto es que se encuentra bajo los esquemas de la industria que le dice qué hacer, a quién espiar y qué información recabar y a la que no le importa demasiado el usuario o consumidor final.

Así pues, el concepto de código cerrado puede observarse en el *software* privativo y en la femineidad, ya que por un lado los programas son un secreto, una especie de prohibición para los usuarios, de la misma forma en la que el cuerpo femenino es velado y prohibido. El alejamiento del propio cuerpo femenino impide que las mujeres se apropien de su femineidad, de la misma forma en la que el código cerrado no permite que nos apropiemos del *software* y de los aparatos que hace funcionar. Ambos se convierten en una caja negra.

Para ejemplificar esto, recuperaremos la imagen donde describíamos los comerciales que mostraban la eficacia de una toalla sanitaria con la absorción de un líquido azul. Éste código falso y alejado de la realidad, añade un velo al cuerpo femenino concibiendo a la menstruación como algo prohibido, sucio, tan avergonzante que es necesario disfrazar y ocultar.

Por último, cabe mencionar también que el *software* privativo se convierte en un producto para las masas logrando confundirse con el propio equipo de cómputo, (que todas las PC de escritorio tengan instalado de fábrica determinado sistema operativo sin darle cabida a la libertad que el usuario tiene de elegir el que más le convenga). De igual forma, la falsa idea de la femineidad se convierte en un producto de masas confundiendo la representación de la mujer de los medios con la mujer misma: todas deben ser de tal o cual manera y con ello responder a estereotipos.

Sin embargo, una contra propuesta al control tecnológico mediado por las corporaciones, podría ser entender los cuerpos y la tecnología desde la perspectiva del código abierto, donde los 'saber hacer' están al descubierto y donde cualquier persona que pueda leerlos o estudiarlos, también pueda

modificarlos; esto es, volviendo a la metáfora de la receta de cocina, la posibilidad de saber los ingredientes y los pasos para la elaboración nos permitirá crear nuestra propia tecnología y nuestra propia idea sobre nuestros cuerpos.

Si logramos develar la manera en la que los medios codifican los mensajes, si conocemos la verdad de nuestros cuerpos y basamos nuestro acercamiento a ellos en una estructura de apertura y lenguaje directo, será, eventualmente más sencillo apropiarnos de nuestra femineidad y también de la tecnología que usamos.

El camino del conocimiento abierto: el paradigma del software libre

Como ya dijimos, se propone acercarnos a la filosofía del software libre, que hasta ahora, sabemos fomenta la compartición del conocimiento a través de la apertura del código. Sin embargo, su historia y fundamentos nos ofrecen también muchas similitudes con algunos feminismos.

En 1984, el fundador de la Free Software Foundation, Richard Stallman se fijó firmemente defender la práctica del intercambio y la “libertad” de los usuarios del *software* y comenzó a escribir un sistema operativo que denominó GNU, cuya característica principal era que cada parte que lo compone y lo hace funcionar fuera realizado por una comunidad de programadores que lo mejorara y compartiera, así cada persona que tuviera acceso a él podría modificarlo y adaptarlo según sus necesidades y plataforma que se utilizara, aspirando así a crear el sistema operativo perfecto a través de un principio básico de compartición del conocimiento (gnu.org) y lejos de los acuerdos de confidencialidad.

Paulatinamente, el proyecto GNU causó una transmisión acelerada de información por compartición, ya que varios programadores decidieron contribuir con él. Fue en 1991 cuando el finlandés Linus Torvalds programó el núcleo y la parte fundamental para el sistema operativo GNU, el kernel, que fue llamado LINUX, basándose en un sistema operativo con fines didácticos, Minix. Hoy día, LINUX es uno de los programas libres más utilizados para el sistema operativo GNU (computerworld.co.nz). A partir de que LINUX es liberado, dicho sistema operativo empezó a evolucionar rápidamente debido a que muchos programadores han contribuido a su desarrollo y mejora, lo que lo convierte en uno de los sistemas operativos más estables.

Con GNU y LINUX juntos, comienza uno de los crecimientos más importantes del software libre, la incursión en el mundo empresarial, ya que algunas empresas comenzaron a basar su estrategia de negocios en hacer consultorías, distribución y servicios alrededor de este nuevo y creciente sistema

operativo. La estrategia fue comenzar a vender “misterios” al rededor del software libre los cuales podían ser resueltos por quién supiera de lenguaje de programación y no “secretos” indescifrables que una sola empresa conociera. No se trata de vender el secreto del código, sino la libertad del servicio. Con estos antecedentes, podemos acercarnos a una definición formal del software libre, cuya ideología está basada en el concepto de “libertad”, tal como se explica a continuación.

