



Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: Plataformas digitales de participación: de la fantasía ateniense al concurso ciudadano y el instituto del sondeo

Autores (en el caso de tesis y directores):

Mariano Caputo

Leandro Viterbo, tutor

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2020

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR



**Plataformas digitales de
participación: de la fantasía ateniense
al concurso ciudadano y el instituto
del sondeo**

Mariano Caputo

Tutor: Leandro Viterbo.

Octubre 2019

Índice

Introducción	3
Breve estado del arte: contrapuntos en dirección a una arqueología del discurso.....	6
Arqueología: preguntas, series y democracia electrónica	11
Coyuntura: neoliberalismo, gestión y sondeo.....	14
Núcleos conceptuales: ideología, política y tecnología	16
Vecinos y ciudadanos: ¡a competir!	19
Categorías: la regionalización ideológica como marco de la actividad participante	20
Ganar los apoyos: el participante como publicista.....	26
La delegación en los expertos y poderosos.....	32
Forma concurso de participación	37
La singularización de los participantes	47
El mundo atonal de los vecinos	49
El mundo atonal de la persona común	54
La singularización de lo igual	62
La tecnología entre los representantes y los representados.....	71
Participar “de verdad”: la oposición a BA Elige	73
La tecnología como causante de la “crisis de representación”	78
Ciudadanos colaboradores	83
De la fantasía ateniense al instituto del sondeo	88
A modo de cierre	99
Bibliografía	102

Introducción

“Son muchos miles de millones de pesos que vamos a invertir, pero ¿saben qué? Es la mejor inversión que vamos a hacer, seguramente. Porque esto va a generar miles de oportunidades que hoy ni siquiera sabemos dimensionar, porque ya Internet es un elemento central para que estemos en casa, y a la vez, estemos en todas partes. Porque podemos educarnos, podemos trabajar, podemos comunicarnos, podemos entretenernos.”

Mauricio Macri, presidente de Argentina, en la presentación del Plan Federal de Internet (17-5-2016)¹.

La inclusión de la cita no se debe a una relación directa con nuestro objeto de estudio sino a que indica una evidencia extendida en esta coyuntura: el gran poder de transformación social que tendría Internet. La red de redes parece facilitar la acción humana en todas las facetas imaginables. Si gracias a ella podemos educarnos, trabajar, comunicarnos y entretenernos desde casa, *¿por qué no también participar?*

Del amplio abanico que conforma la “participación ciudadana” en Internet enfocaremos en una serie de plataformas digitales que se presentan a sí mismas como una herramienta que permite el *acercamiento y la interacción entre representantes y representados*. En ellas, los *ciudadanos* son invitados a presentar propuestas, proyectos, reportes o peticiones que pueden ser apoyados por otros *ciudadanos* a través del voto o la firma. Para facilitar la exposición y remarcar la presencia de elementos que las distinguen, haremos referencia a dos grupos de plataformas al interior de esa serie: las que denominamos “municipales” (BA Elige, Barrios Activos, Ingenia+Virtuágora y SI Propone) y las de “peticiones” (Avaaz, Change y HagamosEco).

Las plataformas municipales son puestas en marcha por gobiernos, hayan desarrollado o no su software, y ofrecidas a los *ciudadanos* para la “participación” con propuestas o reportes que pueden ser votados por otros *ciudadanos* y luego ejecutados en caso de reunir los apoyos necesarios. BA Elige y SI Propone se dirigen a los *vecinos* de la Ciudad de Buenos Aires y San Isidro, respectivamente. Ingenia+Virtuágora invita a los *jóvenes santafesinos* a constituir grupos de participantes que presenten proyectos y obtengan el apoyo de sus pares. Barrios Activos, por último, es un software perteneciente

¹ Disponible en: www.casarosada.gob.ar/informacion/discursos/36359-palabras-del-presidente-mauricio-macri-en-la-presentacion-del-plan-federal-de-internet. Consultado: 23-6-2019.

a la empresa Kit Urbano que consiste en una mapa interactivo para reportar “problemas” en distintas categorías². En cuanto a las plataformas de peticiones, pertenecen a ONGs (Avaaz y Greenpeace, en el caso de HagamosEco) o conforman “empresas sociales” (Change). Se presentan a sí mismas como agentes que *empoderan al ciudadano común* a través de la recolección de firmas en peticiones dirigidas a *tomadores de decisiones*, integrantes de “jerarquías” de empresas o gobiernos.

La perspectiva teórico-metodológica de la investigación, en la que nos detendremos unas páginas más adelante, contribuyó a problematizar tres aspectos en torno a las plataformas que permitieron su unificación en una misma serie. En primer lugar, presentan una regularidad en la *forma de participación*. Argumentaremos que la participación *asume la forma de un concurso* que incentiva a los *ciudadanos* a *destacarse* y *superar* a los otros participantes a través de la obtención de votos y firmas. Las plataformas generan una *situación de competencia*, en primer lugar mediante consejos para valorizar y difundir las propuestas o peticiones en los que interviene el *discurso del marketing* a través de la interpelación a los participantes a convertirse en *publicistas*, con la consecuencia de responsabilizarlos del “éxito” de su publicación. Veremos también que en la *forma de participación* se identifican rasgos del *instituto del sondeo* (Caletti: 2006, 2016). La publicación de propuestas o peticiones aparece como una manifestación “transparente” de las preocupaciones de los *ciudadanos*, lo que permite a las plataformas erigirse en representantes de la “opinión” de *vecinos* y *personas comunes*³.

² Consideramos que este grupo de plataformas condensa características que se reiteran en otras que promueven la “participación” en espacios de proximidad. La Plata y Rosario (participa.rosario.gob.ar) cuentan con Presupuestos Participativos online en los que *los vecinos* también pueden proponer proyectos y votar los de otros. La institución del Presupuesto Participativo, esgrimida como un argumento contrario a la “participación digital” en BA Elige, como se verá en el tercer capítulo, en estos casos aparece facilitada por la tecnología: “Ahora votar es mucho más fácil y transparente. Podés hacerlo a través de tu celular o tu computadora y siguiendo estos simples pasos” (presupuestoparticipativo.laplata.gob.ar/#/quienesSomos; consultado: 20-8-19). Otras plataformas semejantes son el Presupuesto Participativo de la municipalidad de San Lorenzo y Participa Mendoza (pp.sanlorenzo.gob.ar/ y participa.ciudaddemendoza.gov.ar). El sujeto de la participación oscila entre el *vecino*, cuya cualidad sobresaliente es la de *conocer su barrio mejor que nadie*, y el *ciudadano* que *dialoga* y *delibera* junto al gobierno municipal. Por otra parte, Caminos de la Villa (caminosdelavilla.org/) y Acá no hay luz (acanohayluz.com/) comparten con Barrios Activos la “geolocalización” como un modo de la “participación ciudadana”, aunque con fines diferentes: en un caso, el monitoreo de los procesos de urbanización de las villas de la Ciudad de Buenos Aires; en el otro, el reporte de los barrios con cortes de luz, también en la capital argentina.

³ Si bien aún no nos detuvimos en otras investigaciones acerca de las plataformas, Mas (2015: 17) se apropia de los términos de Change y reproduce el efecto de “agenda ciudadana” que tendría la participación: “A diferencia de otras plataformas de peticiones como Avaaz, Change.org no toma posición institucional sobre las peticiones y tampoco genera por sí misma peticiones en la plataforma, sino que los usuarios de la misma, es decir, los mismos ciudadanos, son quienes postulan las cuestiones a tratar ante las autoridades tanto del ámbito público como privado”. A modo de anticipo, todas las plataformas que se analizan tienen el efecto ideológico de *manifestar las preocupaciones ciudadanas*, aspecto que se argumentará en el primer capítulo.

En segundo lugar, en las plataformas se analiza una *matriz de interpelaciones subjetivas* (Althusser: 1970) en la que se diferencian dos tipos de figuras: las explícitas, bajo las cuales los *ciudadanos* son llamados a participar, y las implícitas que se derivan de la *forma que asume la participación*. En este punto se encuentran las diferencias más importantes para distinguir a los dos grupos de plataformas. En las municipales, los sujetos de la participación son interpelados como *vecinos* que poseen un “saber de la experiencia” (Annunziata: 2013), a diferencia de las de peticiones en las que la *persona común* con una historia de vida que merece ser contada ocupa el lugar protagónico, un aspecto ligado estrechamente a la centralidad de lo biográfico en la coyuntura actual, esa tonalidad particular de la subjetividad contemporánea que describe Arfuch (2007). En cuanto a las figuras subjetivas implícitas, las iremos desplegando en los capítulos cuando el análisis lo requiera para dilucidar la *forma que asume la participación*. Así, encontraremos que los sujetos de la participación son interpelados como *competidores, inversores, colaboradores, empresarios de sí mismos y publicistas*. En cada una de estas interpelaciones se constatará la presencia de *discursos* que en principio podrían suponerse lejanos a la “participación ciudadana”. Es por este motivo que en el análisis será necesario reponer materiales discursivos “ajenos” a las plataformas, porque sin ellos no podríamos explicar su emergencia ni la *forma que asume la participación*.

En tercer lugar, en las plataformas analizadas y los softwares en los que se basan se reitera una concepción de la tecnología, la participación y la representación en las que se supone a la democracia constituida primordialmente por dos polos de una relación problemática: representantes y representados. Se le atribuye a Internet una función determinante en la concreción de un *diálogo y colaboración* necesarios. En este punto, una vez más, deberemos recurrir a un entrelazamiento de discursos y su relación con el *instituto del sondeo* para comprender la emergencia de una “participación” que toma en cuenta *los saberes y la información de una ciudadanía a la que se supone “activa”*, en el marco de una “crisis de representación” que caracterizaría a las democracias actuales.

Hemos enunciado, entonces, tres nudos problemáticos en los que identificamos una regularidad en las plataformas. El primero de ellos consiste en la *forma de participación*. A ella nos abocaremos en el primer capítulo, cuya conjetura central es que *la participación asume la forma de un concurso en el que los ciudadanos compiten con sus propuestas o peticiones*. El segundo radica en las interpelaciones subjetivas bajo las cuales son llamados a participar los *ciudadanos*. Si bien diferenciamos las figuras del *vecino* y la *persona común*, la conjetura del segundo capítulo es que los mecanismos de

interpelación de ambas tienen una estructura común, cuyo efecto es lo que se propone denominar *singularización de lo igual*. Por último, hemos mencionado la presencia de conceptos que hermanan a las plataformas por el *impacto* que tendría la tecnología en mejorar la relación entre representantes y representados. En el tercer capítulo se intentará argumentar una inflexión final de la participación en la que el entrelazamiento entre *sondeo* y *marketing* explica la emergencia de una *participación como información-insumo para las decisiones de la gestión*.

Breve estado del arte: contrapuntos en dirección a una arqueología del discurso

Antes de detallar nuestra perspectiva teórico-metodológica, nos detendremos en las investigaciones de Hinojosa (2017) y Mas (2015), quienes han estudiado a Decide Madrid y Change, respectivamente. También, con el objetivo de definir la especificidad del enfoque de nuestro trabajo al interior del campo de estudios de la comunicación, en dos propuestas provenientes de la semiótica, una de ellas para el estudio de “plataformas mediáticas” (Fernández: 2018) y la otra en relación a las “nuevas condiciones de circulación discursiva” en la “sociedad hipermediatizada” (Carlón *et al*: 2017).

En primer lugar, el repaso de los objetivos y criterios de armado del corpus de Hinojosa y Mas nos será de utilidad para precisar la perspectiva arqueológica de análisis del discurso (Foucault: 2015) que funda la decisión de caracterizar a las plataformas como una serie al interior de otra serie, la de la “democracia electrónica” (Caletti: 2015). Hinojosa (2017) analiza Decide Madrid, basada en Cónsul, el software desarrollado por el Ayuntamiento de Madrid que Buenos Aires utilizó para crear BA Elige⁴. El autor se propone explicar cómo la plataforma ayuda a la concreción de los “ideales” de las democracias directa, participativa y deliberativa, además de describir su funcionamiento y analizar la “calidad de la argumentación” en una muestra de doscientos comentarios extraída de una propuesta. Mas (2015), por su parte, enfoca en Change en Argentina durante 2012-2013 en diez peticiones a partir de las que indaga en las “formas contrademocráticas” en la plataforma, constata si conforma un “espacio deliberativo” y determina su “impacto” en el vínculo entre representantes y representados. Con el concepto “contrademocracia” refiere a “la democracia de los poderes indirectos

⁴ Decide Madrid surge en 2015 con el objetivo de “poner a la ciudad de Madrid al frente de las ciudades más avanzadas en participación ciudadana y transparencia (...) El éxito de la iniciativa (...) ha permitido que el software en el que está basado, CONSUL (...) se haya extendido a más de 30 ciudades por todo el mundo” (www.facebook.com/pg/DecideMadrid/about/?ref=page_internal; consultado: 15-4-2018).

diseminados en el cuerpo social que se presentan como nuevas formas políticas que se organizan frente a la democracia de legitimidad electoral” (2015: 37). El interés de la autora por estas “nuevas formas políticas” parte de una caracterización de la *ciudadanía* como un agente “reactivo” que habría dejado atrás la “pasividad” para ejercer funciones de “vigilancia”, “veto” y “control” de los gobernantes. Las TICs, según su planteo, han ampliado estas “formas contrademocráticas”.

El concepto “contrademocracia” puede relacionarse con la diferenciación que Hinojosa (2017) realiza entre “participación electrónica espontánea” y “controlada”. La primera surge de la iniciativa de la “sociedad civil” y los “activistas”, en tanto que la segunda consiste en la puesta en marcha de plataformas dirigidas a la *ciudadanía* por parte de los representantes, como Decide Madrid. Sostiene Hinojosa (2017: 23): “Una es la consecuencia natural de la irrupción de la red y otra, un intento meditado del sistema político por transferir parte de su poder al ciudadano a cambio de legitimidad”. Así como Mas (2015) concluye que Change conforma un “espacio contrademocrático”, las plataformas de peticiones podrían considerarse ejemplares de la “participación electrónica espontánea”. Estas caracterizaciones, sin embargo, no hacen más que reproducir la que las plataformas de peticiones presentan como su función primordial: facilitar “soluciones” para las “personas comunes”, de un modo “directo” gracias a la “recolección de firmas” y en contraposición a los “tomadores de decisiones”. En términos de Change: “Tal vez te sentís frustrado/a porque hace mucho tiempo luchas contra (...) políticos, instituciones o empresas, y nadie te escucha. Nosotros queremos ayudarte a levantar la voz (...) tu historia tiene el potencial para transformarlo todo”⁵.

En esta investigación demostraremos que el origen diferencial de las plataformas (gobiernos, en el caso de las municipales; “sociedad civil”, en el de las de peticiones) no impide que unas y otras efectivicen una *misma forma de participación* ni compartan un conjunto de *interpelaciones subjetivas*. Nuestro foco, antes que en las “condiciones institucionales” de las plataformas, estará puesto en *cómo motivan a los participantes a “destacarse” para “resolver” sus “reclamos” a través de consejos que prometen un horizonte de realización personal asociado al “éxito” o la “victoria”*. Así, para explicar a las plataformas, veremos que el hecho de que la “participación” sea promovida por los “gobernantes” o surja de la “sociedad civil” constituye una cuestión de relevancia menor.

⁵ www.change.org/l/ar/5-consejos-para-viralizar-tu-campana-y-conseguir-la-victoria. Consultado: 22-9-2019.

Las investigaciones de Hinojosa (2017) y Mas (2015) comparten otros supuestos ideológicos con las plataformas que se proponen estudiar. Desde el título, Hinojosa refiere a la recuperación de un mito, el de la democracia directa, lo que explica la referencia al ágora ateniense: “lo que hace pocos años era materialmente imposible –juntar a miles de personas en un mismo lugar- es hoy factible gracias a las ágoras virtuales” (2017: 4)⁶. Ambas investigaciones, por otra parte, se apropian del supuesto ideológico del *acercamiento entre ciudadanos y representantes* que se produciría en estas *formas de participación*, en el caso de Hinojosa para transformar de modo positivo la relación entre *ciudadanía* y “*administración*” y en el de Mas con el establecimiento de una “*llegada directa*” a los funcionarios a través de las peticiones⁷.

En este trabajo, a diferencia de Hinojosa y Mas, no seleccionamos un conjunto de comentarios o peticiones para evaluar si se adecúan a un ideal de democracia ni partimos de ellos para determinar si los *representantes* resultan cuestionados o si los “debates” cumplen con indicadores de la “calidad de la argumentación”. Tampoco se realiza una descripción exhaustiva de las secciones y funcionalidades de las plataformas, porque se correría el riesgo de arribar a conclusiones que reproduzcan *los propios términos en que ofrecen la participación ciudadana*⁸. Los criterios de Mas (2015: 7-8) para la selección de las diez peticiones consisten en su *impacto*, *destinatario* y *resultados*, diferenciados según si el representante *respondió o no*. Una de las hipótesis de Hinojosa consiste en que Decide Madrid permite a los *ciudadanos* tomar “decisiones vinculantes sobre su propio entorno” (2017: 5), una afirmación presente en la plataforma⁹.

Aquí evitaremos permanecer en la evidencia de que *los ciudadanos* cuestionan o se acercan a sus *representantes de una manera directa gracias a Internet*. Los términos *impacto*, *destinatario*, *respuesta*, *relación directa*, *interacción*, *acercamiento*, *toma de decisiones* no constituyen un dato desde el cual iniciar el análisis sino, precisamente, los primeros elementos que requieren ser problematizados para dilucidar la *forma que asume*

⁶ La fantasía de concretar algo semejante al ágora ateniense a través de Internet es una idea recurrente en investigaciones académicas y plataformas, como se verá en el tercer capítulo. Gattoni, por ejemplo, sostiene que las nuevas tecnologías “nos invitan a recrear, a través de la red, el ágora griega, la apertura de nuevos espacios de deliberación y expresión colectiva” (2013: 101).

⁷ En el dossier de Cónsul (disponible para su descarga en: consulproject.org/es/#documentation) se afirma que “Existen ciudades directamente gobernadas por su ciudadanía. Ciudades donde las personas debaten y proponen, día a día, junto a sus gobiernos, las mejores soluciones para sus sociedades y deciden cuáles llevar a cabo”. En Change, que los *tomadores de decisiones* “se están relacionando de una manera directa con los ciudadanos” (change.org/about; consultado: 29-6-2019).

⁸ Vale aclarar, sin embargo, que dichas secciones y funcionalidades quedarán descriptas en el análisis.

⁹ “Los resultados de todas las votaciones son vinculantes para el gobierno” (decide.madrid.es/mas-informacion/votaciones#seguridad-votacion; consultado: 29-6-2019).

la *participación* más allá de lo que las plataformas enuncian acerca de sí mismas y sus beneficios para la *ciudadanía*. En esta dirección, resulta necesario recuperar la literalidad del significante *plataforma* como una superficie que habilita y condiciona el despliegue de ciertas acciones. Superficie apta, en este caso, para el despliegue de la “participación ciudadana” en Internet.

Aquí tampoco nos preguntaremos por los “nuevos actores” que protagonizan la “participación ciudadana online” en una convergencia con “ámbitos offline”, como lo hacen Annunziata *et al* (2016). Los autores identifican en Change un “potencial”¹⁰ para conseguir “victorias” debido a la “forma de ejercer presión sobre los decisores políticos, pero también a la apelación a la narrativa de historias personales, las imágenes sobre la argumentación impersonal, y las experiencias singulares” (85)¹¹. Aquí, además de constatarla, pondremos en relación la “singularidad” de las “historias” con aspectos que exceden a la efectividad de las plataformas, cuya explicación no reside en las “estrategias” utilizadas por los participantes para cumplir sus objetivos. En los segundo y tercer capítulos veremos cómo la cuestión de la singularidad reaparece en las interpelaciones a los participantes como *vecinos*, *ciudadanos comunes* y *colaboradores*, figuras subjetivas vinculadas a discursos heterogéneos y dominantes en la coyuntura.

Respecto a las propuestas de la semiótica para abordar las “plataformas multimediáticas” o los “medios con base en Internet”, podríamos haber elegido analizar las que aquí nos ocupan en el contexto de “nuevas mediatizaciones” (Fernández: 2018) o

¹⁰ Buena parte de las investigaciones que se proponen estudiar algún aspecto de la “participación ciudadana” en Internet, a pesar de la variedad de perspectivas teóricas y metodológicas, suelen acudir a la evidencia acerca del “poder” o el “potencial” de la “red de redes” como una premisa válida para pensar los efectos de las nuevas tecnologías de comunicación, ya sea con el objetivo de analizar el “ciberactivismo” (Sierra-Caballero: 2018); la emergencia de nuevas modalidades de intervención y acción políticas en el marco de la “cibercultura” (Lago y Mauro: 2013); las características de la “participación ciudadana” en el Gobierno Abierto o el Gobierno Electrónico (Vercelli: 2013; Gattoni: 2013); las consecuencias de la forma “descentralizada” y “abierto” de la red para el “espacio público” y la democracia (Cardon: 2016); la adecuación de “plataformas digitales participativas” a la democracia deliberativa (Dader: 2017); o el potencial de la participación en Internet como una solución a la “crisis de representación” (Martino: 2018). Lo mismo ocurre en trabajos que realizan una clasificación de las acciones gubernamentales de “democracia digital” (Garrido Cabezas: 2011) o reseñan las tipologías que han realizado autores diversos de los tipos de “democracia electrónica” (Harto de Vera: 2006).

¹¹ El artículo de Annunziata *et al* (2016) forma parte de una compilación titulada “Activismo político en tiempos de Internet”. La investigación de Savazoni y Copello (2016), presente en el volumen, también trabaja a partir de la delimitación de ámbitos online y offline para analizar su “modulación” y las transformaciones que produce en la “esfera pública” brasileña. Dedicar un apartado a Avaaz y se detienen en sus características como organización. Los autores reproducen el efecto ideológico de la plataforma como representante de la “opinión pública”: “Otro aspecto central de la mecánica movilizadora de Avaaz es el establecimiento de metas de firmas (...) Existe un panel de resultados, que muestra en tiempo real la cantidad de apoyos logrados. Este panel ocupa un lugar central en la visual de la página de la petición en el portal de Avaaz, y constituye una de sus principales formas de legitimación ante la sociedad” (124).

de la emergencia de la “sociedad hipermediatizada” (Carlón *et al*: 2017). En ese caso, el foco habría estado en la consideración de las plataformas como *interfaces* que permiten la “emisión” y “recepción”, “intercambios discursivos”, en un mismo “campo” (Fernández: 2018) o en los “procesos descendentes, horizontales y ascendentes” de la comunicación (Carlón *et al*: 2017). La tesis de la existencia de una “nueva fase de la mediatización”, la “sociedad hipermediatizada”, sostenida por Carlón *et al* (2017), se funda en la convivencia del “sistema de medios masivos” y el “nuevo sistema de medios con base en Internet”. En esta nueva fase, “todos pueden publicar lo que desean a través de medios ‘personales’ en las redes sociales” (Ídem: 3). Esta “libertad de publicación” es acompañada, según los autores, por otra transformación en las direcciones que puede asumir la “comunicación”: ya no solo descendente (desde arriba hacia abajo) sino también “horizontal (entre ‘pares’) y desde ‘abajo hacia arriba’ (ascendente)” (Ídem: 4).

A diferencia de lo que se propone en estos planteos, aquí no nos detuvimos en determinar si los participantes logran una “comunicación ascendente” que impone tales problemáticas en la “agenda mediática” ni en las relaciones que establecen entre sí en la misma “interfaz” a través de peticiones, propuestas y comentarios. A partir del análisis arqueológico del discurso propuesto por Foucault (2015), intentamos ir más allá del reconocimiento de que los “internautas”, “enunciadores amateurs”, toman la palabra en las plataformas de “participación ciudadana” que integran el “ciberespacio”, poblado de redes sociales que habrían desatado una “libertad de publicación”. Desde luego que Internet ha incrementado las opciones para que la “gente común” se “exprese” y “participe”. Pero las publicaciones de los “internautas” no se encuentran aisladas de los procesos y formas sociales dominantes que distinguen a la coyuntura histórica en que surgen ni resultan de la mera “creatividad” de sus autores. Por este motivo, el objetivo principal de la tesina es *problematizar y explicar las condiciones desde las cuales los ciudadanos “participan”, unas condiciones que exceden a la “interfaz” de las plataformas y se inscriben, en primer lugar, en aspectos dominantes de la coyuntura y, en segundo lugar, en la historicidad de las formaciones discursivas, en particular de una serie en la que las nociones de “participación”, “democracia”, “representación” y “ciudadanía” son puestas en relación de un modo específico.*

En este sentido, creemos que el estudio arqueológico de las formaciones discursivas (Foucault: 2015) constituye una alternativa valiosa en el campo de los estudios de comunicación que permite indagar más allá de *interfaces* y *arquitecturas mediáticas*. La perspectiva teórico-metodológica que presentaremos a continuación nos

habilitó a poner en relación la “participación ciudadana electrónica” con la complejidad de lo social y sus formas dominantes, cuyos efectos pueden analizarse en la *forma concurso de participación y las interpelaciones subjetivas*. Las plataformas digitales de “participación ciudadana” quedarán explicadas como emergentes de discursos con una historicidad propia que, a su vez, se encuentran articulados con otros dominios de prácticas. Así, la arqueología constituye una apuesta por trazar una relación entre la dimensión significativa de la vida social y los procesos históricos.

Arqueología: preguntas, series y democracia electrónica

La perspectiva arqueológica de análisis del discurso permite eludir las *evidencias* de la participación en estas plataformas digitales, en primer lugar a partir del *principio de rarefacción* que postula para el estudio de los enunciados. El análisis arqueológico “quiere determinar el principio según el cual han podido aparecer los únicos conjuntos significantes que han sido enunciados. Trata de establecer una ley de rareza” (Foucault, 2015: 156) que reposa en el principio de que *jamás se ha dicho todo*. Como no todo puede ser dicho en una coyuntura histórica, aquí la pregunta pertinente es *cómo y por qué lo que fue dicho pudo ser dicho*. De este modo, no se explican las plataformas a partir de las intenciones de sus creadores¹² de ofrecerlas a la *ciudadanía* como una herramienta disponible para *empoderarse a través de la toma de decisiones* sino que las preguntas que nos realizamos consisten en *cómo han podido emerger y por qué asumen una forma determinada y no otra*.

Las decisiones de asumir esta perspectiva de análisis y unificar a las plataformas en una misma serie se sustentan en el planteo de Foucault sobre la transformación del valor del documento a partir de su conversión en monumento. La historia, en su forma tradicional, intenta reconstruir un pasado o un origen ausentes, pero accesibles en los documentos. A esa concepción del análisis histórico, Foucault contrapone la arqueología: se trata de “definir en el propio tejido documental unidades, conjuntos, series, relaciones” (2015: 16). Los enunciados se estudian en su positividad como prácticas que obedecen a reglas de formación. Las series, los criterios que agrupan a las prácticas discursivas, aparecen como evidentes. La descripción arqueológica cuestiona esas unidades preexistentes a los propios enunciados y se centra en las discontinuidades, en la irrupción

¹² Mas (2015) entrevista a Gastón Wright, responsable de Change en Argentina, e Hinojosa (2017) a Pablo Soto, delegado del Área de Participación Ciudadana, Transparencia y Gobierno Abierto de Madrid.

histórica del enunciado como acontecimiento¹³. En la investigación se producen nuevas unidades que resultan de la indagación de materiales discursivos en el archivo, entendido como “el conjunto de los discursos efectivamente dichos/pronunciados que persisten en el tiempo” (Aguilar *et al*, 2013: 37).

El discurso, en tanto, según Foucault, es un conjunto de enunciados que dependen de la misma formación discursiva:

“Por sistema de formación hay que entender, pues, un haz complejo de relaciones que funcionan como regla: prescribe lo que ha debido ponerse en relación, en una práctica discursiva, para que esta se refiera a tal o cual objeto, para que ponga en juego tal o cual enunciación, para que utilice tal o cual concepto, para que organice tal o cual estrategia. Definir en su individualidad singular un sistema de formación es, pues, caracterizar un discurso o un grupo de enunciados por la regularidad de una práctica.” (Foucault, 2015: 99)

Las formaciones discursivas son históricas y despliegan en su interior una dispersión de objetos, posiciones subjetivas, conceptos y elecciones temáticas. Las condiciones de existencia de esa dispersión, su regularidad, constituyen sus reglas de formación. Las formaciones discursivas están conformadas por series que se articulan en diferentes niveles, lo que plantea el problema de “determinar qué forma de relación puede ser legítimamente descrita entre esas distintas series; (...) en una palabra, no solo qué series sino qué ‘series de series’ (...) es posible constituir” (2015: 20-21).