Definición de Software Libre

El término Software Libre o *Free Software*, como ya dijimos se refiere a aquellos programas cuyo código está abierto para que cualquier usuario pueda modificarlo, usarlo, estudiarlo y/o distribuirlo sin que esto represente un problema legal. También ya dijimos que el término “código abierto” o en ingles, “*open source*”, se refiere a que las líneas de texto en las cuales están escritas las instrucciones que sigue la computadora para ejecutar dicho programa, están disponibles para que todos los usuarios puedan conocerlas y así, mejorar o adaptar dicho código según sus necesidades. Sin embargo, el software libre no se trata de una copia no autorizada ni mucho menos de aquel descargable desde Internet de manera gratuita, el llamado *freeware*.

El software libre debe poseer la autorización para utilizar un código abierto. *Free software* y *open source* son términos distintos pero complementarios. El software libre con sus líneas de código abierto, representa la libertad de que cualquiera puede hurgar en él, lo cual a la larga permitiría que el programa sea modificado e incluso mejorado a una velocidad mucho más eficiente que el desarrollo del *software* privativo, dando como resultado la creación de un mejor *software* con la colaboración de muchas personas a la vez, tal como lo explica Raymond en *La catedral y el bazar* en lo que él llama la ley Linus:

“Dada una base lo suficientemente amplia de probadores y colaboradores, casi todos los problemas se identificarán con rapidez y su solución será obvia para alguien. O expresado con menor formalidad: 'con un número de ojos suficiente, todos los errores son irrelevantes' (Raymond, 1997:16)

Ahora bien, el término *free software* fue acuñado en ingles, por lo que, puede existir una confusión en dicho idioma ya que la palabra *Free* se refiere a “libre” y al mismo tiempo al concepto de “gratis”, es por eso que la *Free Software Foundation*, aclara que “el software libre es una cuestión de libertad, no de precio. Para entender el concepto, debería pensar en libre como en libre expresión, no como en barra libre.” (Stallman 2004:59)

Es por eso que el software libre puede estar disponible para su distribución comercial sin que eso le quite su calidad del “libre”, ya que se pudo pagar alguna cantidad para obtener una copia del *software* para cubrir algunos costos de distribución o bien, obtenerlo sin costo alguno, ambas opciones no afectan que un *software* siga siendo libre o no, siempre y cuando se cumplan las 4 libertades.

Estas 4 libertades son a su vez los 4 principios del software libre, son 4 libertades que tienen los usuarios del *software* y que necesariamente deben de ser cumplidos para que se le considere como tal. Dichas libertades fueron acuñadas por el propio Richard Stallman y posteriormente fueron bandera de la *Free Software Foundation*.

Dichas libertades son las siguientes:

Libertad 0.- Libertad de usar el programa para cualquier propósito

Libertad 1.- Libertad de estudiar el funcionamiento del programa y adaptarlo a las necesidades. El acceso al código fuente es una condición previa para esto.

Libertad 2.- Libertad de redistribuir copias, y con ello poder ayudar al prójimo

Libertad 3.- La libertad de distribuir copias de sus versiones modificadas a terceros.

Según estas ideas, los programas de computo no debe de tener un “dueño” que se reserve los derechos, y eso no significará que no sea “autor” del mismo². Se basa en la premisa de que el “conocimiento es de todos”, pues al compartir dicho conocimiento ocurre un beneficio, no solo particular, sino a nivel comunitario. Al mejorar un *software* con la ayuda de una comunidad, esa misma comunidad se beneficia con las mejoras.

El abogado estadounidense, Lawrence Lessig, se inspira en la filosofía del software libre y acuña recientemente el concepto de Cultura Libre, la cual define la visión de una cultura basada en la libertad de distribuir y modificar trabajos y obras creativas: “Las culturas libres son culturas que dejan una gran parte abierta a los demás para que se basen en ella, las que no son libres, las culturas del permiso, dejan mucho menos”(Lessig, 2005:34). Se refiere a basarse en lo que han hecho otros, en lo que se ha hecho en el pasado, en una cultura basada en la compartición y distribución libre del conocimiento. El conocimiento colaborativo es otro de los pilares del software libre, esto es que entre mas personas colaboren para la creación de un *software*, se creará un mejor programa a una velocidad mucho mayor

² El concepto de “autor o autora” separado del de “dueño o dueña”. Donde las personas que tienen la autoría no pierden el crédito por la obra pero tampoco se “adueñan” de ella para restringir su posterior uso, mejora, estudio y distribución.

y los usuarios se verán beneficiados con ello y parte del principio que “la compartición con los demás constituye la base de la sociedad” (Stallman, 2004:22)

Resumiendo las ideas planteadas en este apartado, el software libre se basa en la cultura libre, conocimiento colaborativo, compartición de conocimiento, libertad en el conocimiento, *copyleft* y sobre todo, libertad.

Software libre y feminismos: hay que *hackear* el sistema

Sin duda, la filosofía del software libre tiene también un vínculo importante con la cultura *hacker*, donde un *hacker* es quien lleva a cabo soluciones de manera creativa y diferente a la esperada en aras del cambio social. Bajo este concepto, cualquier persona dentro de una lucha social en miras de mejorar el mundo en el que vive, es sin duda un *hacker*, por lo tanto, las feministas son, en si mismas, *hackers* del sistema.

“Nosotros *hackeamos* la abstracción. Producimos nuevos conceptos, nuevas percepciones, nuevas sensaciones *hackeadas* a partir de datos en bruto. Sea cual sea el código que hackeemos, ya sea lenguaje de programación, lenguaje poético, matemáticas o música, curvas o colores, somos nosotros quienes abstraemos nuevos mundos” (Wark, 2006:16)

Lo anterior podría ser proclamado en algún manifiesto feminista, donde son las propias mujeres las que abstraen nuevos mundos posibles. Para ello, es necesario *hackear* desde adentro el sistema que ha forjado muchas de nuestras ideas preconcebidas de nuestros cuerpos, incluso *hackeando* nuestros propios cuerpos, decidiendo por ejemplo, si queremos o no ser madres sin que eso signifique una automática descalificación. *Hackear* es diferir (Wark, 2006:16)

En su libro, *Un manifiesto hacker*, MacKenzie Wark (2006:106) habla de cómo las representaciones se convierten en medios de opresión por sí mismas, y es que, desde este manifiesto, Wark advierte que la cultura *hacker* rechaza la representación misma, o bien, fomenta mantener el control del significado de la propia representación, controlando también la adhesión de sus miembros a ella.

Esto último podría ser otro vínculo importante con la lucha feminista, ya que sería posible rechazar cualquier representación de la figura femenina que estuviese fuera del propio control de la mujer, posibilitando que sea cada una la que “invente” su propia representación y controle su propia significación.

Conclusiones

Aun quedan algunos vacíos que valdría la pena explorar en otros textos al respecto, como por ejemplo el hecho de que a pesar de los vínculos, aún son pocas las mujeres dentro de la propia comunidad de software libre, como menciona Lela Coders, proyecto de investigación cyberfeminista acerca de la presencia de mujeres en el desarrollo de la informática así como en el software libre:

“ (...) entre 100 programadores, uno se hace *hacker*, y de 100 programadores encontramos solo a 10 mujeres, ¿cuántas mujeres programadoras necesitamos para encontrar una mujer *hacker*?. Estas suelen elegir con mucho menos frecuencia el desarrollar una formación y carrera como programadoras y/o informáticas” (Haché, 2011:1)

De la misma forma, las similitudes entre cuerpo femenino y *software*/tecnología que propone el presente texto, aún están desdibujadas y hay que considerarlo sólo como un ligero acercamiento; por que cabe la posibilidad de que estas similitudes puedan observarse con mayor claridad desde dentro de los corporativos y desde las reglas del sistema mediático.

Por lo pronto, dentro del contexto de dominación y control a través de la mediación, la propuesta es conocer nuestro cuerpo lejos de estereotipos impuestos, de la misma forma en la que debemos conocer la tecnología que usamos e idealmente crear la propia; lejos del escrutinio de las corporaciones y la idea de estatus que promueven los *gadgets* en del consumo de masas.

Para ambos casos, se propone la metáfora de acceder a la caja negra, al código de los cuerpos femeninos tanto como al código fuente del *software*, el cual depende del conocimiento libre y de un saber hacer que pocas veces o casi nunca, se comparte en la industria. Se propone la imagen del código abierto como metáfora de las ideas libres y modificables en comunidad.

Por ello, saber el por qué y para qué nos presentan algunas publicidades, conocer el código oculto detrás de la comunicación que transmite estereotipos o falsas ideas de lo femenino, así como develar la intención de control corporativo en las representaciones del cuerpo de la mujer, nos permitiría detener de a poco la dominación que proviene de “fuera” y decidir por nosotras mismas de qué manera asumimos nuestro cuerpo y nuestra femineidad y con ello, *hackear* el sistema. Los feminismos como muchas otras luchas sociales, podrían asumirse como *hackers* del sistema.