Las plataformas, en este sentido, resultan “el efecto de superficie de unidades más consistentes” (Foucault, 2015: 40), de una imbricación de formaciones discursivas, entre ellas un *discurso republicano* que considera la “participación” de los *ciudadanos* en la “cosa pública” como un bien en sí mismo y un *discurso modernizador* que iguala al avance tecnológico con una mejoría de la sociedad en general. Aunque las plataformas y

¹³ Respecto al concepto de enunciado, Foucault (2015) lo diferencia de estructuras lingüísticas como la frase, la proposición y los actos de lenguaje, y lo define como una función de existencia, perteneciente a los signos, que hace aparecer unidades y estructuras con contenidos concretos en tiempo y espacio. Los enunciados tienen cuatro características distintivas. La primera de ellas, su ligazón a un “referencial”, constituido por leyes de posibilidad y reglas de existencia para los objetos nombrados. Por otra parte, mantiene una relación determinada con un sujeto, definido como una función vacía, variable, que dispone posiciones subjetivas que pueden ser ocupadas por distintos individuos. Para existir, a su vez, necesita de un dominio asociado, el campo enunciativo en el que tiene un estatuto y especifica sus relaciones y agrupamientos con otros enunciados. Por último, tiene una existencia material, bajo un régimen institucional que delimita posibilidades de reinscripción y transcripción.

los enunciados que analizaremos no cuenten con la generalidad que define a una formación discursiva, la hipótesis que se sostiene en la investigación es que constituyen una serie dentro de otra serie con una historicidad propia, la que Caletti (2015) denomina “democracia electrónica”¹⁴. En ella, la relación entre tecnologías de comunicación, política y democracia es concebida a partir de una premisa que consiste en que la sociedad estaría atravesando una transformación integral por su ingreso en lo que se denomina “era digital”. El estudio arqueológico de Caletti tiene como punto de aplicación bibliografía especializada, generalmente producida en la academia o en sus márgenes. La síntesis de las características principales de esta serie será de utilidad para analizar las continuidades y transformaciones que se verifican en las plataformas.

Según Caletti, el objeto de la “democracia electrónica” está constituido por los recursos digitales cuando son puestos al servicio de la democracia, a la que se supone sirven con eficacia. Las innovaciones técnicas, analizadas con un tono triunfalista, son “desprendidas de cualquier tipo de proceso histórico-social en el que hayan sido concebidas, producidas y puestas en juego, para terminar pensando los efectos de su *aplicación* sobre la realidad social” (2015: 48). La multiplicación de la capacidad de incidencia de las opiniones ciudadanas en los asuntos de gobierno o en los *decision makers* a través de la participación constituye uno de esos efectos pretendidos, una idea que se reitera en las plataformas, especialmente en Avaaz y Change.

La incidencia de la *ciudadanía* en la “toma de decisiones” se enmarca en una consecuencia más vasta para la democracia representativa. A partir del contraste del presente con cierta idea de Atenas, la tecnología aparece como la causa de un retorno al ejercicio directo de la democracia, con una “participación ciudadana” que en unos enunciados apunta contra las instancias representativas y en otros se propone como su complementación¹⁵. En ambos casos, ese retorno parte de una transformación general de la sociedad, uno de cuyos giros habituales, según Caletti, es el de “sociedad red”. Dicha transformación queda explicada por la extensión de Internet y sus posibilidades de

¹⁴ Caletti (2015) caracteriza a la “democracia electrónica” como una formación discursiva. Aquí, en cambio, se la conceptualiza como una serie, porque carece de la transversalidad de una formación discursiva, concepto que refiere a agrupamientos más vastos de enunciados y grupos de enunciados.

¹⁵ Maldonado (1998) analiza la hipótesis extendida de la “república electrónica” y también encuentra estas dos posiciones en sus defensores. A lo señalado por Caletti respecto de la “democracia electrónica” se puede agregar a partir de Maldonado que además de una modificación en la “interacción” entre ciudadanos y representantes, con estos términos se hace referencia a una informatización en general de los “procedimientos y de los comportamientos operativos mediante los cuales los ciudadanos ejercen sus derechos en una democracia” (Maldonado, 1998: 48). En la investigación enfocamos en la “participación ciudadana”, pero el acceso a la información y la digitalización de trámites y servicios dirigidos a la ciudadanía, entre otros aspectos, también son enmarcados en estas nuevas “democracias electrónicas”.

conexión directa con otros, en el marco de una interactividad “muchos a muchos” en tiempo real, lo que conlleva una supresión de las distancias físicas.

Por otra parte, consideramos que el planteo de Foucault en relación a las formaciones discursivas permite distanciarnos de las teorías/ideologías de análisis del discurso idealista y mecanicista (Aguilar *et al*, 2013). Por un lado, en una formación discursiva se despliega un campo de posiciones subjetivas que no se confunden con el autor, al que no se considera fuente ni origen del sentido del enunciado que produce. El “yo” no es amo de su decir, sino que está sujeto a un orden del discurso que delimita lo que puede y debe decirse en una coyuntura histórica. Por el otro, la práctica discursiva no es determinada por otras instancias sino que está en relación con otros dominios de prácticas con los que se articula en una misma formación social. En este trabajo se describen prácticas discursivas que ejercen funciones en una sociedad dada en la que coexisten niveles heterogéneos que conforman una totalidad sobredeterminada, en el sentido althusseriano (1967). Para identificar los elementos que explican la emergencia y la efectividad social de las plataformas, además de remitirse a discursos que en principio podrían suponerse lejanos a la “participación ciudadana”, resulta necesario referirse a aspectos dominantes de la coyuntura. Esta explicación, sin embargo, no anula la novedad de las plataformas, su cualidad de *monumento*, dado que son las que posibilitan y efectivizan este entramado complejo de series dispersas y en simultáneo aportan novedades en cuanto al modo en que se “participa” en esta coyuntura.

Coyuntura: neoliberalismo, gestión y sondeo

La vinculación entre las plataformas y la coyuntura se realiza a partir del planteo de Althusser (1967) acerca de la *sobredeterminación*, el concepto con el que define la especificidad de la contradicción en Marx. Con *sobredeterminación*, Althusser refiere a la relación que se establece en una misma formación social entre distintas instancias, cada una de las cuales comporta sus propias contradicciones. La concepción de las coyunturas históricas como siempre *sobredeterminadas*, especificadas por prácticas diversas que actúan con su propia eficacia, pero articuladas, nos permite vincular las plataformas y sus enunciados con la complejidad de lo social. En términos de Althusser (1967: 81), toda instancia de la vida social, incluida la discursiva, es siempre “determinante pero también determinada en un solo y mismo movimiento, y determinada por los diversos *niveles* y las diversas *instancias* de la formación social”. Las plataformas, de este modo, no se

explican como el mero resultado de la “creatividad” y la “invención” de expertos en informática que diseñan “soluciones” para mejorar las democracias contemporáneas, uno de cuyos nudos centrales se encontraría en la fallida relación entre representantes y representados, expresada en términos de “crisis de representación” o “desafección democrática” (Martino: 2018; Hinojosa Navarro: 2017; Mas: 2015; Garrido Cabezas: 2011), sino como la condensación de aspectos dominantes de la coyuntura cuyos efectos se identifican en la *forma de participación y las interpelaciones subjetivas* que analizaremos.

Harvey (2007) caracteriza a las últimas cuatro décadas como un giro al neoliberalismo que implica la consolidación de una teoría de prácticas político-económicas que atrae la acción humana al dominio del mercado e identifica al bienestar con la promoción del libre desarrollo de las capacidades empresariales del individuo. Laval y Dardot (2015), por su parte, advierten sobre la normatividad práctica que distingue al neoliberalismo como productor de relaciones sociales que ponen en juego una *forma de existencia* caracterizada por la extensión de la lógica mercantil más allá de las fronteras del mercado, lo que desencadena “una subjetividad ‘contable’ mediante el procedimiento de hacer competir sistemáticamente a los individuos entre sí” (2015: 21). A los fines de la investigación, especialmente de la conjetura que desarrollaremos en el primer capítulo, es de relevancia retener la idea del neoliberalismo como productor de *situaciones de competencia* que resultan en una construcción de subjetividades según el modelo de la empresa. En este sentido, veremos cómo las técnicas de incentivación y evaluación del *management* disparan en las plataformas “un ‘efecto de cadena’ para producir ‘sujetos emprendedores’ que, a su vez, reproducirán, ampliarán, reforzarán las relaciones de competición entre ellos” (Laval y Dardot, 2015: 334).

En el mismo periodo, Stavrakakis señala el avance de la “gestión pública profesionalizada” y una despolitización de la “toma de decisiones”, confiada a instituciones y autoridades “neutrales” que siguen principios empresariales (2010: 286). Sostiene, a partir de la teoría de Lacan, que la democracia implica una paradoja entre lo positivo (la existencia de formas sociales sedimentadas) y lo negativo (la falta que irrumpe en lo positivo). Lo negativo no se concibe como una fuerza destructiva sino como un estímulo del deseo de nuevas identificaciones, surgido de la falta de plenitud de la *jouissance*, la energía inconsciente que inviste al displacer de placer. Stavrakakis caracteriza las democracias actuales como “posdemocráticas” por su respuesta frente a la negatividad, consistente en la promesa de un goce siempre diferido en el consumo. Este

desplazamiento continuo implica una dialéctica entre la falta y el deseo que lleva a una despolitización, porque “el mandato regulador del lazo social -¡Gozá!- se postula como universal” (2010: 295). El resultado es que la política deviene en administración por la pérdida de su connotación antagonista.

En relación con esta transformación, Caletti (2006, 2016) afirma que la confrontación que constituye a la política se reemplaza por una interlocución con arreglo a fines, prototípica del hurgar técnico del sondeo de opinión que cancela el decir político, el de un litigio por la representación de lo común. El instituto del sondeo, desde su perspectiva, radicaliza la ilusión de la representación de la voluntad popular mediante una “opinión pública” que se asimila a los pareceres de una muestra de ciudadanos estadísticamente representativa. La definición dominante de la palabra “política” acompaña esta mutación del decir. Los términos “ingeniería política”, “gestión” y “administración” indican la ocupación del espacio que solía ser propio de la política por estrategias de gestión de las que se encargan expertos.

El avance del sondeo, tal como señala Rancière, contribuye a la consolidación del “consenso” como régimen de lo sensible que niega el litigio político mediante “procedimientos de presentificación exhaustiva del pueblo y sus partes” (2007: 130). La argumentación de Rancière respecto a las democracias contemporáneas parte de su conceptualización de la política y los dispositivos de subjetivación. En ella enfocaremos a continuación, antes iniciar el análisis, junto a planteos de Althusser y Caletti que constituyen los núcleos conceptuales de la investigación. Sin embargo, primero debemos dejar asentado que las tendencias dominantes de la coyuntura que resultan en una desactivación del conflicto, en conjunto con la extensión de la competencia a ámbitos que exceden el mercantil, constituyen principios de explicación, en tanto procesos de la vida social, de la emergencia de las plataformas de “participación ciudadana” y sus formas, como veremos en cada uno de los capítulos.

Núcleos conceptuales: ideología, política y tecnología

Para trabajar en el corpus la cuestión de la subjetividad, el concepto central es el de ideología desde la perspectiva de Althusser (1967, 1970). La ideología expresa la manera en que los sujetos viven sus relaciones imaginarias con sus condiciones materiales de existencia. Está presente en toda la historia, es *omnihistórica*, y se impone inconscientemente como estructura. La tesis central de Althusser es que la función que define la ideología es interpelar a los individuos como sujetos, a través de un doble

mecanismo de reconocimiento (de las evidencias de las prácticas cotidianas que garantizan al sujeto que es único) y desconocimiento (del funcionamiento de la ideología que constituye sujetos que son siempre ya sujetos). Tendremos en cuenta este doble mecanismo cuando analicemos en el segundo capítulo la *singularización de lo igual*, la estructura común de las interpelaciones al *vecino* y al *ciudadano común*.

Rancière aporta conceptos para analizar la relación entre subjetividad y política en las plataformas. Sostiene que lo político es el encuentro entre el proceso de gobernar, llamado policía, que “entraña crear el asentimiento de la comunidad, cosa que descansa en la distribución de participaciones y la jerarquía de lugares y funciones” (2010: 145) y el proceso de la igualdad, llamado emancipación, consistente en un conjunto de prácticas que suponen la igualdad. La política es el proceso de emancipación, la construcción de igualdad que implica un proceso de subjetivación, es decir, de desclasificación de las categorías establecidas por la policía. Sujeto es el que rechaza las identidades del orden dominante. Si bien esta conceptualización del sujeto difiere de la althusseriana, la distinción entre policía y emancipación resulta pertinente a fines de indagar en las consecuencias políticas de la “participación ciudadana” que emerge en las plataformas. Como sostiene Rancière (2007), la política existe gracias a dispositivos de subjetivación específicos que superponen al orden policial “otra comunidad que no existe sino por y para el conflicto, una comunidad que es la del conflicto en torno a la existencia misma de lo común entre lo que tiene parte y lo que no la tiene” (2007: 52).

El planteo de Althusser y la distinción entre las lógicas policial e igualitaria nos conducen a preguntarnos si los participantes *se reconocen ideológicamente en los lugares y las funciones que las plataformas les ofrecen y las consecuencias políticas que de ello se derivan*. Veremos cómo los participantes interpelados en su *singularidad* como *vecinos o personas comunes* se aferran a lo que sus *experiencias o historias* tienen de “reales”, un aspecto que quedará vinculado al instituto del sondeo y a las características generales de lo que Rancière (2007) describe como democracias consensuales.

En último lugar, debemos señalar que la referencia a la coyuntura y a un entrecruzamiento de discursos para explicar a las plataformas parte de una conceptualización teórica de la tecnología como condensación de las formas y relaciones sociales dominantes antes que como un ente sustancializado que *impacta y produce efectos* en lo social humano desde una presunta exterioridad (Caletti: 2015). Los éxitos de la tecnología, desde la perspectiva de Caletti, se asientan en su capacidad para “materializar” –y por cierto *extender*, a favor de ciertos agentes y estrategias- tendencias

sin embargo definidas en el seno de la propia vida social, en la práctica de sus luchas e, incluso, de sus configuraciones imaginarias” (2015: 60). En este marco, consideramos a Internet, la tecnología predominante de esta época¹⁶, como una nueva forma del espacio de lo público, lo que “vuelve más compleja y dinámica la proposición visible de sí misma (de la sociedad) y sus relaciones con los institutos de la dominación que todo gobierno del estado implica” (2015: 99). La complejidad de lo social, por lo tanto, se hará visible también en esta nueva forma del espacio de lo público, bajo formas que pueden resultar o no novedosas. De este modo, para estudiar a las plataformas se evita caer en un *fetichismo tecnológico* (Caletti: 2015) que olvida la espesura de las relaciones sociales al otorgarle una función determinante y avasalladora a los avances técnicos.

Hemos delineado, entonces, las características de nuestra perspectiva teórico-metodológica, con el análisis arqueológico del discurso (Foucault: 2015) y el concepto de *sobredeterminación* (Althusser: 1967) como elementos centrales. Vale recordar que el objetivo principal de la investigación es *explicar las “condiciones” desde las cuales se “participa” en las plataformas*. Para ello, en los dos primeros capítulos el análisis permanecerá ceñido a plataformas municipales y de peticiones. La investigación, ya lo adelantamos, comenzará con la definición de la *forma que asume la participación: el concurso*. Luego será el momento de detenerse en la *singularización de lo igual*, la estructura común de las *interpelaciones subjetivas al vecino y a la persona común*. Finalmente, en el tercer capítulo, ampliaremos nuestro corpus de análisis para definir la especificidad de las plataformas al interior de la serie de la “democracia electrónica” (Caletti: 2015) y estableceremos su *novedad* en relación a las formas tradicionales del sondeo. Así, constataremos que las plataformas, antes que en la idealizada ágora ateniense y su virtuosa “democracia directa”, se inscriben en la tendencia dominante a *concebir la política como gestión, una gestión que requiere de la “participación” de los ciudadanos en Internet para obtener “información” acerca de sus deseos y comportamientos*.

¹⁶ Aquí nos apropiamos también de la definición de Williams (1992). El autor diferencia a las técnicas, entendidas como habilidades particulares o aplicaciones de dichas habilidades, de la tecnología que “es, en primer lugar, el marco de conocimientos necesarios para el desarrollo de dichas habilidades y aplicaciones y, en segundo lugar, un marco de conocimientos y condiciones para la utilización y aplicación prácticas” (184). Como sostiene Williams, las tecnologías “nunca se pueden considerar de forma aislada. La técnica de la escritura es una cosa, pero la *tecnología* de la escritura implicó, no solo el desarrollo de instrumentos y materiales de escritura, sino también el desarrollo de un cuerpo más amplio de conocimientos y, especialmente de la habilidad para leer, que, en la práctica, era inseparable de las formas más generales de la organización social” (1992: 190). Las afirmaciones de Williams apuntan en la misma dirección que Caletti: si las tecnologías de comunicación y sus desarrollos tienen una historia, es solo a condición de considerarlas insertas en un marco social general que las excede y en cuya definición, a su vez, intervienen.

Vecinos y ciudadanos: ¡a competir!

Las plataformas digitales a analizar, pese a la variación de las problemáticas a las que se dirige la participación, comparten el supuesto de que los *ciudadanos* resultan, sin excepción, favorecidos por las posibilidades de actuación que disponen para ellos. El *empoderamiento ciudadano* y la *colaboración* son conceptos recurrentes con los que se designa el involucramiento de los participantes en la mejora de sus propias condiciones de vida, ya sea con peticiones que se proponen resolver un problema en la mayoría de los casos personal o propuestas que focalizan en espacios cercanos y cotidianos. Así, por ejemplo, Change puede decir que “trabaja para empoderar a las personas que buscan cambios concretos y luchan contra las injusticias”¹⁷ y BA Elige que es “una evolución de la participación ciudadana (...) un espacio abierto y accesible en donde todos podemos hacer de nuestras ideas una realidad”¹⁸. Avaaz, inclusive, proyecta los efectos de la participación en su plataforma a una escala más elevada al presentarse como “la comunidad activista que acerca el poder y la voz de la gente a los centros políticos de decisión a nivel mundial”¹⁹.

El supuesto del *empoderamiento ciudadano* requiere ser problematizado en el análisis. El objetivo principal de este capítulo es determinar la *forma* que asume la participación y dilucidar los efectos que produce en la actividad de los participantes, quienes atraviesan distintas etapas hasta alcanzar la concreción, no garantizada, de su propuesta o petición. La conjetura que guía el capítulo es que dicha actividad es orientada por la *forma competitiva* de participación que se efectiviza en las plataformas.

Una *forma* común de participación, entonces, es lo que se busca definir. Como se verá, esa *forma* no escapa a determinaciones de la coyuntura actual. Lo que se intentará demostrar a continuación es la existencia de una “participación ciudadana” que consiste en una combinatoria de un mecanismo competitivo, en el que los participantes son recompensados por los “méritos” de sus propuestas o peticiones, aspecto en el que se identifica una extensión de las técnicas de incentivación del *management* (Laval y Dardot: 2015), y dos lógicas. En las plataformas municipales, la del instituto del sondeo, cuya cualidad distintiva es la de un diálogo instrumentalizado para conseguir de la *ciudadanía* información que se considera necesaria (Caletti: 2006, 2015 y 2016); y en Avaaz, Change

¹⁷ www.change.org/about/business-model (consultado: 3-2-2018).

¹⁸ baelige.buenosaires.gob.ar/ba_elige (consultado: 11-11-2017).

¹⁹ secure.avaaz.org/page/es/ (consultado: 3-2-2018).

y HagamosEco, la de la “razón humanitaria” que legitima prácticas y discursos dirigidos a los dominados a través del despliegue de los sentimientos morales (Fassin: 2016).

El rasgo que comparten todas las plataformas, además de la *forma competitiva de participación*, es el efecto de *consenso* que generan, porque los *ciudadanos* demuestran, con sus propuestas y peticiones, cuáles son sus “preocupaciones reales”. Lo novedoso de este rasgo característico del instituto del sondeo radica en que los *ciudadanos* brindan la información *sin ser consultados*. Lejos del aburrimiento de los cuestionarios y las respuestas prestablecidas, Internet y el software libre parecen haber llegado para desatar una participación ciudadana “libre” y “creativa”.

La *forma competitiva* de participación implica un *llamado a la creatividad*, necesaria para “destacarse” y “superar” a los pares. Las funciones de votar y apoyar las propuestas y firmar las peticiones incentivan a los participantes a realizar las *mejores* para resultar “ganador” o declarar la “victoria”. Las plataformas acompañan el incentivo a la *valorización* de propuestas y peticiones con consejos para la eficacia en su difusión en los que interviene el discurso del *marketing*. Los participantes son interpelados a transformarse en *publicistas*, con la construcción de una “campana” destinada a públicos delimitados según “perfiles”.

El capítulo comenzará con el análisis de la categorización temática de las propuestas en las plataformas municipales, un aspecto en el que se destacan por la sistematicidad con la que las descripciones de las categorías conducen la “participación ciudadana” a espacios con funciones específicas. Luego será el momento de detenerse en las guías de difusión y los efectos de la *interpelación publicitaria* en el funcionamiento participativo. El tercer apartado enfocará en la existencia de figuras opuestas al *ciudadano* que se “empodera”: los *expertos* que evalúan las propuestas y los *destinatarios* o *tomadores de decisiones* que resuelven sobre las peticiones. El capítulo finalizará con la definición de las características generales de la *forma de participación*, *el concurso*, y sus consecuencias políticas en cuanto a los modos con los que los participantes asumen su relación con la conflictividad social.

Categorías: la regionalización ideológica como marco de la actividad participante

En las plataformas municipales, una condición previa y necesaria para la participación del *ciudadano/vecino* es la categorización temática de las propuestas o reportes. Esta repartición en áreas se asemeja a lo que Pêcheux describe como “regionalización” para los aparatos ideológicos de Estado (AIE). El autor señala un

carácter doble de los AIE en una formación social determinada: una especialización, sus “propiedades regionales”, y su carácter de clase que combinados hacen que los “objetos ideológicos”, en su materialidad concreta, sean provistos junto a sus instrucciones de uso, una orientación acerca del “modo de usarlos” (2003: 159). En este apartado analizaremos una categorización en las plataformas municipales que funciona como una “disyunción regional organizada” en la que las cuestiones a tratar están fijadas de antemano (Pêcheux: 2010). Cristalización que funciona ideológicamente como evidencia, este esquema clasificatorio estructura el campo de acción del *ciudadano/vecino*. Para que su propuesta prospere, debe encajarla en alguno de los casilleros que se le ofrecen.

En Avaaz, Change y HagamosEco también existen categorías, pero, a diferencia de las plataformas municipales, no hay descripciones que indiquen a los participantes en cuál encajar su petición. En Change, los temas “populares” en Argentina son “salud”, “animales”, “medio ambiente”, “obras sociales”, “niños” y “corrupción”. En la página de inicio, las “peticiones victoriosas” que se destacan consisten en reclamos individuales contra prepagas u obras sociales por incumplimientos en la atención a pacientes enfermos. Su inclusión en un “lugar relevante” es una manera de promover ese tipo de peticiones, pero aun así la función de las categorías carece de la fuerza ordenadora que sí presenta en las plataformas municipales. En Avaaz, los “temas urgentes” ante los que actúan los *ciudadanos* van “desde combatir la corrupción, la pobreza y el conflicto armado, hasta la lucha contra el cambio climático”. Al igual que en Change, las categorías no direccionan el accionar de los participantes con indicaciones específicas²⁰.

La regionalización en BA Elige, Barrios Activos, Ingenia y SI Propone se superpone, por un lado, con la división a gran escala de los aparatos ideológicos de estado que Althusser enumera²¹ (1970). Por el otro, reproduce la especialización ministerial de la acción de gobierno, en línea con la sustancialización de los problemas a resolver que señala Caletti (2006) como característica de las democracias actuales. Así, salud, educación, innovación, tecnología, deportes, cultura, arte, seguridad, transporte y medio ambiente aparecen, en principio, como cuestiones inconexas²², porque en cada una de las

²⁰ En HagamosEco las “campañas medioambientales” están ordenadas en “alimentos”, “bosques”, “cambio climático”, “contaminación”, “derecho animal”, “espacios verdes”, “nuclear” y “tóxicos”.

²¹ Nos referimos a ese “cierto número de realidades que se presentan al observador inmediato bajo la forma de instituciones distintas y especializadas” (1970: 27-28) que incluye a los AIE religiosos, escolar, familiar, jurídico, político, sindical, de información y cultural.

²² Ingenia, a diferencia de las otras plataformas, presenta una menor cantidad de ejes, con una definición más amplia y transversal: “Ciudadanía y Diálogo”, “Emancipación y Proyecto de Vida”, “Bienestar Joven” y “Lenguajes Culturales”. El primero refiere a proyectos acerca de “participación joven”, “diversidad” y “fortalecimiento de la ciudadanía”. El segundo menciona aspectos sociales, económicos y personales de la

categorías se detallan los aspectos que los participantes deben considerar para enmarcar sus propuestas de una manera “correcta”.

Si bien nos detendremos en las indicaciones acerca del *modo de usar las categorías*, el análisis excede el foco más descriptivo, apegado a la división categorial, para identificar regularidades que la atraviesan: primero, una oposición entre “lo público” y “lo privado” que direcciona la “participación ciudadana” a “espacios públicos”; segundo, una concepción del “tiempo libre” ligado al cumplimiento de fines en los que se verifica un entrecruzamiento con el *discurso de los recursos humanos*; y, por último, la interpelación al participante como *inversor*, una figura subjetiva relevante para la *forma concurso de participación*.

Antes de adentrarse en el análisis de estas regularidades, vale señalar que cada categoría se apropia para sí de una “región” que la excluye de las otras. Los participantes, aunque no lean las indicaciones, *reconocen que tales “problemas” pertenecen o se adecúan a tales categorías, identifican el “lugar correcto” para ellos*. BA Elige y Barrios Activos, para empezar, dedican un apartado a la “seguridad”. El mapa interactivo la define como una “necesidad básica de toda persona y/o sociedad” y BA Elige sugiere la vigilancia del “espacio” definido en otras categorías como “público”: “¿Sabías que podés proponer instalar nuevas cámaras de seguridad?”. “Mascotas”, con indicaciones sobre sus espacios, bienestar y cuidado, constituye también un ámbito de actividad para el *ciudadano/vecino*. La “educación”, por otro lado, queda circunscripta a lo que ocurre en las escuelas en BA Elige y SI Propone. La plataforma porteña solicita “especificar el nombre de la escuela, número y la dirección”, en tanto que SI Propone invita a proponer ideas sobre “establecimientos educativos” o “talleres para niños en edad escolar”²³.

Las publicidades audiovisuales de BA Elige y Barrios Activos resaltan el carácter *regionalizante* de las categorías. En un video que anuncia la “etapa de evaluación” de la edición 2019, BA Elige muestra sus once categorías, cada una enmarcada en un cuadrado con una imagen en su interior²⁴. Una lupa emerge y se posa sobre “deportes y calidad de

“emancipación”, vinculados a “educación”, “trabajo decente”, “vivienda”, “arraigo” y “emprendedorismo”. “Bienestar joven” enfoca en “salud”, “seguridad vial” y “desarrollo sostenible”, en tanto que “Lenguajes Culturales” abarca “cultura”, “deporte”, “ocio creativo” y “nuevas tecnologías”. Sin embargo, las categorías que acompañan los proyectos son más específicas y reproducen a grandes rasgos la regionalización señalada, a excepción de “Empleo y capacitación” e “Integración social”, las únicas referencias al trabajo y situaciones de desigualdad de ingresos o acceso a servicios básicos en las plataformas. Disponible en: ingenia.virtuagora.org/acerca (consultado: 2-3-2018).

²³ Las citas respecto a las categorías se extraen de: baelige.buenosaires.gob.ar/tips, sipropone.sanisidro.gob.ar/pagina/si-propone y barriosactivos.org/acerca-de (consultadas: 20-3-2018).