El feminismo y el software libre convergen en el trabajo comunitario, partiendo de la idea de que sólo en comunidad podrá ser posible, por un lado, la liberación real del cuerpo femenino y por el otro, la libertad del conocimiento, ambos bajo el yugo de la industria.

Por último, aunque no menos importante, el software libre se convierte en un arma para protegernos de la vigilancia masiva que está en ciernes y que hoy ya no es un secreto. Sólo el software libre es una herramienta tecnológica viable para la emancipación de corporaciones e industria que lucran con nuestros datos, nuestros miedos y nuestros cuerpos.

Bibliografía:

_____ Visión general del proyecto GNU, Historia del proyecto GNU, [web: GNU Opening Systems].

Obtenido de: <http://www.gnu.org/gnu/gnu-history.es.html>

_____ (2014). SEP entregará más de 700 mil tablets a alumnos y maestros. [Web noticias:

Milenio.com]. Obtenido de: http://www.milenio.com/politica/sep_regala_tablets-tabletas_y_sep-tablets_y_maestros-tablets_sep_y_alumnos_0_352764943.html

Ascención, A., (2016). 3,763 mdp en tablets y laptops, gasto cuestionado a la SEP. [Web: CNNExpansion.com]. <http://www.cnnexpansion.com/economia/2015/12/21/3763-mdp-en-tablets-y-laptops-un-gasto-cuestionado>.

Baudillard, J. (2009). *La Sociedad de Consumo, sus mitos y sus estructuras*, Madrid, Siglo XXI de España Editores, 255pp.

Busaniche, B., Heiz, F. (2011) *Cartillas de introducción al software libre*, Proyecto Nomade ed. Lila

Pagola: disponible en: http://www.nomade.org.ar/sitio/?page_id=104

Chazin, S. (2011). *Marketing Apple* [The Marketing Apple, eBook] Obtenido de:

http://www.marketingapple.com/marketing_apple/the-marketingapple-ebook.html

Haché, A. Cruels E., Vergés N. (2011). *Mujeres programadoras y mujeres hackers*. Una aproximación

des de Lela Coders. Rebellion.org

Ibeth, L., Castañeda R.(2013) *El celular como elemento de la identidad juvenil*. Revista de Educación y Desarrollo, 13. Abril-junio

Jiménez J. (2010), *Software libre en la educación. Apropiación Social de las TICs* , ([citado en noviembre 2010]) ed. Colombia aprende, la red del conocimiento. Disponible en: www.colombiaaprende.edu.co/html/mediateca/1607/articles-108475_archivo.pdf

Lesing, L. *Cultura Libre*, Madrid: Traficantes de sueños.

Meiszener A., Glott R., Sulayaman K. (2008) *Preparando la generación red: Enseñanzas extraídas del software libre y sus comunidades* Global University Network for Innovation, [citado en Noviembre del 2010]) ed. Universidad Politécnica de Catalunya, UNESCO, United Nations University, disponible en: <http://web.guni2005.upc.es/news/detail.php?chlang=es&id=1251>

McAllister, N. (2006). Devices provide a fertile new ground of Linux,[web: Computerworld]. Obtenido de: <http://computerworld.co.nz/news.nsf/tech/2E968937ADA351D8CC2571EA0013F01B>

Raymond, E. (1997). *La catedral y el bazar*. Argentina: Openbiz.

Rodríguez, D. (2011) Por qué nos vuelve locos Steve Jobs sobre un escenario, Trending Topics. [Blog de El País]. Obtenido de: <http://blogs.elpais.com/trending-topics/2011/03/por-que-nos-vuelve-locos-steve-jobs-sobre-un-escenario.html>

Simmel, G.(1934). *Cultura Femenina*, Madrid: Revista de occidente, 329 pp.

Soria, M. (2014) *Software Libre, herramienta alternativa para la creación visual digital*. Editorial Académica Española. España.

Soria, M. (2014). Los ojos que te espían: tu privacidad informática en peligro,[web: EpicQueen.com]. Obtenido de: <http://epicqueen.com/2014/09/tu-privacidad-informatica-en-peligro/>

Stallman, R. (2004) *Software Libre para una Comunidad Libre*. Madrid: Traficantes de Sueños

Villanueva, G. (2010) *E-competencias: nuevas habilidades del estudiante en la era de la educación, la globalidad y la generación de conocimiento*. Signo y Pensamiento, vol. XXIX, núm. 56, enero-junio. pp. 124-138. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá, Colombia

Wolf, N. (1991) *El mito de la belleza*. Barcelona: Emecé Editores.