²⁴ Disponible en: www.youtube.com/watch?v=UAVIrP5BEH0 (consultado: 17-6-2019).

vida” para hacer zoom en una pista de skate, en tanto que en “arte urbano”, “espacios verdes” y “seguridad” se muestran un mural, un lago en un parque y personas esperando la llegada de un tren en una estación, respectivamente. Barrios Activos presenta tres videos en los que un *ciudadano* camina por la vereda y se encuentra con “problemas” relacionados a “transporte y tránsito”, “mobiliario urbano” y “seguridad”. En este último caso, una *ciudadana* se enfrenta a una “esquina insegura” y surge un conjunto de iconos que representan a las categorías, el de “seguridad” con un tamaño más grande. “Hace unos días que no funcionan las luces de esta esquina. Ya le robaron a varias personas que pasaron de noche por este lugar”, sostiene, y continúa: “algo tan simple como mantener iluminada la calle puede darnos la tranquilidad que necesitamos para vivir mejor”. En los tres videos se concluye con un llamado a la participación de otros *ciudadanos*: “Si ves algo fuera de lugar, reportalo y empecemos el cambio juntos”²⁵.

El mapa interactivo distingue *lo que está fuera de lugar de lo que no* en los barrios, en tanto que BA Elige muestra en imágenes lo que “corresponde” a cada categoría. Estas distinciones son presentadas con *la naturalidad de lo evidente* en las publicidades, aspecto en el que reside el *carácter instructivo* de la regionalización ideológica que direcciona la “participación ciudadana” a *lugares correctos* que obedecen a la división en categorías. Ahora bien, como se señaló más arriba, en la regionalización también se identifican regularidades que refuerzan y especifican las orientaciones explícitas de cada categoría.

En primer lugar, la contraposición entre “lo público” y “lo privado” como espacios delimitados y diferenciados circunscribe la actividad del *ciudadano* a los “espacios públicos”. La “movilidad” y el “tránsito” refieren a la posibilidad de proponer modificaciones en las “vías públicas”, en BA Elige con hincapié en el “transporte público” y las “ciclovías”. En Barrios Activos se aclara que el desplazamiento en las calles incluye a “vehículos privados” y “servicios que se prestan al público”. A la calle como ámbito de actuación ciudadana se suman los “espacios verdes”, plazas y parques, relacionados al reciclado y el medio ambiente. SI Propone aclara que las propuestas en “alumbrado público, higiene urbana, cuidado de árboles y espacios verdes, recolección diferenciada de residuos y reciclado” contribuyen a la creación de una ciudad “eficiente en la utilización de los recursos”, en tanto que BA Elige vincula estos espacios con

²⁵ En el segundo capítulo analizaremos otro video de Barrios Activos, en el marco de la interpelación a los participantes como *vecinos*. En el canal de YouTube de la plataforma se los puede encontrar: www.youtube.com/channel/UCnut46TvZo6tSe3-ML2dpwQ (consultado: 17-6-2019).

actividades deportivas al aire libre, con la prevención de recordarle al participante que a su propuesta puede “sumarle espacios de guardado de objetos personales”.

Los “espacios verdes”, entonces, constituyen otro ámbito de actuación posible para el *ciudadano/vecino*, pero también cuentan con una función específica. Si la calle es el lugar de la movilidad y el desplazamiento, el “espacio verde” es el sitio para la “recreación”, vinculada al deporte y la relación con los otros. En Barrios Activos, se le indica al participante que los reportes de la categoría “espacios verdes” refieren a los “espacios públicos que funcionan como articuladores de la vida social y sectores de recreación”. SI Propone relaciona deporte con “esparcimiento” y enfatiza que las propuestas tienen el objetivo de “promover la educación en el uso activo del tiempo libre y la socialización”. En BA Elige se invita a “potenciar” el uso de las plazas y en Ingenia, bajo el eje de “Lenguajes culturales”, el “ocio creativo” de los jóvenes. En su propuesta, el participante debe tener en cuenta una “recreación” destinada a fines específicos. Lo mismo ocurre en las categorías de deporte y salud. “¡Impulsemos el deporte en la Ciudad para mejorar nuestra calidad de vida!”, resalta BA Elige, en tanto que Ingenia invita a lograr un “mayor bienestar joven” a través del “fomento de hábitos saludables”.

Socialización, recreación, uso activo del tiempo libre, ocio creativo, hábitos saludables. El entrelazamiento de estos términos es habitual en el *discurso de los recursos humanos*, pero referido a la “productividad”, el “bienestar” y la “calidad de vida” de los empleados. Así, por ejemplo, se sostiene que hay estudios que demuestran que “los trabajadores que llevan estilos de vida saludables y practican deporte de manera habitual, obtienen resultados más satisfactorios durante su jornada laboral. Una mente sana y activa es una mente buena”²⁶, y que “el tiempo que se dedica a socializar -siempre dentro de unos límites normales- tiene una influencia muy positiva sobre la empresa. Entre otros, el sentimiento de equipo de los distintos miembros (...) se verá beneficiado”²⁷.

En las plataformas municipales, el vocabulario de la *gestión de los recursos humanos* de la empresa se dirige al “tiempo libre” de los *ciudadanos* que, como sostiene Adorno (1973), se define por oposición al “tiempo no libre”, el del trabajo, que lo condiciona en sus características esenciales. Si el departamento de recursos humanos de

²⁶ “Un empleado feliz garantiza la atracción de nuevos talentos”. www.rrhdigital.com/secciones/mercado-laboral/133168/Un-empleado-feliz-garantiza-la-atraccion-de-nuevos-talentos (consultado: 1-04-2019).

²⁷ “La importancia de crear una zona de descanso en la oficina”. www.lambdatres.com/2013/05/la-importancia-de-crear-una-zona-de-descanso-en-la-oficina/ (consultado: 1-04-2019).

la empresa busca canalizar el “tiempo libre” al interior del trabajo²⁸ con objetivos de *productividad y calidad de vida*, las plataformas municipales ponen en práctica la misma racionalidad gestora en las categorías con la motivación a que los *vecinos/ciudadanos* lleven una vida “saludable”, “social” y “recreativa” en el tiempo fuera del trabajo.

Además de que oriente su propuesta a fines específicos, acordes a la categoría seleccionada, se espera que el participante *Cree valor* con sus ideas. En SI Propone, se le sugiere que aporte “nuevas atracciones y servicios que promuevan el turismo en San Isidro”. BA Elige insta a *poner en valor* plazas y “espacios culturales y deportivos”. En la categoría “cultura”, la interpelación es a “potenciar la oferta local y la identidad del barrio”. El gobierno porteño asigna quinientos millones de pesos que se dividen entre las quince comunas para que se realicen las propuestas más votadas en cada una y cien millones más para propuestas destinadas a toda la ciudad. Para guiar la elaboración de propuestas se ofrece la sección “¿Qué es la inversión?”²⁹. Allí se diferencian mediante ejemplos los “gastos de inversión” de los “gastos corrientes”. Las propuestas son consideradas inválidas si generan “gastos corrientes”, por lo que la participación implica conocer esa distinción, también necesaria para el votante que selecciona propuestas hasta agotar el presupuesto asignado a su comuna. El sujeto de la participación se comporta como un *inversor*: cuenta con un capital y debe decidir en qué invertirlo³⁰. En el caso de Ingenia, lo que se decide es la *administración* de los veintidós mil pesos asignados para

²⁸ Adorno escribe en 1969 (1973: 56): “... se marca a fuego en la conciencia e inconsciencia de los hombres la norma de que tiempo libre y trabajo son dos cosas distintas. Como según la moral del trabajo vigente, el tiempo libre tiene por función restaurar la fuerza de trabajo, precisamente porque se lo convierte en mero apéndice del trabajo es separado de este con minuciosidad puritana”. Hoy, la figura del *empresario de sí mismo* (Laval y Dardot: 2015), en la que el análisis se detendrá más adelante, torna anacrónicas las consideraciones de Adorno, dado que para los departamentos de recursos humanos es deseable la integración de la vida personal y laboral. La “socialización” y el “tiempo libre” se incrustan en el “tiempo de trabajo” y el “tiempo de trabajo” se flexibiliza con modalidades que vuelven difusa la divisoria con el “tiempo libre”, como el *home office*, entre otras.

²⁹ baelige.buenosaires.gob.ar/participation_facts (consultado: 10-11-2017).

³⁰ La interpelación al *ciudadano* como *inversor* no es exclusiva de BA Elige. El sitio *invertir.gob.ar* de la Comisión Nacional de Valores se presenta como “el portal de la educación financiera”. Se aclara que “No es necesario tener conocimientos específicos o realizar una carrera académica relacionada con las finanzas para introducirnos en este ámbito. Desde la CNV se ofrecen diferentes herramientas que permiten familiarizarnos con el funcionamiento del Mercado de Capitales, a fin de poder tomar la mejor decisión compatible con nuestro perfil de inversor”. El “perfil de inversor” se determina con un “test” de preguntas con el objetivo de conocer cuántos riesgos está dispuesto a asumir el *inversor* y, por lo tanto, en qué instrumentos financieros debe centrar su atención. Dichos instrumentos, incluso, se vinculan con la trayectoria vital del *ciudadano/inversor*: “es sumamente importante identificar como inversor en qué etapa de la vida nos encontramos para así luego poder elegir los productos financieros que se adecuen mejor a nuestras necesidades y nos permitan sacar el máximo provecho posible de los recursos disponibles”. La interpelación al *inversor* excede, desde luego, a las plataformas gubernamentales. *InvertirOnline.com*, por ejemplo, invita a utilizar su “simulador de inversiones” con la siguiente exhortación: “Administra tu cartera, seguí de cerca tus inversiones y maximizá tus conocimientos. ¡Descubrí tu potencial como inversor!”. (Sitios consultados: 10-4-2019).

cada uno de los proyectos. Los modos de actuar que conllevan las categorías modelan a un participante que sigue una racionalidad empresarial, porque sus actividades deben “compararse a una producción, una inversión, un cálculo de costes. La economía se convierte en una disciplina personal” (Laval y Dardot, 2015: 335), tanto por la *inversión* y *administración* de los recursos económicos asignados como por la regulación del “tiempo libre” para la *recreación*, *socialización* y *calidad de vida*.

La regionalización delimita los ámbitos de intervención que corresponden al *ciudadano/vecino* y lo orienta a la concreción de fines específicos. Con la excepción de Ingenia, la división entre “lo público” y “lo privado” funciona como una ordenación de espacios propios del ejercicio de la “participación ciudadana”. Los “espacios públicos” con mayor atribución de actividad al participante son los “espacios verdes” y la “vía pública”, ligados con las funciones de *recreación*, entendida como momento de *socialización*, y *movilidad*. El arreglo de escuelas, el cuidado de las mascotas y la vigilancia de los “espacios públicos” también son puntos comunes para la participación del *ciudadano/vecino* que, además, debe considerar su *utilidad* en cuanto *valorización*, lo que constituye a los participantes en *inversores*. La “participación ciudadana”, de este modo, queda circunscripta a *lugares correctos con funciones apropiadas* que en BA Elige, Barrios Activos y SI Propone no exceden los espacios cotidianos: veredas, calles, plazas y escuelas del barrio o municipio. Lo que queda por fuera de estas categorías y sus instrucciones permanece en penumbras para el participante. Si le compete, no es en tanto que *ciudadano/vecino*: pertenece a la región de su “privacidad”.

Ganar los apoyos: el participante como publicista

Las indicaciones para los participantes no se limitan a la inclusión de su propuesta en categorías. Tanto en las plataformas municipales como en las de peticiones hay secciones con consejos para la difusión de la propuesta o petición. Avaaz, Change y HagamosEco comparten el ofrecimiento al *peticionante* de guías para alcanzar la “victoria” y obtener las firmas que le permitan entrar en contacto con el *tomador de decisiones*. La sección de Avaaz se titula “Cómo diseñar una petición ganadora” y muestra “características que son afines a todas las peticiones exitosas”³¹.

BA Elige impulsa un accionar orientado a la obtención del reconocimiento en la página “Consejos para difundir tu propuesta”. Bajo el llamado “¡Explotá tu creatividad”

³¹ www.avaaz.org/es/petition/how_to_promote_your_petition/ (consultado: 4-8-2019).

se interpela a los participantes a utilizar las redes sociales para llegar “a la mayor cantidad de gente”. Se sugiere ser “claro, concreto, conciso y adecuado” y la utilización de contenido visual por su efectividad³². Barrios Activos también aconseja al participante respecto a las imágenes. Los reportes que incluyen fotos “consiguen más apoyo y logran cambios más rápidos. Ingresar imágenes y/o un video del reporte es fundamental para darle veracidad y difusión al publicarlo”³³.

La sección de consejos de BA Elige permite descargar un “kit de difusión”. Incluye dos imágenes con la estética general del sitio que invitan al participante a llenar espacios en blanco con información sobre su proyecto. La iniciativa se inspira en el “Kit Decide” de la plataforma Decide Madrid. El kit madrileño, un manual de veintitrés páginas, se presenta como una ayuda para “comunicar tus propuestas y que tengan el mayor éxito posible. Para que tus propuestas se aprueben es fundamental que estés detrás de ellas impulsándolas”³⁴. Enumera una serie de pasos para preparar la “campaña” del participante al que se le advierte: “No necesitas habilidades especiales, ni conocimientos de informática ni de diseño, sólo necesitas... ¡ENTUSIASMO!”. El primero consiste en la “definición del objetivo”. El siguiente, la “identificación de tu público objetivo”, se trata de “definir el perfil de aquellas personas a las que nos queremos dirigir”. Se aclara que es “más útil si se definen por intereses comunes, preferencias o actitudes”. En el tercero, se requiere determinar una “idea fuerza”, una “frase sencilla, breve y directa” que evoque “imágenes y emociones”. Una vez definidos estos componentes, el cuarto paso es la elección de los “canales apropiados” que dependerán de su “adecuación” al “público objetivo”. El siguiente es establecer un calendario de las “fases de campaña” para mantenerla “activa”. En el caso de las redes sociales, se le sugiere al participante “conocer los horarios de mayor actividad”, porque “garantiza mayor participación”.

En Ingenia, a diferencia de BA Elige, Barrios Activos y Decide Madrid, los consejos que se le ofrecen al participante brindan orientaciones para la difusión de la puesta en marcha del proyecto, el momento posterior a su selección por el jurado. La plataforma santafesina cuenta con dos guías, una de redes sociales y otra de comunicación. En ambas se enfatiza en la necesidad de “estar conectados” a través del

³² baelige.buenosaires.gob.ar/advices (consultado: 10-7-2019).

³³ faq.barriosactivos.com/article-category/reportes/ (consultado: 10-11-2017).

³⁴ El kit se puede descargar en: decide.madrid.es/mas-informacion/kit-decide (consultado: 15-4-2018).

“hashtag #Ingenia” para conseguir una mayor visibilización del programa y de ese modo “formar una comunidad #Ingenia”³⁵.

El participante es interpelado a transformarse en el *publicista* de su propuesta, integrante ahora de una “campaña” que requiere de un trabajo constante y la construcción de una “comunidad”. En esta búsqueda del reconocimiento de los otros *ciudadanos/vecinos* prevalecen los términos del marketing: *público, idea fuerza, canales, formatos, técnicas, repercusión, alcance, recursos*, todos ellos presentados bajo el manto de la eficacia en la consecución de una “mejor difusión” y la “visibilización” del proyecto.

El *ciudadano/vecino* debe pensar en una comunicación entendida como la construcción de una “campaña” destinada a otros *ciudadanos/vecinos* delimitados según “perfiles”. En Barrios Activos, se invita a compartir el reporte con “tu propia gente”, “familia”, “amigos” y “vecinos de tu cuadra”. BA Elige le propone al participante que piense en los grupos de interés relacionados con su propuesta: “Por ejemplo, si tu propuesta implica la creación de un canil en una plaza, los vecinos con mascotas del barrio y organizaciones que cuidan a mascotas estarán interesados en apoyarla”.

En la búsqueda de votos y apoyos, por lo tanto, el *ciudadano/vecino* necesita de herramientas eficaces que le permitan hacer más atractiva su propuesta y alcanzar una mejor difusión a “públicos” definidos por cercanía, afinidad o interés. Las plataformas interpelan a un sujeto que debe *valorizar* su propuesta para incrementar las chances de “ganar”. La intensificación del rendimiento, ese plus que requiere la propuesta para sobresalir, tiene un horizonte deseado, de realización de sí. En BA Elige y SI Propone, alcanzar la votación, la última etapa de supervivencia que deben atravesar las ideas del *ciudadano/vecino* para “convertirse en realidad”, y *ganarla*. En Barrios Activos, la solución del reporte, obtenida gracias al “apoyo” de *los vecinos*, y en Ingenia, la selección del proyecto por parte del jurado, uno de cuyos criterios consiste en la evaluación de la difusión y la “banca” lograda por el grupo de jóvenes. En la *interpelación publicitaria*, por lo tanto, se identifica un dispositivo que según Laval y Dardot distingue al neoliberalismo, el “*rendimiento/goce*” cuyo resultado es un sujeto hecho para “triunfar” que produce y goza en simultáneo “cada vez más”, impulsado por “el doble sentido de un

³⁵ En la guía de comunicación, además, bajo el título “Hagamos que más jóvenes se sumen a Ingenia!”, los participantes son *responsabilizados* por cumplir “pautas de comunicación” con el objetivo de lograr que otros *jóvenes ciudadanos* participen en las ediciones futuras. Por ese motivo, se los invita a registrar sus proyectos a través de consejos de escritura y selección de imágenes. La guía se puede consultar en: www.santafe.gob.ar/index.php/web/content/download/229128/1199784/file/Gu%C3%ADa%20Comunicacional.pdf (consultado: 26-6-2018).

discurso gerencial que hace del rendimiento un deber y de un discurso publicitario que hace del goce un imperativo” (2015: 360).

La *interpelación publicitaria* que motiva a los participantes a destacarse con miras a la obtención de una recompensa se reitera en Avaaz, Change y HagamosEco. Una peculiaridad de los consejos consiste en que se legitiman en lo que está dispuesta a apoyar *la gente*, el sujeto lector de peticiones que se supone constante en sus preferencias y funda la garantía de eficacia de las guías³⁶. La evidencia ideológica acerca de los gustos de “la gente” tiene el efecto de generar que las peticiones se asemejen unas a otras, como se verá en el próximo capítulo cuando se analice un grupo de peticiones de Change. El “éxito” de peticiones anteriores justifica los contenidos de los consejos que orientan la escritura de las peticiones futuras.

Antes de analizar la novedad que aportan Avaaz, Change y HagamosEco, consistente en la invitación recurrente a narrar una *historia* y publicar una *foto personal* en las peticiones, resulta necesario detenerse en que la promesa de realización de sí de las plataformas, la “victoria”, es correlativa a la *responsabilización* de los participantes del “éxito” de su propuesta o petición. Para la obtención de firmas, HagamosEco señala que es más efectivo si “diriges tu petición a un grupo personalizado, con un perfil claro y de una manera creativa, explicando por qué los adeptos deben apoyarla. Pero, probablemente, no funcione mucho si simplemente creas una petición y la abandonas”³⁷. HagamosEco les advierte a los participantes: “Eres responsable por mantener tu campaña en un nivel razonable y trabajar en ella para que sea un éxito”³⁸.

El discurso del *marketing* guía la acción del sujeto de la participación, rodeada en este caso por un vocabulario del *éxito* que, en silencio, hace aparecer a su contrario: el *fracaso*, del que es responsable exclusivo el *peticionante*. Sus “méritos”, además, se relacionan con su capacidad “creativa”. En Avaaz se le dice: “no le pongas freno a tu creatividad -- ¡No hay límites a lo que puedes hacer con tu petición!”. Si no existen límites

³⁶ En la sección de ayuda de Avaaz sobre los títulos de las peticiones se afirma que “es lo primero que la gente leerá de tu petición. Si no captura su atención, ¡no lograrás convencerles!”. En “Cómo Escribir una Petición Efectiva”, que “No olvides explicarle a la gente cómo la acción que propones puede contribuir a lograr una solución. (...) Muchas personas interesadas, pero que poco conocen del tema de tu petición, no leerán un texto larguísimo” (www.avaaz.org/es/community_petitions/how_to_create_petition/; consultado: 20-3-2019). Change.org comparte ambos supuestos sobre el sujeto lector “gente” respecto a la brevedad y la importancia de destacar la “solución”: “La gente tiene que entender tu campaña con sólo leer el título”; “A la gente le gusta saber desde el principio qué cambio quieres conseguir para decidir si firmar o no” (help.change.org/s/article/Creating-your-petition?language=es; consultado: 20-3-2019).

³⁷ https://www.hagamosseco.org/about_us (consultado: 4-8-2019).

³⁸ <https://www.hagamosseco.org/community> (consultado: 4-8-2019).

para las peticiones, entonces cada participante resulta responsable de lo que pueda hacer con la suya a partir de sus virtudes y perseverancia en la escritura y difusión.

El sujeto de la participación, el *peticionante* o el *ciudadano/vecino* que debe desplegar una actividad publicitaria de su petición o propuesta, es interpelado a trabajar en ella para que se convierta en un “éxito”. Cada participante resulta responsable de utilizar de manera apropiada las herramientas que se le ofrecen en las secciones de “ayuda” en las que se indica lo que *se debe hacer* para alcanzar el objetivo deseado. El comportamiento que se promueve en los participantes se ajusta a la figura del “empresario de uno mismo” que describen Laval y Dardot, en la que el sujeto “debe gobernarse desde su interior mediante una racionalización técnica de su relación consigo mismo. Ser ‘empresario de uno mismo’ significa que consigues convertirte en el instrumento óptimo de tu propio éxito social y profesional” (2015: 355).

En las plataformas de peticiones, el participante es invitado a una racionalización de su *historia* mediante estrategias de escritura y difusión. La puesta en común de su *historia*, ante todo, es guiada por los parámetros que garantizarían el “éxito”, inclusive en los casos en que se narran situaciones personales dolorosas. Si las plataformas de escala municipal coinciden con este grupo en los consejos para la segmentación de perfiles, la construcción de una campaña y la difusión en medios digitales, el factor diferencial está en la acentuación de que las peticiones se centren en *una persona*, mediante dos estrategias: la narración de una historia³⁹ y la publicación de una foto personal.

Change insta a usar “una foto personal, de la persona por la que estás creando la petición, una foto familiar sería perfecta. La clave es que despierte la empatía de las personas”⁴⁰. La primera sugerencia de Avaaz sobre las imágenes es que “conecten” con lo “humano de la historia” y se “centren en un individuo”⁴¹. El ejemplo dado al participante es el de una niña subida a los hombros de un adulto en una manifestación en Grecia, con la bandera de ese país de fondo. Se ofrece una explicación de su efectividad:

"Los detalles de la crisis económica de Europa pueden parecer técnicos y complejos pero la movilización de gente manifestándose rápidamente puede

³⁹ Si bien la cuestión de las *historias* y su vínculo con la empatía y las emociones es mencionada en BA Elige y Decide Madrid, no tiene el desarrollo ni la sistematicidad que presenta en Avaaz, Change y HagamosEco, plataformas en las que la narración de una historia es el vehículo privilegiado, casi exclusivo, para alcanzar el “éxito” en las peticiones.

⁴⁰ “5 consejos para viralizar tu campaña y conseguir la victoria”. www.change.org/l/ar/5-consejos-para-viralizar-tu-campana-y-conseguir-la-victoria (consultado: 8-7-2018).

⁴¹ www.avaaz.org/es/petition/how_to_choose_campaign_images/ (consultado: 8-7-2018).

convertirse en la historia principal de una campaña. Centrando la historia en la niña, esta imagen traduce las consecuencias de las decisiones económicas sobre su futuro y sus sueños.”

Si el título de la petición debe ser breve y simple para que *la gente* comprenda la petición, la función de las imágenes es “capturar” su atención a través de la *emoción*. Esa *captura* se presenta como una simplificación de la complejidad, una manera de *empatizar* que implica la traducción en una *historia individual* de una crisis que requiere una explicación de otro tipo. La emocionalidad de las *historias* y de las *personas* es una de las vías resaltadas para lograr la “victoria” y constituye un factor transversal a los sujetos de la participación implicados. Change le recomienda al *peticionante*: “¡No escribas con enojo! Contá la historia personal que existe detrás del problema. Las peticiones que cuentan historias personales se viralizan mucho más rápido porque hacen más fácil la conexión emocional con los lectores”.

Los firmantes se identifican con las *emociones* de las *personas* que protagonizan las peticiones, para cuya escritura el participante debe confiar en “lo que siente”⁴². HagamosEco invita a “usar una combinación de hechos e historias así apelas al corazón y la emoción de las personas”. En Change, el primer consejo para la escritura de la petición es describir a los “personajes”, los “protagonistas de la historia”. Luego, se debe dejar en claro “cuáles son los obstáculos a los que se enfrentan”, porque “cuanto mayores sean los obstáculos y mejor descritos estén, más se identificará la gente con la historia”.

En las peticiones también resulta necesario incluir a su *destinatario*, según Avaaz la *persona* con “el poder de satisfacer tu demanda” y “facultada para tomar la decisión o medida que exiges en la petición”⁴³. Las tres plataformas remarcan que el *destinatario* o *tomador de decisiones* debe ser una *persona* o *individuo*. Avaaz explicita la estructura de esta interpelación al *destinatario*: “Es mejor dirigirse al presidente de una comisión parlamentaria, y no al parlamento en su totalidad; mejor al alcalde, no a la ciudad; al director de una empresa, no a la empresa en sí”.

En el énfasis en la *personalización* de las peticiones, entonces, Avaaz, Change y HagamosEco se diferencian de las plataformas municipales. La manera privilegiada de

⁴² Avaaz le dice al *peticionante*: “Tus experiencias, tus emociones y tu intuición son mucho más importantes de lo que crees. Si sientes que algo es injusto y que hay que emprender acciones para cambiarlo, es muy probable que otras personas piensen igual que tú”. www.avaaz.org/es/petition/how_an_online_petition_works/ (consultado: 20-3-2019).

⁴³ www.avaaz.org/es/petition/how_to_select_a_petition_target/ (consultado: 20-3-2019).

conseguir las firmas es mostrar a la *persona* afectada y dirigir la petición a una *persona con poder* que sería la responsable de la situación que la origina. Sin embargo, el discurso del *marketing*, con sus términos asociados, es el que prevalece en las guías y conforma un área de conocimiento indiscutible respecto a las “técnicas” apropiadas para la difusión. La “comunicación”, en las plataformas, es reducida a un conjunto instrumental que garantiza resultados, lo que explica la asertividad con la que se enuncian los consejos y la referencia a su efectividad.

La *interpelación publicitaria* motiva a los participantes a valorizar su propuesta o petición para destacarse sobre sus pares. El llamado a *explotar la creatividad, a no ponerle freno*, se relaciona con ese incentivo, reforzado por la incertidumbre de que no todos obtendrán lo que buscan. Solo los mejores llegarán al final del proceso participativo en las plataformas municipales y aquellos con mayor cantidad de firmas lograrán el contacto con el *tomador de decisiones*. “Cambiar el mundo depende de ti” es la advertencia de la plataforma de Greenpeace que carga la responsabilidad del “éxito” o “fracaso” de la “campana” en el sujeto de la participación.

La delegación en los expertos y poderosos

La *responsabilización de los participantes* es reforzada por la existencia de una figura complementaria al *ciudadano que se empodera*. En las plataformas municipales, los *expertos* que evalúan las propuestas; en Avaaz, Change y HagamosEco, el *tomador de decisiones* que carga con un poder resolutivo sobre la petición. En un caso, el *ciudadano* es responsable de cumplir con las expectativas de los *técnicos* de la *gestión*; en el otro, de realizar los méritos suficientes para que el *tomador de decisiones* atienda su reclamo. Más allá de las particularidades de cada una de las figuras, hay una estructura que se reitera en las plataformas. Consiste en la existencia de un par oposicional conformado por sujetos con atribuciones, actividades y funciones diferenciadas. Si bien la relación entre ambos polos es denominada de forma variable, el significante que la expresa con mayor habitualidad es *colaboración*⁴⁴.

⁴⁴ Avaaz y HagamosEco enfatizan más en la “presión” que se debe ejercer sobre el *destinatario*. En las demás plataformas, en cambio, prevalece el término *colaboración*. En los segundo y tercer capítulos se dedicarán algunas palabras a los conceptos asociados a este significante y su relación con las formas extendidas de participar en Internet, el instituto del sondeo y el *discurso de los recursos humanos*.

En las plataformas municipales, además de encajar su propuesta en categorías y difundirla, el participante debe atravesar una etapa de evaluación⁴⁵. Su funcionamiento es similar en BA Elige y SI Propone, a cargo de “áreas técnicas y competentes de gobierno” y “grupos de expertos” que determinan si las propuestas son de “inversión” y cumplen con los requisitos de “viabilidad”, “validez” y “legalidad”. En los términos y condiciones de SI Propone se señala que el “estudio” se hace de “manera independiente y neutral”.

No todas las propuestas acceden a la evaluación. Las más votadas en la etapa de apoyos confeccionan un orden de prioridad para que los *expertos* decidan “acorde a los deseos de los participantes”⁴⁶. Si la propuesta supera ambas instancias, luego se somete a la votación decisiva. El participante atraviesa un proceso de validación permanente. Para que su propuesta resulte *ganadora*, debe sumar los apoyos y votos necesarios, además de cumplir con los requisitos de la evaluación.

Ingenia tiene una etapa de evaluación y selección a cargo de un jurado conformado por miembros de la Secretaría de Juventudes. Si bien los criterios difieren de los presentados por BA Elige y SI Propone⁴⁷, la decisión recae en un área de gobierno que cuantifica los méritos de los proyectos presentados por los equipos. La selección se funda en diez criterios, cada uno de ellos con un puntaje máximo de diez. Los proyectos ganadores son los que obtienen un puntaje más elevado.

Uno de los componentes de la evaluación es la coherencia de objetivos, presupuesto y actividades. En Ingenia, los proyectos deben presentar una calendarización de actividades y un presupuesto con el detalle de los rubros para los que se solicitan los montos, con un límite en el gasto de veintidós mil pesos. En el reglamento, se indican los destinos posibles de los recursos solicitados. Se aclara que su “administración” queda a cargo de los *jóvenes*, obligados a “rendir cuentas documentadas y ajustadas a contabilidad formal”. Para “emprender” el proyecto, el grupo participante debe atravesar una *evaluación contable* antes, durante y después de su ejecución. Así, los criterios que

⁴⁵ Solo Barrios Activos no cuenta con esta etapa. Sin embargo, como se sostiene más adelante, la decisión última de considerar la pertinencia del reporte y su resolución recae en la autoridad local o municipal.

⁴⁶ baelige.buenosaires.gob.ar/proposals_info#p (consultado: 11-11-2017).

⁴⁷ Además de su amplitud, en las descripciones hay referencias al “fortalecimiento de lazos sociales en la comunidad”. “ampliación de derechos”, “inclusión de jóvenes”, “perspectiva de género y diversidad” y se priorizan las “problemáticas de empleabilidad y violencia”. Los criterios son: Sostenibilidad, Innovación, Incidencia e impacto, Género y diversidad, Asociativismo y Redes con otras instituciones, Fomento de la convivencia, Integración social, Consistencia de la propuesta y visión general, Proceso colaborativo y de transparencia social y Temáticas a priorizar. El reglamento con los criterios puede descargarse en ingenia.virtuagora.org/reglamento.

consideran desigualdades sociales, económicas y territoriales resultan dependientes de su cuantificación en la evaluación por puntaje y la rendición de cuentas presupuestaria.

El vocabulario empleado legitima un saber que se presenta como técnico. Los términos propios de la *gestión* que según Caletti (2006) ocupan el espacio de la política aparecen naturalizados en las plataformas. Los responsables de la selección de propuestas son los *técnicos* y *expertos* anónimos que deciden a partir de criterios “neutrales” establecidos con antelación, sin participación del *ciudadano/vecino*. La evaluación funciona como una instancia *despersonalizada*. Inclusive en Barrios Activos, aunque no haya una etapa de evaluación, la decisión de considerar el reporte recae en las “autoridades locales” y el “área” que corresponde a la categoría seleccionada, por lo que el *saber técnico* está presente como punto de llegada de la participación.

El participante que no adapta su propuesta a los criterios tiene mayores probabilidades de quedar fuera de las plataformas. Este mecanismo de evaluación, junto a la regionalización ideológica en categorías, implica una configuración específica de la actividad participante, con exigencias que el sujeto de la participación debe cumplir para lograr la realización de su proyecto. La evaluación, una de las técnicas que Laval y Dardot señalan como características de la “gestión neoliberal de la empresa”, se convierte en un “medio para orientar los comportamientos incitando al ‘rendimiento’ individual. Podemos definirla como una relación de poder ejercida por superiores jerárquicos (...) cuyo efecto es una subjetivación contable de los evaluados.” (2015: 355-356)

En las plataformas, el efecto de *subjetivación contable* es doble: por un lado, las propuestas deben considerar el cálculo de su costo económico, evaluado por los *expertos*; por el otro, el reconocimiento de los pares se cuantifica en apoyos, votos y comentarios. La *evaluación despersonalizada* tiene como contracara esta instancia a priori más cercana para el participante: la de los apoyos y votos de otros *ciudadanos/vecinos*. Las plataformas verifican el ajuste de la propuesta a criterios determinados con antelación, pero, como se vio, también invitan al participante a transformarse en su *publicista*, a *valorizarla*. Solo las propuestas más apoyadas atraen la atención de los evaluadores. Y luego, en la votación, deben sobresalir para obtener la aprobación de sus pares. Así, se conduce al participante a *valorizar* su propuesta, sujeta a un doble control: el de los *expertos* y el de los otros *ciudadanos/vecinos*, con sus votos necesarios para superar las distintas etapas en BA Elige y SI Propone, cumplir con uno de los criterios de evaluación en Ingenia o ubicar el reporte entre los destacados de la página de inicio de Barrios Activos, lugar de privilegio que ocupan aquellos con mayor cantidad de apoyos.

La participación del *ciudadano/vecino*, por lo tanto, implica una delegación de saber en los *expertos de la gestión*, quienes con su aprobación determinan las propuestas que accederán a las etapas definitivas. El *ciudadano/vecino*, cuando crea su propuesta, acepta su evaluación posterior y la posibilidad de que sea descalificada por incumplir “criterios de evaluación” que no puede modificar. En Avaaz, Change y HagamosEco, aunque el nombre del atributo delegado se desplace de la *experticia al poder*, la delegación del sujeto de la participación en un otro distinto y de mayor jerarquía es semejante. El “poder” del *tomador de decisiones* es el que justifica la existencia y sostiene la promesa de resolución de las peticiones. Los esfuerzos de las *personas o ciudadanos que llaman la atención, toman iniciativa, se empoderan, modifican situaciones y marcan una diferencia* están en función de hacerse oír por el otro polo de la relación, el de los *destinatarios o tomadores de decisiones*, directivos de gobiernos y empresas que *responden, solucionan y tienen la capacidad y el poder de resolver*.

La caracterización del vínculo “directo” entre *las personas* y los *tomadores de decisión* oscila entre la colaboración y la presión⁴⁸. Las plataformas coinciden en presentarlo como una posibilidad existente por la tecnología e Internet:

*“Gracias a la tecnología son posibles las plataformas online enfocadas en facilitarle a los ciudadanos comunes la vinculación con la gente que tiene el poder. Los usuarios de Change.org son personas comunes que toman iniciativa para solucionar problemas concretos. La plataforma (...) hace explotar la participación ciudadana a través de internet, llamando la atención de políticos y tomadores de decisión y dando lugar a una respuesta.”*⁴⁹

Change refiere a una vinculación de la *persona/ciudadano común* con “la gente que tiene el poder”. Avaaz resalta el acercamiento del “poder de la gente” a los “centros políticos de decisión a nivel mundial”. En esta concepción paradójica del poder, oscilante entre su atribución como una posesión casi natural, sustancial, de los *tomadores de*

⁴⁸ “Las personas que utilizan Change.org colaboran con tomadores de decisión para encontrar nuevas soluciones a los problemas grandes y pequeños que repercuten en sus vidas” (www.change.org/impact); “Incluir una foto de tu destinatario sobre la imagen de la campaña es una manera excelente de asegurar que sienta la presión sobre sus hombros -- a nadie le gusta que le critiquen públicamente.” (www.avaaz.org/es/petition/how_to_choose_campaign_images/). Sitios consultados el 20-3-2019.

⁴⁹ www.change.org/l/ar/con-change-org-todos-los-argentinos-tienen-la-capacidad-de-transformarse-en-lideres-sociales (consultado: 20-3-2019). En la cita, los participantes son *interpelados como ciudadanos comunes*, un aspecto que se analizará en el capítulo siguiente.

decisión y su adquisición o potenciación en la *ciudadanía*, reside un elemento clave de las configuraciones subjetivas que promueve el funcionamiento de las plataformas. El participante, interpelado como *ciudadano* o *persona*, es caracterizado por su *empoderamiento*, por la adquisición de un *poder* que se hace oír gracias a las firmas recolectadas en Internet para relacionarse con el *tomador de decisiones* o *destinatario*. Este último, alcanzado por una “campana” y una “movilización”, responde al *ciudadano* ahora empoderado y otorga la *solución*. En este punto finaliza el proceso participativo y se declara la “victoria”. La existencia de un sujeto con capacidad y poder de resolver es una condición previa a la acción del *ciudadano* y estructura su participación. La “carrera por las firmas”⁵⁰ es motivada por el deseo de ser escuchado, no por la sociedad en general, sino por una *persona* que reúne las condiciones para responder.

La amplitud de actividades que se atribuyen al *ciudadano* indica que su necesidad de *empoderamiento* para producir “cambios” se debe a la carencia de un “poder” que se sitúa en otro lugar. Ante el problema concreto de la *persona común*, hay una “solución” y un “cambio” concretos, otorgados por el *destinatario* apropiado, de cuya identificación es responsable el participante, quien *reconoce* a su *destinatario* por lo que *es*, reconoce la medida exacta de la diferencia entre ambos. Allá, lejos, como punto de llegada del proceso participativo, está el “poder”. La idea del *empoderamiento* en estas plataformas muestra la distancia entre los polos en que se funda la participación, los lugares respectivos de aquel que se *empodera* y aquel que *ya* detenta el “poder”.

Los consejos para una “buena elección” del *tomador de decisiones* no hacen más que acentuar la distancia. Un *acercamiento*, por más democratizador que se nombre a sí mismo, solo puede producirse entre dos partes alejadas una de la otra. El *ciudadano* debe realizar una serie de acciones acumulativas hasta alcanzar a su *destinatario*⁵¹, identificado como una *persona* con una función exclusiva: la escucha y posterior resolución de la petición. El horizonte deseado que justifica los esfuerzos del sujeto de la participación es lograr el contacto con esa *persona poderosa*.

⁵⁰ Así se define en Avaaz a la difusión: “Una vez que hayas creado tu petición, debes empezar la carrera para recoger firmas”. secure.avaaz.org/es/community_petitions/how_an_online_petition_works/ (consultado: 25-8-2019).

⁵¹ La relación con el *destinatario* no se limita en Change a la escritura de la petición. Se contempla un encuentro con el *destinatario* para entregar las firmas obtenidas. El peticionante debe investigar “hasta dar con el nombre y la forma de contacto de la persona o cargo que más puede ayudarte”. Pero no solo tiene que esmerarse en el logro de la reunión, sino que necesita una “preparación”. Se le recomienda “practicar con un amigo” la conversación para que se sienta “seguro”. (help.change.org/s/article/Engaging-your-Decision-Maker?language=es; consultado: 20-3-2019)

Como se analizó en el apartado anterior, la evidencia de los beneficios del *marketing* conlleva una *responsabilización* de los participantes por la asunción de la difusión y valorización de la propuesta o petición. El sujeto de la participación es interpelado a encargarse de reunir los apoyos necesarios para alcanzar la “victoria”. Los lugares de los *expertos de la gestión* y los *poderosos*, en cambio, implican una delegación del participante. En un caso, acepta que su propuesta sea evaluada por el funcionario gubernamental al que se le reconoce *un saber técnico*; en el otro, que la petición sea resuelta por la *persona* que reúne las condiciones adecuadas para responder a lo demandado. En un primer momento, podría pensarse que esta delegación sería contraria a la *responsabilización* del participante, dado que la “creatividad” a la que lo interpela el *marketing* se encuentra con un límite. Por más esfuerzos que realice, su propuesta puede ser “inválida” para los *evaluadores* o su petición desatendida por el *tomador de decisiones*. Sin embargo, la “creatividad” está en función de hacer los méritos suficientes para reunir la mayor cantidad de apoyos que permitan ser considerado por el *evaluador* o el *poderoso*. Es uno de los desafíos que debe atravesar el participante en su camino al “éxito”. El *ciudadano que se empodera* necesita la complacencia o la atención de ese otro de mayor jerarquía que origina su incertidumbre, porque de su parecer depende la aprobación de la propuesta o la resolución de la petición. Así, de manera paradójal, la delegación de *saber/poder* acentúa aún más la interiorización de las exigencias.

Forma concurso de participación

Hasta aquí se han constatado la presencia de categorías ordenadoras, consejos para la difusión con términos del *marketing* y la existencia de una figura complementaria al *ciudadano* de la que depende en última instancia el “éxito” de su publicación. En las páginas que siguen, se intentarán definir las características generales de la *forma que asume la participación: el concurso*. Una vez definidas las características generales de la *forma concurso*, se indagará en sus consecuencias en cuanto a la “participación ciudadana” que se efectiviza en las plataformas y su relación con la conflictividad social. Es necesario recordar que la participación surge de un “problema” que el *ciudadano* pretende resolver.

La presencia de recursos económicos limitados diferencia en algunos aspectos el funcionamiento participativo en unas plataformas y otras. En BA Elige, SI Propone e Ingenia, no hay presupuesto suficiente para las “ideas” de cada uno de los participantes.

La evaluación técnica de su actividad y la necesidad de la aprobación de los pares conducen a los sujetos a *competir* entre sí por los recursos escasos que se asignan para la realización de los proyectos. Los participantes con más votos y apoyos relegan a los otros en la búsqueda de “hacer realidad sus ideas”, como se promete en la plataforma porteña. En SI Propone y BA Elige, las etapas sucesivas que atraviesan las propuestas de los *vecinos* producen un acotamiento de las disponibles para la elección definitiva. En Ingenia, los proyectos mejor puntuados según los ejes de evaluación finalizarán más alto en el ranking definitivo de la selección.

Los *ciudadanos/vecinos* protagonizan un *concurso* en el que compiten con sus propuestas, seleccionadas según sus méritos y los votos recibidos. En esa decisión intervienen los evaluadores, pero aún en Barrios Activos, la plataforma que no cuenta con recursos asignados, los participantes deben procurar que tengan un plus que les haga sobresalir sobre el resto para obtener el mote de “ganadoras” o “destacadas” por el apoyo de los otros ciudadanos. En este rasgo del mecanismo participativo, la actividad de promoción de su propuesta a la que es interpelado el participante para prevalecer, interviene, como vimos, el *discurso del marketing* con sus “herramientas” y “técnicas” en procura de difundir y valorizar las propuestas. Si bien en Barrios Activos no hay un límite presupuestario que excluya a los reportes entre sí, comparte con las demás plataformas el incentivo a la *valorización* del reporte para que prevalezca sobre los otros.

En Avaaz, Change y HagamosEco, las firmas están en función de llamar la atención de los *tomadores de decisiones*, a diferencia de las plataformas municipales en las que los *vecinos/ciudadanos* compiten y son evaluados para que su propuesta obtenga o forme parte de un presupuesto acotado: el que gana desplaza necesariamente a otros en esa carrera. En estas plataformas, en cambio, de modo semejante a Barrios Activos, cada uno puede “ganar” su petición, más allá de lo que ocurra con las demás peticiones. Por este motivo, el factor competitivo entre participantes está atenuado, pero no ausente, porque la participación consiste en que cada petición sobresalga para obtener la solución deseada. Aquellas que no sean “exitosas” en la “carrera” por las firmas quedan rezagadas en el lugar que ocupan en la página, no ingresan entre las “destacadas”. Así, a mayor cantidad de apoyo recibido, más chances de que la propuesta se convierta en “ganadora” o la petición en “victoria”.

El factor determinante para el sujeto de la participación, entonces, es el *esfuerzo* en la confección y difusión de la propuesta o petición. Las plataformas coinciden en la *valorización* a la que es interpelado el participante, responsable de su propio “éxito”.

HagamosEco les señala a los participantes la importancia de trabajar en su petición: “No todas las campañas serán tratadas equitativamente. Esto es una combinación entre un tiempo limitado y ciertos recursos. (...) vamos a invertir más en campañas que creemos que tendrán un gran impacto o en las que estén próximas a ganar”.

Con un *sentido de la inversión*, un *cálculo* acerca de la “mejor petición” o la “más próxima a ganar”, HagamosEco elegirá promover ciertas peticiones, lo que inevitablemente aumentará las probabilidades de las seleccionadas de transformarse en “victoria”⁵². Así, la recompensa económica no es necesariamente una condición para que la participación asuma la forma de un *concurso*, con el mandato a los participantes de que *para “ganar” hay que sobresalir sobre las propuestas, peticiones o reportes de los pares*.

En BA Elige, los esfuerzos en la valorización de la propuesta son premiados. Los “ganadores” de 2017 recibieron un diploma, entregado por el jefe de Gobierno. Al respecto, La Nación publicó una nota sobre las “propuestas ganadoras”, titulada “Top ten: montos e historias detrás de las mejores ideas para cambiar la ciudad”⁵³. La reseña incluye a “otras ideas exitosas”, introducidas con otra metáfora deportiva, la de la carrera: “merecen especial atención ideas de categorías muy dispares entre sí, que lograron llegar al final de la selección y estar codo a codo entre las prioridades para este año”. Al parecer, *los vecinos* protagonizaron una competición con una definición “cabeza a cabeza”. El factor competitivo es acentuado en esta lectura del proceso participativo de BA Elige. Las propuestas seleccionadas cargan con una atribución positiva ligada al *éxito*, a *lo mejor*.

Las metáforas deportivas enfatizan en la lógica del rendimiento que se pone en juego en el proceso participativo en el que unos se destacan sobre otros y resultan los vencedores. La forma *concurso* conlleva la suposición de que los participantes comienzan la “carrera” hacia la realización de su propuesta o petición con las mismas posibilidades. Se supone al *ciudadano* como responsable de sus actos, capaz de *valorizar* su publicación y en ese intento ser superado por otros más meritorios.

En esta actividad que se le atribuye al sujeto de la participación y su *responsabilización*, en principio, podría verse cierto “empoderamiento”, una implicación

⁵² Avaaz invita a sus donantes con una lógica similar, la de una *inversión útil* por el “alto impacto” de las peticiones de los participantes que, a su vez, multiplicarán las donaciones futuras: “A través de Avaaz, nuestras donaciones sirven para financiar campañas de alto impacto que, a su vez, ayudan a conseguir nuevos miembros. Y más miembros se traducen en nuevas aportaciones y en un impacto mayor. De este modo, (...) también ayudamos a hacer crecer una comunidad con nuevos miembros que multiplicarán tu donación y serán una fuente creciente y permanente de cambio”.

⁵³ www.lanacion.com.ar/2111312-top-ten-montos-e-historias-detras-de-las-mejores-ideas-para-cambiar-la-ciudad (consultado: 20-3-2019).

en lo común que produciría cambios concretos a partir de una iniciativa individual “pura”, sin condicionamientos externos. El *ciudadano*, por fin, tomaría las riendas de su vida. La atribución de actividad al *ciudadano* en las plataformas, sin embargo, no es contradictoria con el tipo de poder que caracteriza al neoliberalismo, con la conceptualización del ser humano como el sujeto activo, deseante, que se compromete por entero en sus quehaceres. El nuevo poder enfoca en la “voluntad de realizarse uno mismo, el proyecto que se quiere llevar a cabo, la motivación que anima al ‘colaborador’ de la empresa –finalmente, el deseo, bajo todos los nombres que se le quieran dar” (Laval y Dardot, 2015: 331-332). En la forma *concurso* de participación, por lo tanto, *se identifican aspectos dominantes de la coyuntura*. El neoliberalismo, según Laval y Dardot (2015: 15), es una racionalidad productora de una norma de vida que estructura las acciones de los sujetos, cuya característica principal es la generalización de la competencia como norma de conducta.

¿Cuáles son las consecuencias de la *forma concurso*, de la *competencia participativa* que protagonizan los *ciudadanos* con publicaciones destinadas a captar el reconocimiento de los otros? En primer lugar, los participantes interiorizan las exigencias de la resolución del problema que motiva su participación. No solo resultan responsables de la mejora de sus condiciones de vida sino también de que su propuesta o petición cuente con los méritos suficientes para que se materialice. La competencia impulsa a los participantes a superarse a sí mismos en la búsqueda de superar a los otros. Los esfuerzos, su deseo, están en la puesta en valor constante de su publicación, cuyo reconocimiento es cuantificable en los votos y apoyos. Cada uno puede controlar los resultados obtenidos y actuar en consecuencia. Las interpelaciones al participante como *empresario de sí mismo* y *publicista* son fundamentales en esta interiorización de las exigencias. El *discurso publicitario* presenta las “técnicas” para alcanzar el “éxito”. Lograrlo dependerá del participante.

Esta interiorización tiene una función importante en la segunda consecuencia de la *forma concurso* de participación. En términos de Stavrakakis (2010), la negatividad, la falta que justifica el accionar de los participantes en las plataformas, se vuelve hacia su “propio interior” antes que a la coyuntura histórica en la que necesariamente se inscribe. Como consecuencia, los participantes *asumen de un modo específico su relación con la conflictividad social*, manifestada en las plataformas de dos formas diferentes que se analizarán en continuado: *una localización específica* en las municipales y *la personalización* en Avaaz, Change y HagamosEco.

Para analizar el primero de esos modos, será de utilidad referirse a otra iniciativa del gobierno de la Ciudad de Buenos Aires que impulsa un accionar competitivo de *los vecinos*. El área de “participación ciudadana” está a cargo de “Vamos los vecinos”, un “plan de reconocimiento a la buena convivencia” conformado por concursos. En “Esa es mi cuadra”, el concurso es entre *vecinos* de distintas cuadras por mantener la “higiene urbana”. Son evaluadas durante tres meses por el “Índice de Calidad de Limpieza”, basado en criterios calificados con un puntaje. Los *vecinos ganadores* no pagarán el impuesto de Alumbrado, Barrido y Limpieza durante un año. En las bases y condiciones se define a “Esa es mi cuadra” como una “política de reconocimiento” para “orientar las decisiones de las personas de un modo que redunden tanto en un beneficio individual como general”. La promoción de la competencia de los *vecinos* entre sí y la evaluación de su actividad apuntan a la interiorización de las exigencias acerca de qué es *ser un buen vecino*, con un comportamiento esperable que generaría “beneficios” para el *vecino* y la sociedad. En los *concursos* de “Vamos los vecinos” son premiados aquellos que cumplen mejor con lo que es estipulado como una *buen práctica* del habitar la ciudad. Aquí se constata lo que señala Hernández (2014) respecto a la figura de *los vecinos* como referencia moral del buen uso del espacio urbano. Mantener las veredas limpias, en conjunto con *los vecinos* de la misma cuadra, no es solo una buena práctica sino también *la manera correcta* del habitar la ciudad.

Las plataformas municipales analizadas comparten este aspecto, aunque con características variables en cada una de ellas. No es lo mismo el participante interpelado como *vecino* que el *joven ciudadano* de Ingenia. En ambos casos, sin embargo, se espera una respuesta del participante enmarcada por las indicaciones de las categorías y la evaluación. Los *expertos* y los *otros ciudadanos/vecinos* monitorean la serie de actividades que realiza el participante desde el comienzo hasta el final del proceso. Laval y Dardot (2015) sostienen que una de las técnicas para generalizar la competencia es la evaluación detallada y regular de los comportamientos. Su resultado es la producción de un yo competente y una intensificación de los rendimientos. En el caso de estas plataformas, los participantes interiorizan las exigencias de lo que se espera de ellos como *buenos vecinos* o en Ingenia como *jóvenes comprometidos* al mismo tiempo que son interpelados a *valorizar* sus propuestas y a comportarse como *inversores* o *administradores* de un presupuesto acotado.

La competencia es promovida por la evaluación a la que se sujetan los participantes y la *interpelación publicitaria*, con un efecto doble: promover su

rendimiento para superar a los pares en las distintas etapas del proceso participativo y responsabilizarlos de la “victoria” o el “fracaso”. La determinación de ganadores y perdedores, sin embargo, no es el azar sino un conjunto de reglas objetivas y cuantificables, presentadas con el vocabulario administrativo de los *técnicos y expertos*, que confirman una de las paradojas del poder empresarial: “la deslegitimación del conflicto, debida a que las exigencias impuestas no tienen ‘sujeto’, no tienen un autor, ni fuentes identificables, pues se dan como íntegramente objetivas. El conflicto social está bloqueado porque el poder es ilegible” (Laval y Dardot, 2015: 369).

El conflicto social, en primer lugar, queda bloqueado porque el sujeto de la participación vive como una responsabilidad personal, o del grupo de jóvenes en Ingenia, el “bienestar de la comunidad”. Solucionar los problemas de todos los días, al parecer, sería sencillo si cada uno de los *vecinos o los jóvenes* se comprometieran con propuestas. Pero, aunque no posea un lugar primordial, la conflictividad no es anulada en el funcionamiento participativo. Los *vecinos o jóvenes ciudadanos* se involucran ante una falta que irrumpe en el orden de lo positivo y requiere cierto accionar de su parte. Baste pensar en las propuestas sobre la colocación de cámaras de seguridad en BA Elige, con los comentarios acerca de la peligrosidad y el señalamiento a la “delincuencia”⁵⁴.

En estas formas de “participación ciudadana” municipal se produce una *localización de la conflictividad en los “espacios públicos” cercanos y cotidianos*. En ella tiene un rol fundamental la regionalización ideológica con la delimitación de ámbitos pertinentes para la actuación de los sujetos en relación a la vida en común. Las plataformas *localizan ámbitos reducidos de conflictividad*, lo que implica una administración policial, en términos rancierianos, de la negatividad, con una circunscripción de los lugares correctos para la participación del sujeto interpelado como *vecino o joven ciudadano*. Antes que un disciplinamiento de los cuerpos, la policía es “una regla de su aparecer, una configuración de las *ocupaciones* y las propiedades de los espacios donde esas ocupaciones se distribuyen” (Rancière, 2007: 45). Los participantes

⁵⁴ Por supuesto que hay propuestas en las que la positividad es casi absoluta. Así, para la Comuna 7, en una de las “ganadoras” se pide que “en la plaza angel gris ubicada en donato alvarez y av. Avellaneda pongan juegos/maquinas para hacer ejercicios, para que los vecinos de flores mejoremos nuestra calidad de vida.” (baelige.buenosaires.gob.ar/budgets/2/investments/4802), y en otra se localizan zonas conflictivas que ameritan “exclusivamente” accionar policial: “MI PROPUEST ES QUE HABILITEN CAMARAS DE SEGURIDAD EN LAS CALLES DE FLORES EXCLUSIVAMENTE EN CALLES VINIENDO DESDE LA VILLA 1114 Y TAMBIEN EN CALLES DEL HOSPITAL PINIEYRO” (baelige.buenosaires.gob.ar/budgets/2/investments/20333). No es lo mismo la falta de maquinaria de ejercicios en una plaza, deseable para la “calidad de vida” del *vecino*, que la marcación de ciertos lugares como generadores de la “inseguridad” que se siente en la cotidianeidad.

realizan sus propuestas en el marco de categorías y criterios de evaluación que de no ser cumplidos implicarían su descalificación por parte de los jurados. Es una obligación respetar las normas que determinan los lugares y modos apropiados de la “participación ciudadana”.

El resultado de este mecanismo participativo, cuyo engranaje basal es la competencia bajo reglas, es la problematización de ciertos asuntos y no de otros. Al momento de ingresar a las plataformas, esa problematización ya ha sido realizada para el participante por los *técnicos* de la “gestión de gobierno”, quienes en el ofrecimiento al *ciudadano* de una oportunidad única de “participación directa” encuentran una respuesta poco sorprendente de parte de aquellos a los que invitan a “explotar su creatividad”.

La lógica del instituto del sondeo merodea en esta competencia de *ciudadanos/vecinos*. Como sostiene Caletti (2015, 2016), los regímenes democráticos occidentales se han vuelto cada vez más consultantes de los pareceres ciudadanos, con una mutación del término “opinión pública”, asimilable ahora a los resultados que hacen visibles las encuestas. Si el instituto del sondeo se caracteriza por la consulta a la ciudadanía para conocer sus deseos y reorientar las decisiones gubernamentales, ¿no son estas plataformas municipales la efectivización de un mecanismo más “participativo”, “abierto” y respetuoso de la “voluntad” y “creatividad” de los *ciudadanos/vecinos*, pero con el mismo objetivo de obtener un diagnóstico de sus pareceres, listo para ser utilizado por los miembros de la *gestión*?

Las plataformas comparten un rasgo aún más importante con el instituto del sondeo que su carácter consultivo orientado a la toma de decisiones. Generan un efecto de consenso:

“Esto es, la operación misma del sondeo, la formulación misma, que en términos de alternativas de una determinada problemática, establece no solo la problemática sino también sus límites y las relaciones implícitas entre las distintas posibilidades de responder a ella, y ‘formatea’ lo que luego aparecerá como el resultado de la libre opinión ciudadana” (Caletti, 2016: 14).

Los ciudadanos, al responder al llamado a una participación circunscripta a categorías con *instrucciones de uso que definen funciones para espacios apropiados*, confirman, en el mismo acto de su participación, que en los ámbitos delimitados por la regionalización ideológica residen sus intereses. Con las novedades del incentivo a la

creatividad y de la *publicidad* de los que deben encargarse los participantes, las plataformas producen un autodiagnóstico de la ciudadanía, a la que le es devuelta en espejo la confirmación de sus “intereses verdaderos”⁵⁵.

A diferencia de las plataformas municipales, el funcionamiento de Avaaz, Change y HagamosEco circunscribe la conflictividad social a *personas*, no a espacios. Las tres enfatizan que ambos polos de la relación, participante y destinatario, son *personas*. En Avaaz, la *personalización* del *destinatario* se acentúa con la afirmación de que, “al igual que todos”, tiene “emociones, objetivos profesionales, amigos, familia”. El peticionante debe considerar la influencia de esos elementos en la decisión sobre su petición: “Si sabes que esta persona tiene la intención de jubilarse al año siguiente, no le interesará reelegirse en ningún cargo, pero de pronto sí le interesa el legado que va a dejar”.

Como se vio en los apartados anteriores, el participante es exhortado a contar su *historia* o la *historia personal* de otro, pero, además, debe considerar la trayectoria biográfica del *destinatario*, aquel con *el poder de decidir*, para incrementar la eficacia de su petición. La “situación injusta” se resuelve en las *emociones* de los sujetos de la participación. El *peticionante*, en su escritura y selección de imágenes, debe confiar en lo que siente y mostrar una *historia personal* para capturar a los lectores en su emotividad. La *personalización* de la petición se acentúa con el énfasis en la responsabilización de un *individuo* como aquel con *poder de decisión* sobre lo demandado. El momento vital de esa *persona*, el punto en que se encuentra su trayecto biográfico cuando es alcanzado por la petición, forma parte de un cálculo en su elección como el *tomador de decisiones* con mayores probabilidades de dar una respuesta.

El conflicto se resuelve en *lo humano*, el factor que según las guías conecta con “la gente” y tiene una función determinante como la manera más “exitosa” de incitar a las firmas. Aquí puede verse una puesta en práctica de la “razón humanitaria”, a la que Fassin (2016) define como una lógica general, de importancia creciente en la política contemporánea, a partir del despliegue de los sentimientos morales como legitimadores de prácticas y discursos dirigidos a los dominados⁵⁶. Por sentimientos morales entiende a

⁵⁵ BA Elige permite consultar las estadísticas de la participación en las ediciones 2017 y 2018, con la cantidad de propuestas por Comuna y categoría, además del detalle de los “proyectos ganadores” por Comuna y el número de votos que recibieron.

⁵⁶ En la sección de “historias” de la “comunidad” (<https://secure.avaaz.org/page/es/community/>), un miembro de Avaaz se apropia del *vocabulario humanitario*: “Las campañas de Avaaz expresan la compasión y la justicia que parecen escasear en el mundo, pero que a la vez nos recuerdan las cualidades en cada uno de nosotros (...). Gracias a Avaaz por su duro trabajo, dedicación y por esta oportunidad para encontrar nuestra humanidad y compartirla”. (Consultado: 3-4-2019).

las emociones que conducen sobre el malestar de los otros y hacen desear su corrección. Se supone a *la gente*, al lector de peticiones, como un sujeto que *dará prueba de su humanidad* ante las imágenes y las palabras dolientes que *muestran* el sufrimiento ajeno⁵⁷.

La escritura propuesta a los participantes es una *escritura compasional*. Fassin define a la compasión como la simpatía que se siente ante el infortunio del prójimo, productora de una indignación moral que deriva en una acción que busca su cese. El “impacto emocional” se promueve como el modo de lograr las firmas, una acción que no requiere un compromiso fuerte y estable para con los “protagonistas” de la petición. De esta manera, el *lector* satisface su indignación moral con su firma, al mismo tiempo que el *peticionante* consigue amplificar la visibilidad de su problema para alcanzar al *tomador de decisiones*, el tercero del proceso participativo que también integra la relación compasional.

La escritura compasional y la *personalización* de los reclamos reducen la conflictividad a un asunto dependiente de la “buena voluntad” del *destinatario*, quien ante el sufrimiento de la *persona común* y la “presión” de las miles de firmas debería compadecerse y otorgar la solución demandada. Una vez cumplimentada, el “problema” que origina la petición pierde su razón de ser y el conflicto finaliza. Por ese motivo, Change invita al participante a que luego de la “victoria” le agradezca al *destinatario*. La participación en estas plataformas también tiene un efecto de consenso, no solo por *mostrar* las preocupaciones reales de los ciudadanos, en este caso los distintos “problemas personales” agrupados en categorías según su afinidad temática, sino porque los conflictos son resueltos por la vía de un “acuerdo” entre dos *personas* con intereses contrapuestos. Por este motivo, el participante puede agradecerle a su *destinatario*.

Las plataformas, sin embargo, no dejan de remarcar la distancia entre los polos de este acuerdo compasional. La *persona común* es inescindible de lo que se encuentra ante ella: los *poderosos tomadores de decisiones*. La entrada en relación con ellos no produce una transformación de la *persona común* en cuanto tal. En el desbalance con los *tomadores de decisiones*, las plataformas funcionan como megáfono⁵⁸ al habilitar la

⁵⁷ Fassin sostiene que el término “humanitario” hay que comprenderlo en una acepción amplia, una de cuyas significaciones es “como movimiento afectivo hacia otros semejantes (dar prueba de humanidad)” (2016: 10, 11). Es a esta última significación de humanidad a la que apelan las plataformas cuando invitan al peticionante a escribir una historia personal y seleccionar una foto que llegue “al corazón de la gente”.

⁵⁸ No es casual que el empoderamiento ciudadano en las plataformas se presente recurrentemente con la metáfora del megáfono. En la nota de Change.org con consejos de “viralización”, se le dice al participante que el objetivo es ayudarlo a “levantar la voz”, porque su “historia tiene el potencial para transformarlo todo y alcanzar a miles de personas a través de las redes sociales”. Se lo invita a hacer de Change.org una “herramienta propia”: “usala como altavoz y contá tu historia. Todas las personas deberían de poder sentirse

interacción con otros que se encuentran en la misma escala y así lograr el “impacto”, la visibilización o amplificación de un “problema” puntual. El lejano “poderoso” es alcanzado por la “voz ciudadana” y ante la “presión social” responde, actúa y se soluciona el problema. En este punto finaliza el proceso. La *persona común*, luego de la “victoria”, continúa con sus ocupaciones cotidianas, pero con la tranquilidad de que su petición online, en caso de ser creadora de una “campana”, o su firma, en caso de apoyar la de otro, contribuyó a modificar una “situación injusta”. En ese involucramiento consiste el *empoderamiento ciudadano*, la participación para *marcar una diferencia*.

La *forma dominante* de participación, en conclusión, es el *concurso* que motiva a los participantes a obtener la mayor cantidad de votos o firmas posibles con el objetivo de que su propia publicación se destaque sobre las ajenas y así transformarse en *ganador* o alcanzar la *victoria*. El vocabulario del “éxito”, los términos del *marketing* y la existencia de *evaluadores* y *destinatarios* cuya aprobación es necesario conseguir apuntalan la interiorización de las exigencias que produce el funcionamiento participativo. La negatividad es direccionada hacia la interioridad del sujeto de la participación, responsable de “emprender” y crear una “campana” para solucionar una situación que en la mayoría de los casos no excede lo “personal”.

En las plataformas, además, se verifica una administración de la negatividad por su limitación a espacios asociados a ciertas funciones en el caso de las municipales y a *personas* pertenecientes a “jerarquías” de gobiernos y empresas en el de Avaaz, Change y HagamosEco. De este modo, la *localización* y la *personalización* producen efectos semejantes en cuanto a los *modos con que los participantes asumen su relación con la conflictividad social*, porque los conflictos son circunscriptos a lo que tienen de singulares, a las características puntuales del problema a resolver, lo que impide enmarcarlos en la coyuntura histórica en los que se inscriben. Es necesario vincular la relación de los participantes con la conflictividad social con otros rasgos más generales de las interpelaciones bajo las cuales son llamados a “involucrarse” como *vecinos*, *ciudadanos* y *personas comunes*. Los participantes ocupan los lugares que se les asignan, se *reconocen* en ellos, aunque con el factor distintivo de aferrarse a lo que sus experiencias y biografías tienen de singulares y “reales”, aspecto este último en el que reaparecerá, una vez más, la cuestión del instituto del sondeo.

empoderadas para influenciar y transformar los problemas a los que se enfrentan cada día”. Avaaz.org, en tanto, sostiene que su “comunidad online” puede “actuar como un megáfono para llamar la atención sobre nuevos temas”.

La singularización de los participantes

Nos hemos detenido en la forma dominante de participación, el *concurso*, y sus efectos sobre los participantes, exhortados a competir con sus pares para lograr un objetivo deseado. También en que la participación cuenta con la presencia de una figura distinta al *ciudadano* con la cualidad sobresaliente de resolver sobre algún aspecto de su propuesta o petición. Esa capacidad de intervención se justifica en el *saber* de los *expertos* y el *poder* de los *destinatarios*. Su existencia estructura la actividad participativa de aquellos que son llamados a empoderarse a través de estas plataformas. Si la función de los *expertos* y *poderosos* ya ha sido delimitada con claridad, consistente en esa delegación paradójica que profundiza la necesidad del participante de realizar un esfuerzo para ser tenido en cuenta, ahora es el momento de preguntarse por las figuras subjetivas que emergen en el otro polo de la relación. ¿Cuáles son las características que definen al protagonista de la “acción ciudadana”? Lejos de ser una figura vacía, el *ciudadano* es interpelado a participar desde un saber que lo distingue de *expertos* y *poderosos* y hace que su lugar sea irremplazable. El funcionamiento de las plataformas sería incomprensible sin la promesa al *ciudadano* de reconocer su “experiencia” o su “historia” como generadores de “cambios”.

Lo que caracteriza a las plataformas es, en primer lugar, la interpelación a los sujetos de la participación como *personas comunes* o *ciudadanos/vecinos*, en el caso de Ingenia con el matiz del *joven ciudadano*. Estas figuras explícitas son especificadas por otras que no siempre aparecen en la superficie de los enunciados y son el efecto de la forma concurso de participación y las indicaciones de las plataformas. Así, el *ciudadano/vecino* es llamado a participar simultáneamente como *inversor* o *administrador* de un presupuesto y, al igual que la *persona común*, como *publicista*, *colaborador*, *empresario de sí mismo* y *competidor*. Esta *matriz de interpelaciones* unifica a las plataformas y permite identificar “un campo de regularidad para diversas posiciones de subjetividad” (Foucault, 2015: 75).

El trabajo, hasta aquí, se ha detenido más en estas inflexiones implícitas. La interpelación al participante como *publicista* lo conduce a hacerse cargo de una “campaña” con técnicas y herramientas de difusión apropiadas. La forma concurso implica la constitución de los *ciudadanos* en *competidores* que deben realizar un esfuerzo para superar a sus pares, con la consecuencia de que resultan responsables de utilizar los medios disponibles de la manera más adecuada para “ganar”. Uno de esos medios

disponibles es la propia experiencia o historia, lo que se corresponde con la figura del *empresario de uno mismo* que describen Laval y Dardot. Con su propuesta o petición, el participante, además, resulta *colaborador* de un otro distinto y de jerarquía superior. En las plataformas municipales, la presencia central de recursos económicos a asignar torna al sujeto de la participación en *inversor* o *administrador* de un presupuesto dado⁵⁹.

En este capítulo la atención se desplaza hacia las figuras centrales, explícitas, de la participación. El primer objetivo es definir cuáles son los rasgos que caracterizan al *ciudadano/vecino* y la *persona común*. Su definición permitirá verificar si los participantes, en términos de Althusser (1970), se reconocen ideológicamente en esas figuras, lo que motiva la incorporación de sus enunciados al trabajo. El segundo objetivo consiste en determinar la estructura común del mecanismo de interpelación a ambas figuras, cuyo efecto es lo que se propone denominar *singularización de lo igual*. La proliferación de experiencias y biografías que se detalla en los apartados que siguen otorga a cada participante una singularidad irreductible que, sin embargo, no se contradice con una estandarización, la repetición de un mismo molde que se adapta a las vivencias “únicas” de cada participante.

El sujeto, en la perspectiva de Foucault (2010), es una función vacía que puede ser ocupada por individuos diferentes e inclusive variar en un mismo enunciado. El capítulo se apropia de su interrogación acerca de la formación de las modalidades enunciativas al interior de una práctica discursiva: “¿Cuál es el estatuto de los individuos que tienen –y sólo ellos- el derecho reglamentario o tradicional, jurídicamente definido o espontáneamente aceptado, de pronunciar semejante discurso?” (2010: 69). Se puede relacionar ese estatuto con la función de reconocimiento de la ideología que impone “las evidencias como evidencias que no podemos dejar de *reconocer*” (Althusser, 1970: 66), en este caso las que permiten a los participantes *saberse* poseedores de una experiencia o una historia que los singulariza y amerita su consideración por parte de un sujeto de estatuto superior.

Con el fin de ordenar la exposición, en la primera parte del capítulo se detallan los rasgos del *ciudadano/vecino*, la figura explícita de las plataformas municipales, y en la segunda, los de la *persona común*, protagonista de Avaaz, Change y HagamosEco. Cada una presenta peculiaridades que justifican la separación. La conjetura del trabajo, sin

⁵⁹ En el capítulo siguiente se retoman las figuras del *colaborador* y el *inversor* por su entrada en relación con materiales discursivos que se incorporan al análisis.

embargo, es que la estructura de los mecanismos de interpelación es semejante. En este último punto se ahonda en la parte final del capítulo.

Antes de pasar al análisis de ambas figuras, es necesario introducir una consideración que guiará gran parte del capítulo y se retomará al finalizarlo. Consiste en que el vínculo entre los sujetos de la participación llamados a *competir* entre sí responde a la lógica de los “mundos atonales” a los que les falta la intervención de un Significante-Amo, un punto que impone un principio de ordenación y reduce la multiplicidad a una diferencia mínima (Žižek, 2015: 37). Para Žižek, la atonalidad no se debe a la ausencia del Gran Otro lacaniano, sino a la carencia de un "otro" que encarne al Otro, la autoridad. El participante requiere la aprobación y los votos de otros *ciudadanos/vecinos* o *personas comunes* que son “como uno”, con “problemas” semejantes y la misma posibilidad de realizar propuestas o peticiones para solucionarlos. Todos los "otros" son falibles, "como los demás", y están “finitizados”.

En las plataformas municipales, la forma concurso que regula la interacción entre los “otros” aparece conformada y evaluada por *expertos* y áreas de gobierno. El *saber técnico* impide la encarnación del Otro porque se presenta como impersonal. Aunque parezca contradictorio, la *personalización* en Avaaz, Change y HagamosEco también impide esa encarnación, porque el *destinatario*, la figura más cercana a la “autoridad”, solo se representa a sí mismo, lo que opaca la función desempeñada en empresas o gobiernos y reduce el conflicto a *un choque entre personas*. De esta manera, cada uno de los participantes queda “atrapado en el infinito reflejo competitivo de sus colegas (a-a'-a''-a''')...), de la serie de ‘otros’ en la que nadie actúa como sustituto del ‘Otro’” (Žižek, 2015: 43).

Es necesario retener esta idea del “infinito reflejo competitivo” entre los otros falibles, incapaces de encarnar al Otro.

El mundo atonal de los vecinos

En BA Elige, Barrios Activos y SI Propone, el *ciudadano/vecino* que mantiene un vínculo atonal con sus pares aparece, sin embargo, como un *sujeto supuesto saber*⁶⁰. El vicesecretario de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires sostuvo en la presentación de la segunda edición de BA Elige:

⁶⁰ Žižek (1992) se refiere a un sujeto que para un otro carga con una atribución de saber. Es el sujeto “que se supone que sabe”. Esa creencia puede ejercer su eficacia y desencadenar efectos aun cuando no exista en la “realidad”.

“Nadie conoce mejor qué es lo que necesita su barrio que los vecinos. Esto lo tenemos claro desde hace diez años y por eso nos reunimos todas las semanas para escucharlos. BA Elige es parte de ese ida y vuelta que termina en obras concretadas.”⁶¹

La relación entre la atonalidad y el saber que distinguen al *ciudadano/vecino*, conocedor de sus propias necesidades, se puede analizar en el video de presentación de Barrios Activos, “El cambio está en tus manos”. Tres personas jóvenes, acompañadas por círculos que indican su nombre y estadísticas de participación en la página web, se movilizan en una cuadra de su barrio. “Juan” avanza a pie y se topa con una vereda rota. “Martín” encuentra un contenedor de basura que detiene su marcha en bicisenda. “María” estaciona su auto, desciende y atraviesa una “esquina insegura”, un local abandonado con grafitis en sus paredes y persianas. “Con el tiempo estos obstáculos se convierten en rutina y empezamos a olvidarnos que están ahí”, anuncia la voz en off y continúa: “Algo tan simple como reportar un obstáculo en tu barrio puede significar un gran cambio en tu vida y en la de tus vecinos”. Los jóvenes sacan su celular, fotografían los “obstáculos”, los “geolocalizan” y suben a la plataforma su “reporte”.

El material audiovisual se corresponde con la regionalización ideológica analizada en las categorías. La acción participativa se orienta a los espacios definidos como “públicos” que, además, destacan por su proximidad y cotidianeidad para el *ciudadano/vecino*: la cuadra, la esquina y el contenedor de basura. La motivación de “reportar” surge del tránsito habitual por esos espacios. Cada uno de los *vecinos*, enfrentado solitariamente a los “obstáculos”, “como los demás”, participa como portador de ese saber directo al que accede a través de los sentidos. Este “saber de la experiencia” (Annunziata, 2013) proviene del conocimiento acumulativo de las situaciones de la vida

⁶¹ www.nueva-ciudad.com.ar/notas/201803/36753-presentaron-la-segunda-edicion-de-ba-elige.html (consultado: 7-7-2018).

El Jefe de Gobierno anunció los “ganadores” de la segunda edición con casi las mismas palabras: “más allá de lo que hacemos en el Gobierno, ¿quién conoce mejor la Ciudad y las cosas para hacer que los vecinos de cada barrio? Por eso, desde el año pasado ya instauramos esta idea de que nos acerquen propuestas” (www.noticiasurbanas.com.ar/noticias/larreta-anuncio-los-proyectos-ganadores-de-ba-elige/; consultado: 10-3-2019). En el Presupuesto Participativo online de La Plata, el “nadie” que atribuye una exclusividad al *vecino* y justifica su involucramiento se reitera: “Sabemos que nadie conoce mejor que vos las necesidades de tu barrio, por eso te invitamos a participar a través de esta nueva herramienta. Necesitamos que te involucres para que juntos trabajemos en la construcción de una ciudad cada día mejor.”

cotidiana. Así presentado, se destaca por su individualidad: la experiencia de cada *vecino* es única.

En Barrios Activos, su actividad se circunscribe a “transformar el espacio que lo rodea” y resolver “problemas cotidianos” de su zona o barrio. La “colaboración” entre todos los *vecinos*, creadora de una “comunidad online”, permitiría encontrar “nuevas formas de afrontar los problemas de siempre”. El *vecino* se ancla a una pertenencia territorial acotada, su zona o barrio, y mantiene relaciones con otros *vecinos* en tanto que *vecinos con problemas semejantes* que resultan de ese “saber de la experiencia” que les es común. Este saber distingue al *vecino* como tal, pero, a su vez, diferencia a los *vecinos* entre sí por la singularidad de las experiencias de cada uno. El vínculo atonal entre *vecinos* no impide que cada uno de ellos aparezca como un *sujeto supuesto saber* con una atribución de exclusividad en el conocimiento de su propia cotidianeidad.

Además, en Barrios Activos, esa relación se construye a través de los dispositivos móviles, sin necesidad del encuentro físico. Las publicidades de BA Elige en redes sociales también muestran la acción participativa del *vecino* en “espacios públicos”, como una plaza o en la calle frente a una bicisenda, que consiste en mirar y seleccionar propuestas con su celular⁶². En el video presentación de SI Propone, personajes creados digitalmente emergen sobre una calle y una vereda con edificios y comercios. A una mujer se le aparece una lámpara sobre la cabeza y otro hombre saca su celular del bolsillo cuando la voz en off pregunta “¿te gustaría que tus ideas se conviertan en realidad?”. Luego de la explicación de las características de SI Propone, ambos aparecen frente a una *notebook* en espacios hogareños⁶³.

La *cotidianeidad* y la *proximidad* están presentes en los enunciados de los participantes, lo que se corresponde con la *localización de la conflictividad social* analizada en el primer capítulo. La propuesta de “Carolina”, en SI Propone, titulada “Necesidades de las mascotas”, resulta de su actividad habitual como *vecina*:

“Cada vez que salgo a caminar con mi mascota por el barrio llevo una bolsa para sus necesidades. Hasta que no llego a la Avenida (Santa Fe) no encuentro tachos de basura municipales para poder tirar la bolsa. Muchas veces, mis vecinos me dejan las bolsas con necesidades de sus perros en mi cesto a falta de un tacho

⁶² www.youtube.com/watch?v=2WTep5ZCFdw (consultado: 20-8-2018).

⁶³ <https://vimeo.com/214029558> (consultado: 20-8-2018).

*municipal, otros directamente no juntan. Propongo se coloquen tachos al menos cada dos cuadras dentro de los barrios.”*⁶⁴

El autor de la propuesta más votada en BA Elige 2017, la realización de un circuito aeróbico en Parque Avellaneda, se reconoce como *vecino* en la premiación a los “ganadores”:

*“Conozco el parque, vengo de toda la vida acá. Fui corredor. Ahora soy entrenador de atletismo de un grupo que viene acá al parque. Y hay muchos vecinos que corren y no tenemos un circuito medido (...) De ahí surgió la idea y el apoyo de todos los vecinos”*⁶⁵.

Esta configuración de la actividad participante se vincula con la figura del “hombre común” que adquiere una importancia creciente en las democracias contemporáneas, en el marco de una “legitimidad de proximidad”⁶⁶ (Annunziata, 2013). En los dispositivos locales de participación, según Annunziata, el *ciudadano* declina en la figura del “vecino genuino” que se distingue por ser el “no experto” y “no comprometido”. A diferencia del *técnico/experto*, su saber es el de la experiencia. En contraposición al *político*, las preocupaciones del *vecino* son “sinceras”, “desinteresadas”. Lo que lo motiva es la resolución de los problemas concretos que lo afectan todos los días. Es, por lo tanto, el “hombre privado e íntimo; su ‘humanidad’ se despliega en sus lazos próximos y en su entorno inmediato” (2013: 137).

La actividad del *vecino* en las plataformas convive, sin embargo, con la legitimidad del *saber técnico* de los *expertos* que la evalúan. Hay una implicación mutua de ambos saberes. El *vecino* necesita la plataforma ideada por los *expertos* para modificar su espacio cercano a través de las propuestas. Los *expertos* necesitan de la participación y la *experiencia* de los *vecinos* para que la plataforma sea “exitosa”⁶⁷. *Funcionarios* y

⁶⁴ <http://sipropone.sanisidro.gob.ar/propuesta/103> (consultado: 20-8-2018).

⁶⁵ https://www.youtube.com/watch?v=Rz314uRQa_s (consultado: 20-8-2018).

⁶⁶ Annunziata (2013) describe una mutación de la legitimidad democrática, consistente en el privilegio de la cercanía por sobre la distancia en el vínculo entre representantes y representados. Por ese motivo, habla de una “legitimidad de proximidad”, correlativa al ascenso del “hombre común” y sus dos declinaciones: el “político compasional”, del lado de los representantes, y el “vecino genuino”, del lado de los representados.

⁶⁷ El jefe de Gobierno, en la premiación de BA Elige 2017, presentó a la Ciudad de Buenos Aires como la ciudad más participativa de Latinoamérica por la cantidad de propuestas: “Creo que los resultados están a la vista. Hubo veintiséis mil proyectos que presentaron. Veintiséis mil vecinos acercaron sus ideas, sus

ciudadanos/vecinos persiguen la consecución de los propios fines. Aquellos obtienen la información necesaria para demostrar que actúan según los deseos de los *ciudadanos* y estos últimos son atendidos en sus reclamos. La participación tiende a la lógica del *instituto del sondeo*, la de un intercambio que funciona como una averiguación bajo cálculo (Caletti: 2006, 2016). Annunziata, en su análisis, compara la relación entre gobierno y “vecino genuino” con una transacción. El saber singular del *vecino*, sostiene, puede ubicarse en una “lógica mercantil de gestión privada”, porque se vincula “con la relación entre la administración y los usuarios-clientes: su cada cual conoce bien sus intereses en tanto que usuario, y el acceso a estos intereses puede derivar en una oferta política mejor adaptada a las necesidades expresadas” (2013: 133-134).

Por otra parte, en la interpelación a los *vecinos* como protagonistas de la participación, se constatan los dos pares de ambigüedades que sostienen la figura de *los vecinos* al interior de lo que Hernández (2014) denomina el discurso de la nueva gestión urbana. La primera de ellas va de la proximidad espacial a una homogeneidad social; la segunda, del “todos” a “los mejores”, con *los vecinos* como “referencia moral de *buen uso* del espacio urbano y de *ejemplar* conducta cívica” (2014: 8). El *vecino* ya no se define solamente por la proximidad espacial, sino que delimita al *habitante medio* de la ciudad y al *sujeto* apropiado de la participación ciudadana. La regionalización ideológica, como marco de la actividad participante, cumple un papel fundamental en esta homogenización del *habitante medio* de la ciudad. Se espera que el participante sea el *buen vecino* interesado en resolver los problemas *cotidianos* que encuentra en los “espacios públicos” que transita.

La barra en *ciudadano/vecino* que indicaba una superposición entre el *ciudadano* y el *vecino* como sujetos de la participación en BA Elige, Barrios Activos y SI Propone ya no es necesaria. El sujeto de la participación es interpelado como *vecino*, con una serie de rasgos que lo distinguen como tal y ámbitos de intervención apropiados, específicos. En línea con lo que plantean Hernández *et al* (2017: 57), esta figura se corresponde con el desplazamiento en el neoliberalismo de una ciudadanía universal y nacional, típica de la ideología liberal-republicana, a una ciudadanía solipsista, con interpelaciones particularizantes.

La atonalidad es la forma dominante del vínculo entre *los vecinos*, con la consecuencia de que la participación se transforma en una *administración* del entorno

iniciativas (...). Creo que podemos decir con orgullo que somos la ciudad más participativa de Latinoamérica”.

más próximo a través de la identificación de los “problemas” puntuales de la vida cotidiana. Lo paradójico de esta *administración*, a la que en principio podría asociarse con la quietud, con lo esperable, es que promueve la *creatividad* de los sujetos de la participación, invitados a destacarse con sus propuestas, a crear las “mejores” para obtener el apoyo de los votantes. La creatividad, sin embargo, convive con el encorsetamiento del accionar de *los vecinos* en categorías que *localizan* los espacios y lugares apropiados para realizar sus propuestas. Aunque valorados y reconocidos por las ideas que se originan en sus experiencias singulares, las plataformas les ofrecen un lugar desde el que reconocerse. La tendencia a la singularización, de esta manera, choca con otra que torna semejantes a las propuestas. Este encuentro entre tendencias contradictorias se reitera en la figura de la *persona común*.

El mundo atonal de la persona común

Según Change, las peticiones atraen el interés de los medios de comunicación, porque “a los periodistas les encanta hablar con ciudadanos normales y corrientes que tienen ganas de cambiar las cosas y compartir su historia”⁶⁸. Avaaz, Change y HagamosEco proponen a los participantes contar su “historia”, la manera privilegiada de alcanzar el “éxito” en la recolección de firmas. La presencia de una “situación de injusticia” que altera el curso normal de la vida es lo que justifica la narración y publicación de un fragmento de la propia biografía. Si bien en las secciones de consejos se resalta que el *destinatario* o *tomador de decisiones* también es una *persona*, la narración de la propia vida queda a cargo de la *gente común* que protagoniza las peticiones. Al igual que en el par *experto/vecino*, fundado en la distinción *saber técnico/experiencia*, aquí hay una distancia entre el *destinatario* y la *persona común* que se funda en cualidades diferenciales. Si el *destinatario* ocupa el lugar de un poder resolutivo, cuya invocación se origina en una falta, en un incumplimiento que genera la indignación moral de los lectores de peticiones, ¿qué es lo que habilita a la *persona común* a reclamarle a través de las plataformas digitales?

HagamosEco le dice al participante que “el paso más importante es dar el puntapié inicial”, que “incluso los experimentados y los profesionales cometen errores” y que no necesita “ser un experto para publicar una campaña, sólo tienes que estar dispuesto a aprender cosas nuevas”. La autora de una “campaña exitosa” para evitar la

⁶⁸ help.change.org/s/article/Reach-Out-to-the-Media?language=es (consultado: 20-3-2019).

instalación de una planta embotelladora en la localidad cordobesa de Las Rabonas sostiene que “lo más importante es ser agente ambiental. Cualquier ciudadano puede defender al ambiente y puede accionar sin necesidad de tener un abogado o ser una ONG. Simplemente trabajando y teniendo conciencia ambiental”⁶⁹. Así, surge una primera diferenciación: el *peticionante* no es *experto*, *experimentado* ni *profesional* sino un *ciudadano cualquiera* con “conciencia”, en este caso medioambiental.

Avaaz presenta “historias” de sus miembros en la sección “Conócenos – Nuestra comunidad”⁷⁰. Cada uno tiene una foto de perfil y la identificación del país de origen con su ubicación en un planisferio. Garland, de Irlanda, cuenta:

“Recuerdo mi primera acción con Avaaz. Recuerdo sentir que lo que estaba a punto de suceder era tan injusto, errado y peligroso que sabía que tenía que hacer algo al respecto, ¿pero qué? Solo soy un individuo, ¿y que podría hacer solo? (...) Lo que me gusta de Avaaz es que es la voz de millones de personas que quieren justicia, paz, democracia y que se sienten solos, preocupados y sin poder para cambiar el gran sistema. Avaaz nos da una fuerte sensación de que podemos cambiar juntos, hablando con una sola y gran voz a los líderes globales que solo prosperan ignorando a los individuos promedios como yo, mientras se esconden tras la burocracia. (...) Cada vez que firmo una petición me siento útil y conectado a un poder más grande que me da humildad (...) Avaaz me mantiene informado y hacen todo fácil para que yo pueda firmar, unirme y estar al día. Y aunque en la vida estoy ocupado entre el estudio, el trabajo, y los afanes de la vida diaria, y aunque soy solo un individuo, darle dos minutos a Avaaz de vez en cuando nos da esperanza de un mundo mejor para nuestros niños.”

El “individuo solitario”, “promedio”, se potencia en la mera suma con otros como él que elevan su “voz” para enfrentar a “líderes globales”, la “burocracia” y el “gran sistema”. La “comunidad” de Avaaz es un agente que permite romper el *aislamiento*. El “individuo”, en “dos minutos”, abandona su soledad y se involucra en el “cambio” por un mundo mejor a través de clics y firmas. De esa manera, su vida cotidiana con “ocupaciones” resulta compatible con un compromiso con la “justicia”, la “paz” y la “democracia”. El abandono del *aislamiento*, la salida hacia un afuera, un más allá

⁶⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=-dIWRI5bG8w> (consultado: 20-3-2019).

⁷⁰ <https://secure.avaaz.org/page/es/community/> (consultado: 20-3-2019).

trascendente ligado a la mejora del planeta y en contraposición a la “normalidad” de la vida cotidiana, es resaltado en otras historias:

(MacKay: Canadá) “Avaaz significa que cuando hago clic para mostrar mi apoyo a una causa particular, otros millones de personas están haciendo lo mismo. Significa que no estoy sola en mi rabia, indignación o inquietud por el estado actual del mundo (...) y aunque individualmente puede que no tengamos el tiempo y los recursos para luchar cada batalla que necesita de nuestra atención; colectivamente, sí tenemos poder. (...) Avaaz es también utilizar ese poder de manera creativa para atraer la mayor atención posible de aquellos que toman las decisiones que afectan nuestras vidas. (...) Y para gente como yo, que no podemos estar ahí fuera pero que aun así nos preocupan estos temas, esa posibilidad significa mucho.”

Las *personas* que narran su historia pasan del lamento y la indignación individuales a formar parte de algo más grande gracias a Avaaz. También, de la incapacidad de influir en los “grandes asuntos” a tener una voz poderosa por su vinculación atonal con “millones” que sienten la misma “rabia” frente a los mismos problemas. Esa “comunidad global” se construye a través del clic que permite a cada uno sentirse involucrado con el “cambio social”, pero sin descuidar su vida cotidiana: la “gente como yo”, dice MacKay de Canadá, no tiene “tiempo” ni “recursos” para “estar ahí fuera”. En la sección, hay una aclaración previa a la presentación de las historias que remarca la normalidad de sus miembros, cuyo “perfil está distribuido uniformemente por edades” y repartido “en cada tipo de profesión que puedas imaginar”. Esta diversidad de “perfiles”, con *personas* de distintas edades y ocupaciones que llevan una “vida normal”, está unida por una “única cosa”: el “compromiso con la lucha por un mundo mejor”⁷¹.

⁷¹ El video “100 millones de usuarios cambian el mundo a través de Change.org” (www.youtube.com/watch?v=U1LFGelN2aY; consultado: 20-3-2019) muestra a personas de países distintos que miran a cámara y comentan en unos segundos las peticiones que apoyaron. Su presentación es que “cada firma tiene una historia”. En el final del video aparecen todas juntas, aunque separadas por cuadrados que se asemejan a un encuadre de una foto de perfil de redes sociales, y se superponen sus voces. En la edición se decidió resaltar las de tres mujeres que dicen, de manera consecutiva: “No tenemos que esperar que las cosas pasen”, “Ahora, si yo quiero directamente interpelar al presidente, lo hago” y “Una persona normal como yo puede usar esta plataforma para marcar una diferencia”. Una vez más aparece el participante como la *persona normal* que, sin embargo, gracias a la plataforma, es capaz de “interpelar directamente” al presidente.

La figura subjetiva que emerge en la participación es la de la *persona común*, el “individuo promedio” sin una cualidad extraordinaria. En su normalidad, lo que la caracteriza es la posesión de una *historia*. Abandona su soledad, su *vida privada*, por un sentimiento de indignación que la une con “millones” de otros semejantes que toman las mismas acciones, el clic y la firma, ante el cúmulo de “injusticias” exhibidas en las plataformas. El *empoderamiento* de la *persona común* tan mentado consiste en esta suma atonal de voluntades indignadas, de los “miles de esfuerzos individuales” que, según Avaaz, “por pequeños que sean”, pueden transformarse en una “poderosa fuerza colectiva”. La *persona común* necesita del *empoderamiento* por la carencia de un poder que se atribuye a otras *personas*. Como se señaló en el primer capítulo, aquí la *conflictividad queda reducida a un choque entre personas*. Frente a los *tomadores de decisiones*, el *ciudadano común* solo posee la voluntad de modificar una “situación injusta” a partir de peticiones en “campañas” de recolección de firmas, con la narración de su historia, de la singularidad de sus vivencias. Esto último es lo que permite a cada uno sentirse parte de “algo más grande” sin descuidar lo propio.

La singularización, sin embargo, no se contradice con una estandarización en la escritura de las peticiones. Las guías presentan consejos con características que debería reunir toda petición para ser efectiva. La plataforma en que las peticiones más se ajustan a lo que se les sugiere es Change, especialmente en aquellas etiquetadas en las categorías “salud” y “obras sociales”. Este rasgo motiva a detenerse en ellas, como una manera de acercarse a los efectos en los participantes del llamado a narrar “historias personales”.

Las peticiones presentan “historias” de menores de edad enfermos que requieren tratamientos costosos que las obras sociales o prepagas a las que están afiliadas se niegan a financiar. Las situaciones que originan los reclamos constituyen *puntos de viraje* en la trayectoria biográfica de los afectados, con consecuencias directas para su vida⁷². En todos los casos, la foto que encabeza la petición muestra a la persona en un plano cercano, a veces rodeado de familiares. Los textos inician con su presentación, continúan con la narración de los hechos que llevan a la situación actual que justifica el pedido de ayuda y

⁷² Desde la perspectiva del análisis de los relatos de vida, los puntos de viraje son momentos vitales que marcan un antes y un después, implican “una encrucijada a partir de la cual el itinerario biográfico de la persona tomó un rumbo distinto” (Kornblit, 2007: 23). En el caso de Fernán y su familia, el punto de viraje es su nacimiento, con consecuencias que se extienden hasta el presente: “Soy Fernán, el 18 de junio de 1998, al momento de mi nacimiento en el Hospital Español, a consecuencia de la MALA PRAXIS, por falta de oxígeno, es que tuve ‘sufrimiento fetal intenso’, lo que me provocó un daño neurológico severo, causal de la discapacidad motriz irreversible que tengo” (www.change.org/p/german-garavano-marquitospena-atrapado-en-una-silla-de-ruedas-y-sin-justicia; consultado: 4-4-2019).

finalizan con un llamado a los lectores que oscila entre el agradecimiento y la súplica. Recuerdan a lo señalado anteriormente acerca de la *escritura compasional* y la puesta en práctica de la razón humanitaria, con la confianza en que el lector *dará prueba de su humanidad* ante el punto de viraje narrado, caracterizado por la urgencia:

“Enzo es un niño de 3 años que padece un cáncer llamado Neuroblastoma. En enero empezó su tratamiento y el 5 de junio se hizo trasplante de médula ósea. Para finalizar esta etapa de la lucha necesita un tratamiento llamado INMUNOTERAPIA pero la obra social, OSPELSYM, no lo quiere pagar alegando que es muy caro.

(...). Este pequeño valiente pasó por quimioterapias, cirugías y auto trasplante de médula ósea y lo que hoy necesita de manera urgente es la INMUNOTERAPIA. (...) No queda más tiempo. (...)

Hoy más que nunca necesitamos tu ayuda. Todos juntos podemos más. Gracias por firmar.”⁷³

Los relatos se pueden considerar como una de las formas disímiles que integran el “espacio biográfico”, el concepto con el que Arfuch (2007) designa la diseminación de una variedad de enunciados en la actualidad que comparten la presencia de una narrativa vivencial que, según la autora, indica una tonalidad particular de la subjetividad contemporánea. El doble sentido del término “vivencia” es fundamental para comprender el llamado de las plataformas a narrar historias personales y la eficacia de las peticiones por el horizonte de inteligibilidad en que se inscriben. El primero de ellos, “como comprensión inmediata de algo real, en oposición a aquello de lo que se cree saber algo, pero a lo que le falta la *garantía de una vivencia propia*”, y el segundo, “designar el contenido permanente de lo que ha sido vivido” (Gadamer en Arfuch, 2007: 35). Esa *garantía de una vivencia propia* también funda peticiones en las que no se trata de modificar una situación personal padecida en el presente, como el caso del neurocirujano que promueve la sanción de un proyecto de ley sobre el accidente cerebro vascular:

“Soy Julio Fernández, neurocirujano coordinador del Programa de Prevención de ACV del Ministerio de Salud de Tucumán. A mis 14 años falleció mi padre a causa

⁷³ www.change.org/p/ospelsym-necesitamos-que-ospelsym-pague-la-inmunoterapia-para-que-enzo-pueda-vivir. Consultado: 4-4-2019.

de un ACV y desde ese entonces dediqué gran parte de mi vida a esta enfermedad.”⁷⁴

El “éxito” de las peticiones, su eficacia en la obtención de firmas, está en el valor testimonial de lo narrado, en la garantía del origen de la “historia” en una vivencia única que certifica su “realidad” y contribuye a que los firmantes *se compadezcan ante el sufrimiento mostrado*. En estas peticiones, las vivencias que se transforman en “historia” y escapan de la “intimidad” son de *sufrimiento*, se suplica la ayuda de los otros *cuando ya más nada queda por hacer*. La petición es el último recurso, caracterizado por la búsqueda de la compasión de los demás en una apuesta, consciente o no, a generar una identificación en los lectores con la propia “historia” y el sufrimiento cotidiano que suscite las firmas. El sentido que se otorga a lo vivido destaca la *desesperación*⁷⁵.

Aun en este contexto doloroso, los *peticionantes* resaltan que reclaman algo que les corresponde, que es su derecho por pertenecer a la obra social o prepaga como afiliados que pagan con meticulosidad sus cuotas:

“Unimedica, nuestra prepaga, se niega a reconocer el costo total de los reactivos (...), a pesar de que hace más de 4 años somos afiliados al plan más caro. Necesito que me ayuden con su firma para que cumplan con el pago total del estudio como corresponde.”⁷⁶

Así, “lo justo” del reclamo, más allá del “derecho a la salud” que tendrían las personas afectadas, es realizado por el *derecho del afiliado* que cumple con sus obligaciones y, en retribución, pretende lo que le “corresponde”. El *peticionante* espera,

⁷⁴ www.change.org/p/gabimichetti-silviaedeperez-aprueben-la-ley-de-tratamiento-universal-del-acv-leyacv (consultado: 4-4-2019). La noticia “Es neurocirujano, su padre murió de un ACV y trabaja para prevenirlo” acentúa la importancia del factor vivencial y demuestra la extensión de lo biográfico, su presencia como un horizonte de inteligibilidad compartido. En la presentación de Fernández, el punto de viraje de la muerte de su padre tiene mayor importancia que su condición profesional, es *el hijo* antes que *el neurocirujano*: “El hijo de un hombre que murió por un accidente cerebro vascular dedicó su vida a luchar contra la enfermedad. Es neurocirujano y -desde su lugar- se puso el objetivo de lograr la sanción de una ley para el tratamiento y la prevención”. (tn.com.ar/sociedad/es-neurocirujano-su-padre-murio-de-un-acv-y-trabaja-para-prevenirlo_873524; consultado: 4-4-2019).

⁷⁵ Es el caso de la madre de Leandro, quien necesita de una leche especial: “Por favor el que lea esta petición, que me ayude con su firma... soy una madre desesperada y que no trabaja afuera para cuidar de mi hijo, es una entrada económica menos y estoy haciendo malabares para poder comprarle la leche” (www.change.org/p/que-osde-apruebe-ya-la-medicaci%C3%B3n-para-mi-hijo-sssalud; consultado: 4-4-2019)

⁷⁶ www.change.org/p/prepaga-unimedica-de-mutual-cubran-el-estudio-de-l%C3%A1zaro (consultado: 4-4-2019).

con su testimonio de lo vivido, de su *sufrimiento*, conseguir las firmas, pero como si con eso no bastara, también remarca el número de afiliación de la persona a la obra social o prepaga. Esa pertenencia es la fuente primordial de la legitimidad del reclamo y justifica al *destinatario* elegido.

En la elección del *destinatario*, estas peticiones se alejan de las guías. Se dirigen a *organizaciones*, no a *personas*. Sin embargo, lo sustancial del funcionamiento participativo no se altera. La *personalización*, del lado del *peticionante*, resalta por la narración de las vivencias y las imágenes que muestran al enfermo, cuyo efecto es el de testimoniar una “vida real” con “sufrimientos reales”. El punto de llegada de la participación, de este abandono de la “intimidad”, implica un *tomador de decisiones* institucional que es depositario de un poder resolutivo sobre la vida de la persona, lo que permite hablar de una exhibición de las “vidas precarias” en el sentido que indica Fassin. Son las vidas cuya existencia depende de su relación “con aquellos que tienen sobre ellas un poder” (2006: 14). Concedidas por el ruego, requieren de la intervención de un otro para ser garantizadas.

De aquellos que son objeto de la atención humanitaria, de la compasión de los otros, se espera “la humildad del agradecido más que la reivindicación de un derecho-habiente” (Fassin, 2006: 14). En estas peticiones, lo primero se cumple, sin embargo hay una reivindicación, la del *derecho del afiliado*. La afirmación de este “derecho”, perteneciente a la persona afectada, legitima la petición y su direccionamiento hacia las instituciones sanitarias. Así, los afectados procuran la obtención de las firmas necesarias para actuar ante su obra social o prepaga. Este reconocimiento ideológico de los “protagonistas” de las “historias” como *afiliados* acentúa la individualización de las peticiones, en tanto cada uno reclama por “lo que corresponde”. El *afiliado* busca solucionar la situación que altera su vida y la de su familiar, *no más que eso*.

¿Cómo no relacionar el reconocimiento ideológico de los *afiliados* con el *del vecino* de Barrios Activos, BA Elige y SI Propone? Aquí y allá, son las vivencias las que los habilitan a tomar la palabra en las plataformas. En un caso, es el sufrimiento provocado por el incumplimiento de obras sociales que no brindan al enfermo lo que le corresponde por *derecho*. En el otro, son las experiencias cotidianas de habitar los espacios apropiados para el ejercicio de la *vecindad* que desplaza a la más tradicional *ciudadanía*, tal como se la configura en las categorías y sus indicaciones. El estatuto que les permite a los participantes reconocerse como *vecinos* o *afiliados* proviene de esas

vivencias singulares que los constituyen en interlocutores legítimos para reclamar a través de plataformas que les reconocen una cualidad distintiva: experiencias o historias.

Más allá de lo que comparten estas figuras, en lo que ahondaremos en el próximo apartado, vale destacar que las peticiones analizadas, las que guardan mayor fidelidad a las guías, confirman la atonalidad del vínculo entre los sujetos de la participación. Lo demuestran las palabras de agradecimiento de la mamá de Leandro por la “victoria” conseguida:

“Se me han caído muchas lagrimas cuando corte la comunicación (con un gerente de OSDE), ya que este tema de mi bebe nos tenia sin dormir, y emocionada al saber que todo esto fue gracias a ustedes (...) Solo me queda para decirles que sigamos ayudando como ustedes hicieron con nosotros, para que cada causa y mas por los chicos puedan ser resueltas prontamente para tranquilidad de otra familia.”⁷⁷

La apelación a la solidaridad de los firmantes incita a tranquilizar a cada una de las “familias” que padecen situaciones similares. Si bien aquí hay un interés por lo que les pueda ocurrir a los otros, resulta llamativo cómo la invitación es a solucionar más “injusticias” puntuales. La cita confirma lo analizado en el primer capítulo respecto al bloqueo de la conflictividad a gran escala, dado que el sistema sanitario que produce casos idénticos⁷⁸ de desatención a enfermos cuya vida está en peligro permanece ausente de los cuestionamientos. Ante problemas puntuales, los *destinatarios* son la obra social o prepaga que corresponda según la afiliación del reclamante. Las circunstancias únicas que vive cada sujeto, por lo tanto, no impiden que las peticiones compartan estrategias narrativas y una descripción similar acerca de lo sentido: desesperación, urgencia y hastío

⁷⁷ www.change.org/p/que-osde-apruebe-ya-la-medicaci%C3%B3n-para-mi-hijo-sssald (consultado: 4-4-2019).

⁷⁸ Ford y Longo (1997) identifican un crecimiento de la información producida a partir de “casos” articulados narrativamente en los medios de comunicación en la década de 1990 en Argentina. Esta nueva forma de la *non-fiction*, según los autores, se relaciona con tres procesos que tienen una vinculación directa con lo que se analiza en este apartado respecto a las interpelaciones subjetivas en las plataformas de peticiones: “1) el desdibujamiento de los límites entre lo privado y lo público y el avance sobre la privacidad de los medios (...); 2) la necesidad de aumentar la credibilidad en los medios a través de información individualizada y constatable; 3) la contaminación de la información con la narración (y con la ficción)” (131-132). Ahora bien, si Ford y Longo le atribuyen al “caso” una función desorganizadora de la estructura tradicional de la información por desbordar sus fronteras habituales y un efecto débil sobre las estructuras sociales, aquí solo se cumple lo segundo, dado que cada “historia” es contada a partir de los mismos “recursos” de escritura, lo que hace que se asemejen unas a otras en su apelación a la *compasión* de los demás. Sin embargo, este conjunto de peticiones de Change puede ser puesto en serie con los “casos” analizados por los autores como *una nueva forma del caso, ahora en el “entorno digital”*.

que finalizan con un llamado a la ayuda y el agradecimiento a los firmantes. En este grupo de peticiones, hay tantas historias como personas afectadas, sin embargo guardan una regularidad que las torna semejantes.

El análisis de las “historias” de Avaaz y Change demuestra la extensión y la dominancia de lo biográfico en la coyuntura, con la interpelación a que cada uno se adueñe de su propia “historia” para conmover a los otros. Mostrar la propia vida es un mandato irresistible, adornado con la promesa de la efectividad. El participante, caracterizado por su incapacidad para provocar cambios en su “soledad de individuo normal”, resulta fortalecido por la vinculación atonal con otras *personas comunes* con una necesidad semejante de comprometerse ante los relatos que movilizan su compasión humanitaria. La multiplicidad de historias no se contradice con la singularidad de cada uno de los participantes, igualados sin embargo por la capacidad común de transformarse en narradores y conmoverse con relatos ajenos. Ambos rasgos distinguen a la *persona común* que enfrenta al *tomador de decisiones*.

Cada una de las *personas comunes* y de los *vecinos* encuentran en sus *historias* y *experiencias*, por lo tanto, un motivo para sentirse únicos, para requerir la atención de un otro distinto y de jerarquía superior. Este factor común a ambas figuras es lo que se busca desentrañar a continuación.

La singularización de lo igual

“Mientras el individuo desaparece frente al aparato al que sirve, ese aparato lo provee como nunca lo ha hecho”, escriben Adorno y Horkheimer (1970: 11) a mediados de la década de 1940 sobre la técnica de la industria cultural, la producción/reproducción en serie, que fascina y somete a los consumidores. En su concepción, al poder de esta técnica que arrasa las diferencias, cuyos puntos salientes son el cine y la radio, le corresponde un público pasivo, carente de imaginación y de individualidad. En las páginas precedentes, se analiza una apuesta por hacer “explotar la participación ciudadana” a través de Internet, la red global que, a diferencia de la industria cultural de Adorno y Horkheimer, facilitaría la expresión de la individualidad, de lo propio de cada uno que encontraría canales de comunicación antes inimaginables. Los partidarios de la democracia digital que citamos en la introducción verían, probablemente, una confirmación del poder revolucionario de Internet en la proliferación de experiencias y biografías que sustenta la “participación ciudadana” en las plataformas.

El ciudadano de Adorno y Horkheimer era absorbido por la interpelación al consumo, a convertirse en cliente de la industria cultural y ser parte de una masa caracterizada por su “conformismo” ante la “eterna repetición de lo mismo”. Para aquellos que sostienen que la mera existencia de Internet potencia las capacidades de actuación ciudadana, ¿qué cosa más impensable que la consideración de los cibernautas como *pasivos*, integrantes de una “masa” en la que no hay lugar para la “creatividad”? Internet, en los tiempos que corren, parece circunscribir al pasado la idea de la repetición de lo igual.

La conceptualización de Adorno y Horkheimer de la industria cultural, la técnica dominante de su época, se retoma con el objetivo de señalar que para aquellos que celebran a la “red de redes”, la tecnología que hoy concita las atenciones y carga con una atribución de poder casi sin límites, sería un anacronismo concebir la relación de Internet con las subjetividades como una supresión de las diferencias. El efecto de mismidad, de repetición de lo igual, que señalan como característico de la industria cultural es lo que interesa recuperar aquí y resulta un disparador para conceptualizar el mecanismo de interpelación de las plataformas⁷⁹. La conjetura que se sostendrá en las páginas que siguen es que el efecto de la interpelación a los participantes como *vecinos* o *ciudadanos comunes* consiste en la *singularización de lo igual*. Si el efecto de mismidad de la industria cultural que conceptualizaban Adorno y Horkheimer se debía a la anulación de la individualidad, aquí, en las plataformas digitales, se produce paradójicamente en virtud de la proliferación de individualidades, *por la singularización de cada uno* de los sujetos de la participación.

Ya se ha visto que *los vecinos* participan desde el conocimiento acumulativo de los inconvenientes que resultan del habitar los espacios próximos y cotidianos. La *gestión de gobierno* les ofrece a *los vecinos* una plataforma para transformar ese saber de la experiencia en propuestas que serán concretadas si sobreviven a un proceso de selección

⁷⁹ Más allá de estas consideraciones, si hay algo que los autores de la Escuela de Frankfurt previeron es la vinculación estrecha entre el *marketing* y las *técnicas de sondeo*: “Las distinciones enfáticas, como aquellas entre films de tipo *a* y *b* (...) no están fundadas en la realidad, sino que sirven más bien para clasificar y organizar a los consumidores (...) El hecho de ofrecer al público una jerarquía de cualidades en serie sirve sólo para la cuantificación más completa. Cada uno debe comportarse, por así decirlo, espontáneamente, de acuerdo con su *level* determinado en forma anticipada por índices estadísticos, y dirigirse a la categoría de productos de masa que ha sido preparada para su tipo. Reducidos a material estadístico, los consumidores son distribuidos en el mapa geográfico de las oficinas administrativas” (1970: 149-150). “Categorías”, “clasificación y organización”, “oficinas administrativas”, “índices estadísticos”, “*level*” son términos nodales en relación al funcionamiento y los efectos de las plataformas analizadas, como se vio en el primer capítulo.

basado en méritos y criterios técnicos. El *vecino* es valorado por ser *el que sabe, el que conoce mejor que nadie lo que necesita para vivir bien en sus espacios próximos*.

El saber de la experiencia tiene una consecuencia paradójica. Unifica a *los vecinos*, les otorga un carácter común, pero también los diferencia, establece una distancia entre las experiencias múltiples de los *vecinos singulares* porque los espacios que habitan varían según los barrios, la zona o, el extremo al que parece dirigirse esta figura, la vereda en la que se vive. *Cada vecino* es igual a los otros *vecinos* en la posesión del saber de la experiencia que en un mismo movimiento los singulariza, porque lo que justifica sus participaciones es la variabilidad de las experiencias que habilita esa cualidad común.

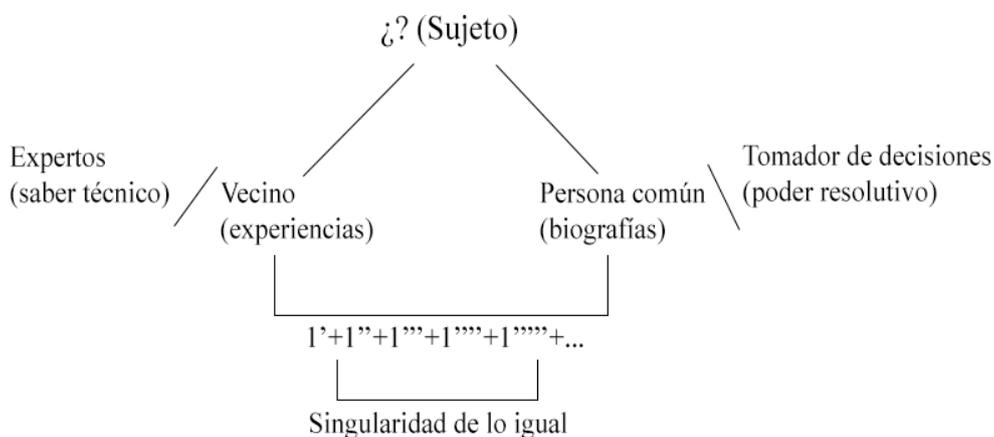
¿Cuáles son los rasgos, entonces, que comparten las interpelaciones al *vecino* y la *persona común*? Para empezar, en el caso de la *persona común* es la biografía, la “historia”, la que ocupa el lugar de la experiencia y hermana a los participantes en la posesión de una cualidad semejante que permite a cada uno diferenciarse por los hechos biográficos que componen la trayectoria vital. Como lo demuestra el análisis de las peticiones de Change, las *personas comunes* recurren a recursos similares para narrar sus vivencias de sufrimiento, lo que no les impide destacar la singularidad de las desventuras producidas por una relación idéntica con el sistema sanitario que no garantiza el bienestar de los enfermos. Así, *vecino* y *ciudadano común* poseen una cualidad distintiva que los identifica como tales, pero, al mismo tiempo, permite el reconocimiento de cada uno de los *vecinos* y *ciudadanos comunes* como sujetos singulares, con una experiencia o una biografía que merecen ser atendidas por lo que tienen de únicas, un efecto ideológico de *evidencia* que produce la publicación de propuestas y peticiones.

En segundo lugar, experiencias y biografías surgen de las vivencias cotidianas que provocan igual efecto de sentido: otorgar verosimilitud y credibilidad a los contenidos publicados por los participantes. Las experiencias de *los vecinos* poseen el aura de lo verdadero que surge de la exclusividad, del *nadie sabe mejor que ellos* que enuncian funcionarios y plataformas. Las biografías de los *ciudadanos comunes* son las que deben ver la luz de las pantallas para garantizar las firmas, porque los testimonios personales alejan a la petición de cualquier duda acerca de su autenticidad, lo que facilita la compasión de los lectores, ávidos por *dar prueba de su humanidad*.

En tercer lugar, la atonalidad domina los vínculos entre *vecinos* y *ciudadanos comunes*, en una cadena horizontal de otros en la que nadie resulta capaz de encarnar al Otro, de obtener un estatuto que lo eleve sobre sus pares pese a que las plataformas los llaman a protagonizar una *competencia*, con la *publicidad* y el *marketing* como soportes,

que profundiza aún más la singularización de los participantes. El otro con minúscula que obtiene la mayor cantidad de votos o firmas, como lo muestran las palabras de Victoria citadas más arriba, autora de una “petición victoriosa”, lo más a lo que puede aspirar luego del “éxito” es a transformarse en un caso ejemplar que aliente a los pares a ocupar el mismo lugar de privilegio y demuestre que la “victoria” es posible, que *hay otros como uno que lograron que su propuesta o petición se “conviertan en realidad”*.

Ahora resulta necesario recuperar la idea de Žižek del “infinito reflejo competitivo” entre los otros incapaces de encarnar al Otro. La estructura de las interpelaciones al *vecino* y la *persona común* puede esquematizarse de la siguiente manera:



Esquema 1

Cercanos al Otro, pero también incapaces de encarnarlo, *expertos* y *tomadores de decisiones* estructuran la participación a partir del saber técnico y del poder resolutivo. Althusser (1970) sostiene que toda ideología está centrada por la presencia de un Sujeto que interpela y permite a los sujetos reconocerse como tales. Si *expertos* y *destinatarios* no tienen la talla suficiente para ocupar ese lugar, ¿qué ocurre con él, dado que según Althusser forma parte de la estructura de toda interpelación ideológica?

El Sujeto, emparentable con el Gran Otro que refiere Žižek, está ocupado, en primer lugar, por la *forma concurso* que además de limitar la conflictividad a ciertos espacios y personas, como se vio en el capítulo anterior, también responsabiliza a los participantes por la interiorización de las exigencias: *vecinos* y *ciudadanos comunes* son incentivados a “emprender”, a realizar un esfuerzo creativo que los lleve a un “éxito” que consiste en solucionar un conflicto que no excede lo personal. La *forma concurso* implica

que si el participante realiza los méritos necesarios, es “insistente”, “creativo”, presta atención a criterios de evaluación y consejos de difusión, llegará a la instancia definitiva en las plataformas municipales y hará oír su reclamo en Avaaz, Change y HagamosEco. Lograr el “éxito” de la petición o propuesta es responsabilidad de cada uno. Los participantes actúan “con libertad”.

El primer elemento que ocupa el lugar del Otro en este conjunto de plataformas, por lo tanto, es la *forma concurso* en la que se verifica una extensión de las técnicas de motivación y estímulo del *management* que describen Laval y Dardot a un campo que se supone ajeno a ellas, la “participación ciudadana”. La *forma concurso* incentiva a *vecinos* y *ciudadanos comunes* a trabajar en su propia eficacia, pero como si ese incentivo proviniera “desde el interior por el mandamiento imperioso de su propio deseo, al que le(s) es imposible resistir” (2015: 332), por lo que se suprime todo sentimiento de *distancia* entre el sujeto y ese mandamiento: “obedecer al propio deseo y al Otro que habla en voz baja dentro de uno mismo, todo es lo mismo. El *management* moderno es en este sentido un gobierno ‘lacaniano’: el deseo del sujeto es el deseo del Otro” (Ídem). El funcionamiento participativo motiva a *vecinos* y *ciudadanos comunes* a comportarse como *empresarios de sí mismos*, responsables exclusivos de mejorar sus condiciones de vida.

Si las técnicas del *management* entrelazadas a la *forma concurso* asumen el lugar del Otro a través de la interiorización de las exigencias que producen en los participantes, Internet en su funcionamiento, lejos de cualquier idealización, también es determinante en las subjetividades que emergen en las plataformas. La exhibición voluntaria de la intimidad de la “gente común” que se propone analizar Sibilia (2013) como uno de los rasgos salientes en el uso de Internet, vinculable a la proliferación de experiencias y biografías que aquí se constata, es inescindible de lo que describe como la “revolución de la Web 2.0”. Señala que a la primera generación de empresas on-line que deseaba vender productos la sucede otra que “‘confía en los usuarios como codesarrolladores’. Ahora la meta es ‘ayudar a las personas para que creen y compartan ideas e información’ (...) de una manera que ‘equilibra la gran demanda con el autoservicio’” (2013: 19).

Las plataformas analizadas tienen un interés especial en transformar a sus *usuarios* en *colaboradores/codesarrolladores*, una de las figuras implícitas que, como se

vio anteriormente, especifica a las del *vecino* y el *ciudadano común*⁸⁰. El “esfuerzo creativo” de los participantes que obtienen firmas y votos incrementa la cantidad de visitas que reciben los sitios. El discurso del *marketing* con su componente motivacional adquiere un nuevo matiz. Al mismo tiempo que difunden sus propuestas o peticiones, los participantes contribuyen a la consolidación social de las plataformas como solucionadores de los problemas de la vida cotidiana. Desde los albores de la Web 2.0, según Sibilia, el “espíritu del negocio” se caracteriza por un “esquema que combina, por un lado, una convocatoria informal y espontánea a los usuarios para ‘compartir’ sus invenciones y, por el otro, las formalidades del pago en dinero por parte de las grandes empresas” (2013: 23). Si bien aquí no hay un pago en dinero, la *forma concurso* implica un reconocimiento a los “ganadores”, el horizonte deseado de la participación que recompensa los esfuerzos realizados. Es importante recordar que el reconocimiento a los participantes surge, en primera instancia, de la aprobación de sus pares, cuyo funcionamiento es semejante al ya naturalizado “me gusta” de las redes sociales: “...‘megustear’ en muro ajeno es un gesto del buen ciudadano virtual, de agradable compañero social. (...) coleccionar una enorme cantidad de aprobaciones ajenas es la mejor manera de testear la aceptación, o no, en la mirada de los otros” (Sarchman, 2013: 79).

Las plataformas son parte de una manera extendida de promover la participación de los *usuarios* de Internet, motivados a crear contenidos⁸¹ que tienen como destino la mirada de los otros que premia con el reconocimiento y castiga con el olvido. Esos contenidos, en las plataformas analizadas, son las vivencias singulares de cada uno de los *vecinos* y *ciudadanos comunes* que necesitan de la aprobación de los otros para destacarse en el infinito reflejo competitivo en el que todos resultan únicos y semejantes a la vez. Las formas dominantes de participación en Internet constituyen, entonces, el segundo elemento que ocupa el lugar del Otro, cuya falta de encarnaciones, como señala Žižek, torna más dominante al Otro invisible:

“... el ejemplo del ciberespacio demuestra con claridad que el Otro está más presente que nunca: el atomismo social solo puede funcionar cuando está

⁸⁰ *Colaboración, co-creación, co-desarrollo, interacción*, son todos términos que aparecen vinculados a la “participación ciudadana” en los enunciados vinculados al software de las plataformas. El capítulo siguiente se detiene en esta cadena de significantes y su relación con el instituto del sondeo y el *marketing*.

⁸¹ En el tercer capítulo enfocaremos en el supuesto de la *actividad* y la *creatividad* que se atribuyen a la *ciudadanía* que puebla las redes de Internet y sus consecuencias para la democracia representativa.

regulado por un mecanismo (aparentemente) neutral; los solipsistas digitales necesitan una maquinaria global sumamente compleja para perseverar en su espléndido aislamiento” (2015: 42).

El Otro se interioriza en los participantes y se desvanece en el funcionamiento de las plataformas. Las únicas restricciones a la actividad de *vecinos y ciudadanos comunes* parecen surgir de su creatividad y voluntad. Ahora bien, ¿cuáles son las consecuencias de la *singularización de lo igual*, de esta mismidad paradójica que caracteriza a *vecinos y ciudadanos comunes*, en términos de la “participación ciudadana” que se efectiviza en las plataformas y su relación con lo político?

Para arriesgar una respuesta, es necesario retomar lo señalado respecto al efecto de sentido de realidad que produce la exhibición de vivencias. Los atributos de veracidad y autenticidad con los que cargan propuestas y peticiones provienen de su origen en vivencias cotidianas y singulares, ese mundo cercano e íntimo del *vecino* y el *ciudadano común* al que no pertenecen *expertos ni tomadores de decisiones*. La participación torna visible lo que hay que ver de ese mundo, lo que ya estaba allí dispuesto al alcance de los sentidos de los participantes, quienes no hacen más que sacarlo a la luz en las pantallas. Las vivencias aparecen así como una evidencia de lo que es la “realidad” de *vecinos y ciudadanos comunes*.

El efecto de realidad es una negación del carácter ideológico de las vivencias. Como sostiene Althusser (1970), no hay una “realidad” que sería accesible para cualquiera con la sola condición de desprenderse de la “ideología” que la refleja. Al contrario, lo que toda ideología representa son las relaciones imaginarias entre el sujeto y sus condiciones materiales de existencia.

El anclaje en la “realidad” de la participación de *vecinos y ciudadanos comunes* genera un efecto de lectura que consiste en considerar que se muestran “tal como son”, que manifiestan sus “preocupaciones verdaderas”⁸². Dicho efecto puede relacionarse con

⁸² No casualmente Sibilia resalta que la “información” es un elemento importante en la exhibición generalizada de la intimidad que caracteriza a la coyuntura, con la “eliminación de las distancias y fuerte dependencia de la veracidad; o sea, de un anclaje verificable en la vida real” (2013: 51). El análisis de Sarchman sobre el uso de las redes sociales también apunta en esta dirección y la presencia de un efecto de sentido de lo verdadero: “... al perder de vista la diferencia entre lo público y lo privado, todo se volvió más plano. Lo que el sujeto es, es lo que se ve. El creciente desarrollo de la fotografía digital (...) Ocupó con su aparente espontaneidad cualquier atisbo de duda sobre la manipulación de las imágenes. La foto captada hasta por un teléfono móvil logró superar la sospecha que los televidentes más avezados han logrado percibir ante cada cosa que se muestra. Todo lo que el usuario sube, al hacerlo con un formato ‘no profesional’, construye el efecto de sentido de lo verdadero, de lo que siempre estuvo allí” (2013: 78).

los rasgos que definen a las democracias actuales, a las que Rancière (2007) denomina consensuales o posdemocráticas. La democracia se caracteriza por la aparición igualitaria de un dispositivo de subjetivación que cuestiona y reorganiza el orden policial que asigna y distribuye lugares, poderes y funciones. Para que haya subjetivaciones, es necesario el litigio político que no es “una discusión entre interlocutores sino una interlocución que pone en juego la situación misma de interlocución” (Rancière, 2007: 127).

La consideración del litigio político como una situación de interlocución imposible, dislocada, es fundamental para comprender la relación entre las interpelaciones a los sujetos de la participación y lo político. Aquí, en las plataformas, ya se ha visto que el litigio en términos rancieranos queda anulado por su circunscripción a lugares y personas específicos. Ahora se puede agregar que el efecto de realidad de las vivencias singulares desde las que participan *vecinos y ciudadanos comunes* neutraliza las apariencias de la política que rompen con la naturalidad de los interlocutores ya constituidos, de las partes de la sociedad que ya se saben y reconocen como parte. La apariencia política es “la introducción en el campo de la experiencia de un visible que modifica el régimen de lo visible. No se opone a la realidad, la divide y vuelve a representarla como doble” (2007: 126). Las vivencias presentifican una realidad única e idéntica a sí misma que impide su división. *Lo que vecinos y ciudadanos comunes muestran es lo que son*. Así, la dependencia de los sujetos interpelados por las plataformas de la “realidad”, en conjunto con la *forma concurso* de participación que anula la conflictividad social a través de una competencia de participantes que se reflejan unos a otros, consolida la fantasía del consenso, la de un mundo en el que “todo se ve, donde las partes se cuentan enteramente y donde todo puede arreglarse por la vía de la objetivación de los problemas” (Rancière, 2007: 130).

Ante la pregunta por los efectos de *la singularización de lo igual* en la “participación ciudadana”, se puede concluir que en la dependencia de “lo real” se verifica una supresión de las apariencias propias de la democracia. Los sujetos de la participación poseen cualidades sustantivas que naturalizan sus lugares y les permiten reconocerse desde su “realidad”. Esas cualidades los convierten en participantes e interlocutores válidos para interpelar a *expertos y tomadores de decisiones*.

El efecto de realidad analizado tiene, además, la consecuencia de que lo que se exhibe en las plataformas se considera el reflejo de “lo que la gente piensa”, de sus intereses y preocupaciones. En este marco en el que todo pareciera destacar por su transparencia, por su facilidad de lectura e interpretación, y en que los protagonistas de la

“participación ciudadana” devienen *empresarios autosuficientes de sí mismos*, ¿es concebible la representación política? Cada uno de los *vecinos y ciudadanos comunes* pareciera representarse a sí mismo a partir de sus intereses singulares.

En el próximo capítulo se verá que frente a los sujetos autosuficientes y dependientes de su “realidad”, la respuesta de los miembros de la *gestión de gobierno* consiste en el ofrecimiento del conocimiento de “lo que la gente piensa” a los representantes, cuya función sería acercarse a los pareceres ciudadanos para una mejor “toma de decisiones”. ¿Acaso no son las encuestas el instrumento privilegiado de este reflejar “lo que la gente piensa”? Si la *forma concurso* se corresponde con una racionalidad dominante caracterizada por extender la competencia a todos los ámbitos de la vida y las interpelaciones a los sujetos de la participación se vinculan con las técnicas del *management* y las formas extendidas de participación en Internet, poco sorprenderá encontrar que los promotores de estas plataformas digitales de “participación ciudadana”, aun cuando se justifiquen en el retorno a una Atenas originaria y pura, conciben a la democracia en los términos del instituto del sondeo, el de un “diálogo” con la ciudadanía instrumentalizado para la obtención de ciertos fines.

La tecnología entre los representantes y los representados

Hasta aquí, la investigación se ha enfocado en las plataformas, primero en su funcionamiento, la *forma concurso* de participación, y luego en la *singularización* que producen las interpelaciones subjetivas al *vecino* y el *ciudadano común*. Ahora, es el momento de ampliar el corpus de análisis con el objetivo de indagar en las condiciones de emergencia de las plataformas, en tanto surgen y se insertan en un entrecruzamiento de prácticas discursivas con reglas de formación determinadas.

Algunas cuestiones ya han quedado asentadas respecto a las condiciones de emergencia en las páginas precedentes. La *forma concurso* y las interpelaciones subjetivas serían incomprensibles sin la referencia a ciertos discursos, entre los que destacan el *management* y el *marketing*, y aspectos dominantes de la coyuntura, como la extensión de la competencia a través de técnicas de evaluación e incentivación, el vocabulario de la gestión, la lógica del instituto del sondeo, la “razón humanitaria” y el “espacio biográfico”. Pero hasta el momento estos aspectos y discursos se han tornado inteligibles a partir de la constatación de sus efectos en las plataformas, lo que constituye, si se quiere, una primera vía de acceso a sus condiciones de emergencia. En este capítulo, sin embargo, enfocaremos de otro modo en dichas condiciones, al entenderlas como los enunciados o grupos de enunciados que hacen concebibles a las plataformas como una forma novedosa de “participación ciudadana”, por la presencia en ellos de conceptos lo suficientemente extendidos de participación, representación, ciudadanía, democracia y digitalización, entre otros, y de figuras subjetivas vinculadas al uso de Internet, enmarcados en la nueva “Sociedad de la Información y/o el Conocimiento”, el nombre con el que se pretende explicar la asociación de todos estos factores.

Antes de adentrarse en el análisis del entrecruzamiento de enunciados que explica la emergencia de las plataformas, será necesario recuperar lo señalado en la introducción acerca de su pertenencia a la serie de la “democracia electrónica”, cuyas características generales son delimitadas por Caletti (2015), y el planteo arqueológico de Foucault (2015). En este capítulo, se analizarán las continuidades y transformaciones de la “democracia electrónica” en las plataformas y los enunciados que se incorporan a la investigación. Por lo pronto, vale recordar que uno de los elementos sobresalientes de la serie consiste en la función determinante y transformadora de la tecnología que *impacta* en la democracia representativa. A partir del contraste del presente con cierta idea de Atenas, la tecnología aparece como la causa de un retorno al ejercicio directo de la

democracia, con una “participación ciudadana” que oscila entre una oposición y una complementación a las instancias representativas. En ambos casos, la recuperación del carácter directo de la democracia tiene como punto de partida una transformación general de la sociedad, uno de cuyos giros habituales, según Caletti, es el de “sociedad red”.

Respecto al planteo arqueológico de Foucault, en los enunciados que se incorporan en este capítulo se constatará la presencia de discursos que, en principio, se podrían considerar ajenos a estas plataformas digitales dirigidas a promover la “participación ciudadana”⁸³. La invitación foucaultiana a desconfiar de las unidades evidentes del discurso, a través de las cuales se suelen naturalizar ciertos agrupamientos de los enunciados, permitirá construir otras unidades que resulten del trabajo investigativo. Como sostiene Foucault (2015: 217), las reglas de formación que distinguen a una práctica discursiva “no se modifican cada vez; se las puede encontrar en actividad en enunciados o en grupos de enunciados muy dispersos a través del tiempo”.

Con el objetivo de identificar y analizar la pertenencia de las plataformas a la serie de la democracia electrónica, primero se hará foco en un conjunto de enunciados que comparte su oposición a la “participación digital” en BA Elige. A pesar de las argumentaciones contrarias respecto al mismo objeto, la regularidad de conceptos, posiciones subjetivas y supuestos ideológicos hacen integrar a los enunciados el mismo sistema de formación. Su análisis será un rodeo para demostrar la extensión y aceptación sociales de ciertas concepciones de tecnología, participación y representación. En el segundo apartado, se integrarán al trabajo enunciados que presentan un diagnóstico semejante de una “crisis de representación” que caracterizaría a las democracias actuales. Las unidades evidentes que constituyen a las ciencias sociales, el marketing político y la informática en ámbitos en principio diferenciados del discurso serán dejadas en suspenso para trazar una regularidad que entronca con las características principales de la “democracia electrónica”, pero atravesada por un elemento novedoso, la figura subjetiva del *colaborador*, central en el discurso de los recursos humanos y a la cual dedicaremos el tercer apartado. En el último, el foco estará en los softwares que originan a las plataformas, los presuntos solucionadores de las falencias de las democracias actuales. En ellos se identificará un movimiento decisivo que sintetiza las conclusiones de la investigación. Los softwares se referencian en la antigüedad griega, en el ágora ateniense,

⁸³ En los capítulos anteriores también se identificó un entrecruzamiento de discursos “extraños” a la “participación ciudadana”. Para explicar la *forma concurso*, por ejemplo, hubo que recurrir a los discursos de lo humanitario, de los recursos humanos, el *management* y el *marketing*.

pero reproducen los términos y procedimientos que distinguen al instituto del sondeo, todo un síntoma de la coyuntura actual y la tendencia dominante a concebir la política como *gestión*.

Lo que agregaremos en las últimas páginas del capítulo consiste en que esa *gestión* tiene como condición previa un estudio de la *ciudadanía*, al que el discurso del marketing otorga sus métodos y certezas, reasegurados por la *información que los ciudadanos brindan en su “participación” en plataformas y redes sociales*. La función de la “información” en las plataformas nos permitirá presentar una inflexión final de la *participación como información-insumo para las decisiones de la gestión*.

Participar “de verdad”: la oposición a BA Elige

Al interior de las series y las formaciones discursivas, Foucault propone la descripción de las contradicciones como *espacios de disensión*. Sostiene que las pertinentes para el análisis arqueológico son las *intrínsecas*, “las que se despliegan en la formación discursiva misma y que, nacidas en un punto del sistema de las formaciones, hacen surgir subsistemas” (2015: 201). A estas contradicciones no se les atribuye un origen en una función general que las determina desde un *a priori*, sino que se trata de localizar el lugar en que se sitúa su divergencia, su principio de incompatibilidad.

Un conjunto de enunciados se presenta como opuesto a la “participación digital” de BA Elige, al que se caracteriza como un programa gubernamental que promueve una participación *ilegal, inconstitucional, falsa, irreal, impuesta, no libre y contraria a la descentralización*. Dos supuestos ideológicos se destacan en este conjunto conformado por artículos de opinión de legisladores opositores, el Movimiento Comunero y el Periódico VAS: que la legalidad de la Constitución de la Ciudad y la ley de Comunas garantizan una “participación real”; y la contradicción entre una forma “verdadera” (“participación vecinal comunal”) y otra “falsa” de participar (BA Elige).

En las argumentaciones de legisladores se reitera que BA Elige es una plataforma que incumple con las formas de participación legal establecidas en la Constitución de la Ciudad y la Ley de Comunas, consistentes en la “participación vecinal” en los Consejos Consultivos Comunales y los Presupuestos Participativos. Sin el respeto a esa legalidad, no habría participación ciudadana⁸⁴. El Movimiento Comunero, una organización

⁸⁴ Un legislador de SUMA+ sostiene: “Una verdadera participación ciudadana (...) sólo es posible (...) respetando el espíritu de la Constitución de la Ciudad” (www.infobae.com/opinion/2017/04/06/ba-elige-resta-densidad-institucional/). Una comunera del Frente para la Victoria: “para canalizar y fomentar

integrada por *vecinos* que se definen “independientes”, afirma: “se impide la participación vecinal libre y organizada de abajo hacia arriba”⁸⁵.

El Periódico VAS, un medio cultural comunitario de San Nicolás, presenta argumentaciones similares, aunque enmarcadas en un proceso histórico más extenso. El origen del medio se remonta a las asambleas vecinales autoconvocadas luego de la crisis del 2001, momento en el que sus integrantes reconocen una historia en común como *vecinos*⁸⁶. En una nota de 2010, “¿Qué es la participación ciudadana?”⁸⁷, se cita el boletín de una de las asambleas: “Que los vecinos participen, conozcan y decidan sobre las cuestiones públicas, es una forma concreta de que el pueblo gobierne; (...) las convierte (a las personas) cada vez más, en dueñas de su propio hacer y en sujetos de su propio destino”. Un párrafo más abajo, el autor reclama una “participación directa” de los ciudadanos a través de las tecnologías de comunicación en la “era de su desarrollo superlativo” gracias a Internet y la telefonía móvil: “¿Por qué, si se han abolido las distancias, y el acceso a la información y a la emisión de opinión están al alcance de todos, no se consulta al pueblo sobre las grandes decisiones?”. La respuesta del autor es que la “clase política” tiene privilegios que “están en la representación y no en la participación”.

En 2017, BA Elige retoma y concreta el planteo sostenido en la nota casi en los mismos términos, pero el medio se apropia, en una publicación titulada “BA Elige vs. Buenos Aires Participa”, de una convocatoria del Movimiento Comunero con el eslogan “SI. A real participación ciudadana organizada en las Comunas. NO. A la falsa participación manipulada desde el Gobierno de la Ciudad”⁸⁸. La diferencia fundamental con BA Elige es que en estos enunciados se promueve una participación cara a cara en los Consejos Consultivos Comunales, como instancia legal “participativa” establecida en los textos normativos. Sin embargo, la manera en que el *pueblo* como sumatoria de *vecinos* participa del gobierno no se aparta de un lugar administrativo. La acción participativa consiste en *controlar* un presupuesto dado.

En las plataformas municipales se le atribuye al *vecino* un “poder de decisión” que se efectiviza y en la “participación comunal” se demandan instancias que permitan su realización. En este rasgo común se identifica un supuesto ideológico dominante. Según

realmente la participación se deben utilizar los mecanismos (...) instituidos legalmente” (www.nueva-ciudad.com.ar/notas/201704/31939-ba-elige.html). Consultado: 20-10-2017.

⁸⁵<https://www.facebook.com/1502680773382174/photos/rpp.1502680773382174/1823886594594922/?type=3&theater>. Consultado: 20-10-2017.

⁸⁶ www.periodicovas.com/acerca-de/quienes-somos/. Consultado: 20-10-2017.

⁸⁷ www.periodicovas.com/por-que-la-participacion-ciudadana/. Consultado: 20-10-2017.

⁸⁸ www.periodicovas.com/ba-elige-vs-buenos-aires-participa/#_edn2. Consultado: 20-10-2017.

Harvey, el neoliberalismo, como teoría de prácticas político-económicas, se funda en los ideales de la dignidad y la libertad individuales que “atraen a cualquier persona que aprecia la facultad de tomar decisiones por sí misma” (2007: 12). La libertad de decidir por uno mismo es una de las premisas que sostiene BA Elige⁸⁹. A su vez, la “participación vecinal” a través de las comunas se presenta como una manera de que los *vecinos* decidan por sí mismos la Ciudad en la que quieren vivir y se “adueñen de su propio destino”⁹⁰.

La participación, por lo tanto, se funda en *el poder de decisión de los “vecinos” como gestores* de sus propuestas en BA Elige y del presupuesto comunal en la “participación vecinal”. En ambos casos, la participación consiste en *asignar y/o controlar recursos económicos definidos con anterioridad por instancias gubernamentales*. En los enunciados que promueven la “participación vecinal comunal”, el *vecino* se desmarca de las evidencias de la “participación ciudadana digital”, denuncia una *falsa participación vecinal* e invierte los términos: “el Ejecutivo impone una ‘participación’ adulterada, limitada, manipulada y dirigida desde arriba, para evitar que seamos lxs vecinxs de Buenos Aires quienes decidamos la ciudad en la que queremos vivir y controlemos a las autoridades”⁹¹. En términos de Pêcheux (2010), el sujeto se *contra-identifica*⁹², niega la evidencia que indica que las plataformas digitales son una “evolución de la participación”, pero la *participación* se enmarca en una *legalidad que sería la garante de su carácter verdadero* y, al igual que en las plataformas municipales, se concibe protagonizada por *vecinos* que deben *gestionar y decidir acerca de un presupuesto gubernamental*.

⁸⁹ “Ahora cualquier persona va a tener la posibilidad de hacer propuestas y apoyar aquellas que pensaron otros, y (...) también vas a poder votar esas iniciativas para que juntos construyamos la Ciudad que soñamos” (baelige.buenosaires.gob.ar/ba_elige). Consultado: 20-10-2017.

⁹⁰ Una comunera del FPV y el Periódico VAS coinciden: “(el Presupuesto Participativo) es la herramienta constitucional que los vecinos de la Ciudad deberían utilizar para elegir y definir, cómo y en qué gastar el presupuesto que anualmente la Legislatura vota para cada Comuna.” (www.nuevacidad.com.ar/notas/201704/31939-ba-elige.html); “Somos nosotros, los vecinos, quienes tenemos que definir la Ciudad que queremos.” (www.periodicovas.com/ba-elige-vs-buenos-aires-participa/#_edn2). Consultado: 20-10-2017.

⁹¹ www.facebook.com/MovimientoComunero-1502680773382174/. Consultado: 20-10-2017.

⁹² Pêcheux (2010) retoma el planteo althusseriano y sostiene que el proceso fundamental de las relaciones de producción capitalistas es el de la interpelación. La relación sujeto/Sujeto es constitutiva de la interpelación: “el sujeto ideológico se desdobra en un sujeto singular, tomado en la evidencia empírica de su identidad (...) y de su lugar (...) y un Sujeto universal que (...) vehiculiza la evidencia de que ‘es así’, siempre y en todas partes” (2010: 8). Pêcheux define tres modalidades de la relación sujeto/Sujeto: identificación, contra-identificación y des-identificación. La primera consiste en la coincidencia sujeto/Sujeto. El individuo interpelado se sujeta con libertad al Sujeto y acepta el orden existente. En la contra-identificación esa coincidencia se rompe y se invierten los términos de la identificación. La des-identificación, en cambio, se caracteriza por una ruptura con las modalidades anteriores, un abandono y cuestionamiento totales de las nociones que se imponen como evidencias universales.

Estos dos conjuntos de enunciados, pese a su oposición en términos de *verdad o falsedad*, comparten un nudo central en torno a la participación que no se nombra y permanece incuestionado. Consiste en que ambas formas de participación resolverían, presuntamente, un punto ciego de la filosofía y la teoría políticas: las deformaciones de la representación en la vida democrática, contrapuesta a la participación ciudadana directa, un supuesto constitutivo de la serie de la democracia electrónica, según Caletti (2015: 51). Por un lado, los Consejos Consultivos Comunales y el Presupuesto Participativo las atenuarían por la interacción directa de los *vecinos* con los representantes electos de las Juntas Comunales y la “toma de decisiones desde abajo”. Por el otro, BA Elige concretaría la “democracia directa”, porque los *vecinos*, sin intermediarios, harían realidad sus proyectos, avalados por los apoyos y votos de otros *vecinos*⁹³. El cuestionamiento a las instancias de intermediación, se verá en el próximo apartado, constituye uno de los elementos más importantes del diagnóstico acerca de la “crisis de representación” que justifica la necesidad de la “participación ciudadana” y el contacto “directo” con los representantes y la *gestión* a través de Internet.

La “evolución de la participación” que propone BA Elige a partir de la tecnología y el intercambio virtual entre *vecinos* se vuelve una *adulteración* de la “participación directa” en los enunciados con argumentos contrarios a la plataforma. La contradicción entre la “participación digital” y “la participación vecinal comunal” se caracteriza, principalmente, por una exclusión de las opciones teóricas (Foucault, 2015: 202), de las vías para alcanzar una “participación directa” que se concibe de manera semejante, como una disminución del carácter representativo de la democracia en favor de un sujeto interpelado como *vecino*, convertido en “protagonista de la toma de decisiones”.

El poder de la tecnología también constituye una evidencia, aunque de manera divergente. En un caso, la democracia resulta ganadora con las plataformas digitales que *ahora* permiten una participación horizontal, sin obstáculos, desde casa, con un proceso deliberativo a través de clics y comentarios, con propuestas y reportes que se vuelven “realidad”. Lo que se cuestiona en la “participación vecinal comunal” son los *efectos positivos o negativos* de la tecnología sobre la participación. En términos de Caletti, la relación entre ambas se concibe como un *choque*. La tecnología resulta “una ‘fuerza’ que

⁹³ El jefe de Gobierno sostuvo en la presentación de la primera edición de BA Elige: “Democracia directa. Es un cambio de paradigma en la forma de gobernar. Hay una creciente participación de la gente en los encuentros que tenemos todas las semanas y esta iniciativa apunta a llegar aún más a las personas, a los barrios, a las comunas”. www.lanacion.com.ar/2001367-los-portenos-decidiran-el-destino-de-500-millones-de-pesos-del-presupuesto. Consultado: 20-10-2017.

adquiere carácter causal, por sobre y a costa de la superficie en la que impacta” (2015: 57). Un integrante del Movimiento Comunero, en una nota titulada “El programa Buenos Aires Elige y la destrucción de la democracia participativa”⁹⁴, sostiene que “a nadie cabe duda que usar los medios virtuales, es una forma de ampliar el acceso de la ciudadanía a proponer ideas”, pero la imposibilidad de que *vecinos y funcionarios* dialoguen entre sí, cara a cara, restringe la participación a una *participación como si*:

“Publicitado marketinamente como si, a través de él (BA Elige), los ciudadanos ejercieran la participación, decidiendo las obras que quieren que se hagan en sus barrios, se parece más a un estudiado mecanismo para falsificar e impedir la participación real y libre de los vecinos, que para promoverla”.

Las concepciones de la tecnología oscilan entre la evidencia de sus *beneficios* y la de su *simulación* de lo real. Los enunciados de la “participación vecinal comunal” resaltan su poder para imponer una *forma falseada* de participación, opuesta a la “democracia participativa”. La contracara positiva, “democratizante”, de este poder es que le posibilitaría a cada *ciudadano ser parte* de “procesos decisorios” a los que antes no accedía porque estaban reservados a los representantes.

A pesar de las posturas en principio enfrentadas en torno al mismo objeto, la “participación digital”, se identificó una regularidad en las concepciones de participación, tecnología y representación. Tanto para los promotores del encuentro cara a cara en los consejos comunales como para los partidarios de las plataformas digitales, el llamado a la participación está destinado a vincular a los representados con sus representantes, un modo de mejorar la “toma de decisiones” a la que es asimilada la democracia.

En los próximos apartados, enfocaremos en enunciados con argumentaciones positivas sobre las consecuencias de la tecnología para la democracia, la más importante de ellas el *acercamiento de los conocimientos de la ciudadanía a los representantes y la gestión*. Previo a ese acercamiento, sin embargo, lo que la tecnología ha producido es una distribución de *saberes ciudadanos* que explica la necesidad del acercamiento y la pérdida de legitimidad de los representantes. Así, a la más evidente de las funciones que se le atribuye a la tecnología en la “crisis de representación”, la de ser su solucionadora por las potencialidades de las plataformas, se agrega otra de la cual deriva la anterior, aunque

⁹⁴ amvcaba.com.ar/noticias-ciudad/el-programa-buenos-aires-elige-y-la-destruccion-de-la-democracia-participativa (consultado: 10-3-2019).

pueda resultar sorprendente: la de ser su causante. Con ambas facetas, causa y solución, la tecnología es la que determina las direcciones que sigue la democracia.

La tecnología como causante de la “crisis de representación”

La idea de que el mundo está atravesando un cambio de era que tiene como motor principal a Internet, uno de cuyos efectos primordiales se daría en la “política”, es el primer elemento que comparten enunciados que suelen agruparse en los ámbitos de la informática, el marketing político y las ciencias sociales⁹⁵. En ellos se diagnostica que las democracias actuales padecen una “crisis de representación” por los efectos de las nuevas tecnologías. Tres supuestos ideológicos son los que, en su entrelazamiento, sostienen este diagnóstico. Primero, la idea del “cambio de era”, de una “revolución tecnológica” impulsada por Internet, la digitalización y el rendimiento creciente de la informática en el almacenamiento de información. Segundo, una concepción de Internet como una red neutra, carente de control y de centro. Tercero, el “empoderamiento ciudadano”, entendido como el tránsito de una condición *pasiva* de la ciudadanía a otra *activa*.

Los “efectos democratizantes” de esta “revolución”, para empezar, son atribuidos a Internet, la digitalización y la informática, inscriptos en una sucesión de inventos que impactaron de manera irreversible a la sociedad. Aguiar (2007: 62), por ejemplo, realiza una analogía entre la máquina a vapor y la informática. Si aquella fue el factor desencadenante de la industrialización, la informática sepulta a las eras agrícola e industrial y provoca el advenimiento de la “Era Digital, la Era de la Sociedad del Conocimiento”, en la que el “principal generador de valor económico es el saber, el valor agregado intelectual a las cosas y a las acciones” (2007: 21).

Las citas podrían continuar, pero lo importante es señalar el determinismo desde el que se inician los planteos, un aspecto que permite unificarlos y recuerda al *fetichismo tecnológico* (Caletti: 2015) que mencionamos en la introducción⁹⁶. Este modo de pensar

⁹⁵ A la bibliografía académica que tiene como objeto de estudio algún aspecto de la relación entre Internet, democracia y política, sumaremos enunciados pertenecientes a emprendedores informáticos como Santiago Siri, fundador del Partido de la Red, y a los “consultores en comunicación política” que hoy son erigidos como los mejores intérpretes de los deseos de la ciudadanía: Antón Gutiérrez Rubí y Jaime Durán Barba.

⁹⁶ Es de interés resaltar cómo los enunciados comienzan, habitualmente, con afirmaciones que sentencian la gran magnitud del cambio social que se estaría atravesando, más allá de la dispersión de objetos y temáticas a los que se dirigen. Aguiar (2007: 17) comienza su libro: “... una nueva Era Digital inicia su dominio. El desarrollo imparables de la informática y de las comunicaciones acelera la creación y difusión de conocimientos, impacta transversalmente en toda actividad, cambia las estructuras de las relaciones entre las personas, modifica las organizaciones y revoluciona estructuralmente el modo de crecimiento y competencia de las economías nacionales, reconfigurando el mapa mundial”. Gattoni (2013: 98) inicia su trabajo sobre la inclusión digital: “... (las TICs) llegaron para quedarse. Llegaron también, con un enorme

la relación entre tecnologías de comunicación y sociedad no es nuevo. Williams (1992: 182) lo ejemplifica con las frases “la televisión ha alterado nuestro mundo” o “la imprenta alteró el mundo”. En todos los casos, según Williams, lo que se hace es reducir la complejidad social a una interpretación de dos términos: invención técnica y sociedad, “el mundo”, disponibles ambos para ser utilizados como fuerzas autónomas y determinantes. Como se vio en las páginas anteriores, la evidencia del poder de la tecnología es compartida inclusive por enunciados con posturas contrarias a las plataformas digitales de participación.

Una referencia habitual sobre el avance inevitable de la informática es la ley de Moore. Formulada por el cofundador de la empresa Intel en 1965, consiste en la predicción de que la cantidad de transistores de un chip se duplicaría sistemáticamente cada dieciocho meses, lo que implicaría un rendimiento creciente en el almacenamiento y procesamiento de información. Efectivamente, los dispositivos han incrementado sus capacidades y lo seguirán haciendo, pero lo relevante a fines del trabajo es destacar el lugar que ocupa la “información” en estos planteos. El abaratamiento de los dispositivos informáticos y sus capacidades crecientes tienen dos consecuencias. Primero, la recopilación de la información que los internautas brindan en su navegación en Internet, lo que permitiría acceder de manera fiable a sus intereses y comportamientos, aspecto en el que nos detendremos en el último apartado. Segundo, la disponibilidad de información deriva en la autonomía de los ciudadanos. A decir de Durán Barba:

“No solo adquieren más información, sino que la transforman de manera autónoma y se transforman a sí mismos. Todos se sienten capacitados para crear una realidad en la que son periodistas, cineastas, filósofos, o cualquier otra cosa, con solo encontrar alguna información en la red y crear un blog o un canal.”⁹⁷

En los enunciados, la “autonomía de los ciudadanos” no solo deriva de la mayor disponibilidad de información sino también de la forma red de Internet. En la concepción

potencial para transformar lo existente. La incorporación de la ciudadanía en la planificación y ejecución de las políticas públicas resulta potenciada por la inclusión digital”. Vercelli (2013: 116), en tanto, afirma en las primeras líneas del artículo “La participación ciudadana en la era digital”: “El desarrollo de las tecnologías digitales, la expansión de Internet y el crecimiento de las redes de telefonía móvil han generado profundos cambios en las formas políticas a nivel global. (...) han permitido que, como nunca antes en la historia de la humanidad, millones y millones de personas (usuarios finales, ciudadanos) a nivel global puedan informarse, comunicarse”. La existencia de una transformación de dimensiones gigantescas, *como nunca antes en la historia de la humanidad*, constituye la premisa desde la que se erigen los planteos.

⁹⁷ www.perfil.com/noticias/columnistas/crisis-de-representacion.phtml. Consultado: 30-6-2019.

de Internet como red tampoco hay novedad. Maldonado (1998) indica que el “argumento archiconocido” consiste en que en Internet todo sería centro y periferia al mismo tiempo, por lo que, a diferencia de los medios masivos de comunicación tradicionales del siglo XX, la radio, el cine y la televisión, no habría un punto central desde el cual distribuir mensajes a un público pasivo. Lo que caracterizaría a Internet sería la interactividad.

Ahora bien, es de interés indagar cómo de la argumentación acerca de la forma red se desprende una serie de consecuencias políticas. La premisa de Cardon (2016) consiste en que Internet transforma la naturaleza de la democracia por ser un laboratorio de alternativas a la democracia representativa a escala planetaria. En este marco, sostiene que en su arquitectura el “potencial de innovación” se encuentra en los bordes de la red, lo que “otorga a cada usuario el poder de innovar, de hacer visibles sus innovaciones y difundirlas a todos aquellos que las juzguen pertinentes. (...) es difícil controlar Internet, porque está desprovisto de todo centro. La red es una plataforma neutra” (2016: 18).

La estructura descentralizada, horizontal y sin jerarquías de Internet produce, de esta manera, un *empoderamiento de sus usuarios*. El empoderamiento se caracteriza en los enunciados por una distribución de los conocimientos y el abandono de la condición de *pasividad* de la ciudadanía. En las plataformas, el empoderamiento consistía en la posibilidad brindada por Internet de participar con la creación de propuestas o peticiones para mejorar un espacio cercano o resolver “situaciones injustas”. Aquí, Internet aparece como el propiciador de una *actividad* de los *usuarios, participantes o ciudadanos* que, una vez más, conduce a su responsabilización. El fundador del Partido de la Red se refiere a un “empoderamiento descentralizado” en el que “no se trata de quitarle poder a los políticos, sino de agregarnos responsabilidad a la hora de participar y ejercer nuestros derechos”⁹⁸. El cuestionamiento a la figura del *político* culmina en una *responsabilización de los representados*, quienes parecen poder prescindir de los representantes o, en términos generales, de toda instancia de representación, como lo indica la referencia reiterada a la eliminación de los intermediarios o *gatekeepers*⁹⁹.

Más allá de la dispersión de los planteos, lo que reaparece es la idea de un cambio de condición de la *ciudadanía*. Gutiérrez Rubí (2014) teoriza sobre el desplazamiento de

⁹⁸ www.clarin.com/politica/santiago-siri-politicos-agregarnos-responsabilidad_0_BydP-8KPXx.html. Consultado: 30-5-2019.

⁹⁹ Cardon (2016: 39) señala que al eliminar el control de los *gatekeepers*, “Internet abre un espacio de visibilidad a publicaciones que no han sido sometidas a una verificación previa. (...) La desaparición del control *a priori* levanta también los efectos de la selección social que están vigentes en el espacio público”.

la figura del *militante* a la del *activista*¹⁰⁰. Si el *militante* cumple órdenes e instrucciones provenientes de una estructura partidaria con una autoridad central que no se basa en “el mérito de sus ideas”, el *activista*, al contrario, innova, crea movimientos y acciones de manera espontánea, en red, y es parte de una “cultura política” de “praxis colaborativa”.

Así, la idea del empoderamiento que aparecía en las plataformas puede ser enmarcada en lo que se conceptualiza como una adquisición general de “autonomía” por parte de los *ciudadanos*, convertidos ahora en *activistas*. El mero hecho de contar con nuevas posibilidades de comunicación interactiva, la disponibilidad de información y las ausencias de centro y control que se atribuyen a la forma red de Internet provocarían la diseminación de ciudadanos críticos. Poseedores de conocimiento e información que pueden difundir *cuándo y cómo quieran*, protagonizan un cambio de condición, un tránsito de la *pasividad* a la *actividad*. Según Durán Barba, en una “sociedad de las pantallas” en la que parecen sobrar partidos y organizaciones intermedias, “nadie quiere ser objeto de los procesos, todas las personas se volvieron activas”. “Política vigilada” es el nombre que Gutiérrez Rubí otorga a esta crítica ciudadana: “De ciudadanos pasivos a ciudadanos proactivos, críticos, exigentes... vigilantes. Las nuevas tecnologías han facilitado el desarrollo de distintas iniciativas que fiscalizan y monitorizan las actividades de nuestros representantes”.

Vale detenerse en el adjetivo *proactivo* para comprender las direcciones que toma este “poder crítico ciudadano”. En el discurso de la gestión empresarial, *proactivo* designa una iniciativa anticipatoria por parte del empleado. La *proactividad* implica que por sí mismo, sin que medie una solicitud externa, busque innovar y anticiparse a circunstancias cambiantes que escapan a su control. Es necesario recordar la conceptualización de Laval y Dardot (2015) sobre el sujeto activo y deseante que caracteriza al neoliberalismo, con la voluntad de realizarse a sí mismo. El “poder crítico” que se atribuye a la *ciudadanía* se desliza hacia la *proactividad* que distingue al empleado comprometido y la motivación del colaborador que describen los investigadores franceses.

Más adelante será el momento de detenerse en la *participación como colaboración*. Ahora, hay que señalar que la *actividad crítica, proactiva, vigilante, exigente, autónoma* de los ciudadanos resulta el desencadenante de la “crisis de

¹⁰⁰ Gutiérrez Rubí trabaja a partir de lo que denomina “Tecnopolítica”, definida como el “paradigma que permite a la política formal renovar su relación con la ciudadanía y establecer lazos de conexión directa, sin intermediarios, y adaptar la comunicación institucional ortodoxa a nuevos lenguajes y canales”. www.pagina12.com.ar/137828-tecnopolitica-para-cambiar-la-comunicacion-politica-y-las-ca. Consultado: 29-5-2019.

representación” ante la cual se debe actuar. El director de Democracia en Red, una ONG a la que pertenece el software DemocracyOS, cuyo desarrollo más saliente es el presupuesto participativo online de la ciudad de Rosario, sostiene que la pérdida de legitimidad del sistema democrático se debe a “cambios estructurales” en la vida cotidiana de las personas: “En tiempos de revolución cultural, agitada por la omnipresencia de las tecnologías de información y comunicación, las prácticas sociales se topan con sistemas de gobierno creados y pensados en el siglo XIX”¹⁰¹.

En la argumentación, se erige una oposición entre un “sistema democrático” y un “estilo de vida” desfasados por la *omnipresencia tecnológica*. En la charla TED “Democracia y nuevas tecnologías”, afirma que en la base de la “teoría del siglo XIX” sobre el sistema democrático y el parlamentarismo está la distinción entre representantes y representados como portadores del “saber” y el “no saber”:

*“Hoy, reservar el conocimiento para castas de especialistas en pleno siglo XXI es absurdo. Vivimos tiempos en donde las ideas se diseminan con mucha facilidad, en donde los puntos de vista se multiplican, en donde el conocimiento se transforma. Nuestras sociedades son complejas, veloces, y reniegan del experto como líder. La política no puede ser el monopolio del saber de algunos, sino que tiene que ser la habilidad para coordinar saberes repartidos”*¹⁰²

La solución, continúa, es la creación de “un mecanismo de interacción entre representantes y representados que vaya más allá del voto”. Las plataformas como DemocracyOS constituyen ese mecanismo que aprovecha los “saberes repartidos”. La tecnología, agente determinante de lo social, produce una distribución de los conocimientos que rompe el “monopolio del saber” y equipara al *ciudadano* con los *representantes*. La presunta crisis de las democracias actuales queda explicada por este “empoderamiento ciudadano”. Para mejorar la democracia, sin embargo, no se propone una ruptura y un abandono de las formas representativas sino una *complementación*¹⁰³.

¹⁰¹ medium.com/multitudes/recuperar-la-pol%C3%ADtica-6dbc71db39dd. Consultado: 11-10-2018.

¹⁰² Disponible en: www.youtube.com/watch?v=qJn3XVme-oQ. Consultado: 3-3-2019.

¹⁰³ La concepción de la complementariedad se reitera en las argumentaciones que justifican la “participación digital”. La presidenta de Democracia en Red sostiene: “La tecnología puede ayudarnos pero no reemplaza la participación física desde el territorio. La complementa, la apuntala” (<https://medium.com/multitudes/una-forma-de-vivir-53379bbf317c>). En Decide Madrid: “La democracia directa no sustituye ni amenaza a la democracia representativa, la complementa. Y soluciona algunos problemas que no consigue la otra” (decide.madrid.es/mas-informacion/participacion/hechos). Consultado: 25-5-2019.

De lo que se trata en esa complementariedad es de acercar a los representantes y la *gestión* los *conocimientos y saberes de los ciudadanos* para la “toma de decisiones”.

Si la democracia acentúa la distancia entre los polos de la relación entre representantes y representados, corre riesgo de profundizar su crisis. Si los “acerca” a través de las tecnologías, en cambio, la legitimación de la política a través de la participación está al alcance de la mano. A continuación, veremos cómo esa participación tiende a una *colaboración* fundada en los saberes ciudadanos distribuidos en esta nueva “sociedad red”.

Ciudadanos colaboradores

En los enunciados que comparten el diagnóstico de la “crisis de representación”, la participación virtual se propone entonces como *interacción, diálogo y colaboración* entre *representantes* y *ciudadanos*. Los primeros son destacados por su legitimidad decreciente y los últimos por la posesión de un saber que torna pertinente su participación. Al sujeto de la participación interpelado como *vecino* se le atribuía un conocimiento único, personal, de las experiencias de su vida cotidiana. En este caso, lo que explica el saber de los *ciudadanos críticos* es la “revolución tecnológica” que genera la multiplicación de puntos de vista en una sociedad “compleja”.

La idea de una *sociedad red* sobrevuela estos planteos. La sociedad se supone como una *red* de “saberes repartidos”, conformada por nudos de conocimiento, cada uno de los *ciudadanos* que requieren ser considerados para la perduración del sistema democrático. En el glosario del portal de Gobierno Abierto de Santa Fe se aclara que la *colaboración* fortalece el diálogo democrático “en un esquema de mayor responsabilidad compartida que pueda aprovechar las capacidades distribuidas y la inteligencia colectiva de todos los actores sociales”. Esta *colaboración* permite la “co creación de soluciones y procesos más eficientes que benefician tanto a representantes como representados”¹⁰⁴. En la *colaboración* de lo que se trata es de obtener *soluciones eficientes* a partir del aprovechamiento de las “capacidades distribuidas” en cada uno de los nudos de esa red.

La respuesta que se propone a la *ciudadanía empoderada*, por lo tanto, es la *colaboración* con representantes y gobiernos. ¿Cuáles son las características de la interpelación a los *ciudadanos como colaboradores*, invitados a colaborar entre sí además

¹⁰⁴ www.santafe.gob.ar/ms/gobiernoabierto/glosario/colaboracion/. Consultado: 11-11-2017.

de con la *gestión* o los *tomadores de decisiones*?¹⁰⁵ Para dilucidar este punto será necesario retornar a las plataformas que efectivizan la *participación como colaboración*.

En primer lugar, los *ciudadanos son colaboradores que trabajan en equipo*. La *colaboración* es caracterizada como un “trabajo en equipo” en el que se respetan puntos de vista, conocimientos y habilidades diferentes, con el resultado de lograr una solución a un problema que no se obtendría sin esa conjunción¹⁰⁶. El deslizamiento de la participación hacia la colaboración se constata en la sucesión de ediciones de BA Elige. En la de 2019, su novedad son las “propuestas colaborativas” que permiten a los participantes “agregar sus ideas” a propuestas creadas con anterioridad. Uno de sus beneficios, según la plataforma, es el incentivo a la “interacción con otros para trabajar juntos como pares y aplicar sus conocimientos combinados a la solución del problema”¹⁰⁷. En el *conocimiento orientado a soluciones* es posible identificar la filosofía del *management* que describen Laval y Dardot (2015: 230): “En la nueva economía del saber (...) no se trata ya de gestionar estructuras sino de ‘guiar’ a personas que tienen conocimientos para que produzcan lo más posible”, en este caso para que los *ciudadanos* solucionen los problemas que los aquejan y mejoren sus condiciones de vida.

Ahora es el momento de retomar lo señalado en el apartado anterior respecto a la *proactividad* que se atribuye a la *ciudadanía crítica* que puebla las redes de Internet. El aspecto por el que destacan los internautas radica en su potencialidad para *crear* y encontrar *soluciones novedosas* a través de la interacción desde la periferia de la red en el marco de una “era del conocimiento”. Los atributos del *ciudadano* interpelado como el protagonista de esta revolución tecnológica se corresponden con los de la figura que ha ganado centralidad en el discurso empresarial: el *colaborador*, también nombrado *colega* o *partner*. *De militantes a activistas, de pasivos a activos, de consumidores a creadores*, los desplazamientos apuntan en la misma dirección¹⁰⁸, coincidente con el nuevo tipo de

¹⁰⁵ Y, vale agregar, con las plataformas que facilitan su “participación ciudadana”. Como se afirmó en el último apartado del capítulo anterior, los participantes son sus *colaboradores/codesarrolladores*, porque contribuyen a su consolidación social a través de los contenidos que publican y su difusión. El “éxito” de los participantes torna “exitosas” a las plataformas como solucionadoras de los problemas cotidianos.

¹⁰⁶ Bajo el llamado “Sugerí tu punto de vista”, en Barrios Activos se sostiene que “debemos colaborar entre todos, cada uno desde sus posibilidades, aportando diferentes acciones, recursos o miradas sobre un mismo problema”. En HagamosEco, en tanto, el equipo se transforma en un movimiento: “Un movimiento nace a partir de un equipo de gente que complementa su fuerza y diversas habilidades. Los movimientos reales crecen a través de la colaboración y de compartir habilidades”.

¹⁰⁷ https://baelige.buenosaires.gob.ar/proposals_info#p. Consultado: 11-7-2019.

¹⁰⁸ Con una perspectiva celebratoria del fenómeno que se proponen estudiar, Barrero *et al* (2006:11) colocan en el centro de la Web 2.0 a la *colaboración* y reproducen los términos de los desplazamientos: “Uno de los grandes cambios introducidos hace referencia al rol que juegan los usuarios, quienes pasar de ser unos sujetos pasivos receptores de un servicio a ser actores activos, cambiando un paradigma centrado en la

poder que caracteriza al neoliberalismo, respetuoso del “factor humano” que se valora en el *management*:

“ya no se trata tanto de reconocer que el hombre sigue siendo un hombre en el trabajo, que nunca se reduce a la condición de un ser pasivo; se trata de ver en él al sujeto activo que debe participar totalmente, comprometerse plenamente, entregarse por entero en su actividad profesional” (Laval y Dardot, 2015: 331).

En la interpelación a los *participantes como colaboradores* se identifican rasgos dominantes de la coyuntura, vinculados a la extensión del discurso empresarial. Pierbattisti (2010) describe las mutaciones epistemológicas que conlleva la gestión neoliberal de la empresa en el espacio laboral a partir del caso de la adquisición de Telefónica en 1990 de una parte de la Empresa Nacional de Telecomunicaciones. La más importante, a su modo de ver, es el tránsito de la figura del *trabajador* al *colaborador*. En línea con lo señalado en el primer capítulo respecto a la administración de la conflictividad social, Pierbattisti señala que el *colaborador* es central en el “paradigma de una cultura integrativa y participativa, dos de las banderas más caras a los intereses del management actual, (que) se construye sobre la base indiscutible de la negación del conflicto” (2010: 17), convertido en síntoma del mal funcionamiento de la “Organización”.

Los participantes, como se analizó en los capítulos anteriores, actúan motivados por su propio deseo de destacarse, de “emprender” y obtener el reconocimiento de los pares en un esfuerzo que en simultáneo les permita mejorar su situación personal. Aquí y allá, en plataformas y empresas, participantes y empleados son caracterizados por actuar con una “libertad” que, paradójicamente, conduce a su responsabilización. Como sostiene Pierbattisti (Ídem), el “colaborador se insertará en este esquema; libremente, sin ninguna determinación que no surja de su propio deseo articulado con el de la Organización”. En el caso de la “participación ciudadana”, el deseo personal de *vecinos* y *ciudadanos comunes* se articula con el de las plataformas que orientan su participación.

Hasta qué punto el *ciudadano autónomo y activo* que *colabora* con gobiernos, empresas y otros ciudadanos a través de las plataformas se desliza al *colaborador*

publicación de contenidos a otro más profundo y potencialmente transformador: la colaboración. En la Web 2.0 son los usuarios tanto los generadores de contenidos como los destinatarios de los servicios”.

fidelizado a su empresa lo indican las palabras de un gerente de Recursos Humanos de Telefónica, entrevistado por Pierbattisti (2010: 16) para su trabajo:

“Se busca fundamentalmente gente flexible. Flexibles a los cambios, abiertos al aprendizaje y al auto-aprendizaje. Es decir, el mensaje es el siguiente: el gerente del desarrollo individual son ustedes mismos. (...) Pero también buscamos una orientación hacia los resultados. Empleados orientados a resultados. Orientados a la calidad, pero si la calidad supone que hay que esperar tres años para alcanzarla, no va. La prioridad es el resultado. Es decir, se busca la proactividad, un perfil de empleado pre-activo, resolutivo. Pero también una cuestión del trabajo en equipo (...) es necesario que obtenga tales resultados en una buena relación con el grupo en el cual se encuentra”.

En el primer capítulo se analizó la *interpelación publicitaria* que tenía el efecto de que los participantes resultaran sus propios instrumentos de “éxito” a partir de los consejos de difusión. De ellos dependía utilizarlos con “efectividad” para lograr el reconocimiento de los pares. Aquí, en tanto, el *colaborador* es caracterizado como el instrumento de su propio desarrollo individual que le permitirá obtener una mejor consideración en la empresa. En ambos casos, es el *empresario de sí mismo* que cuenta con un capital, sus *conocimientos y habilidades*, y debe racionalizar sus decisiones para cumplir objetivos. En segundo lugar, *colaborador participante* y *colaborador empleado* serán valorados si encuentran “soluciones” o “resultados” en el marco de un “trabajo en equipo” respetuoso, sin conflictos entre sus miembros. Por último, vale detenerse en el “auto-aprendizaje” que puede vincularse a otra mutación epistemológica descrita por Pierbattisti, el reemplazo de la noción de *empleo de por vida* por la de *empleabilidad* que conlleva la imposición de un “modelo de competencias” por el que el trabajador se ve obligado a revalidar de manera permanente su formación y aptitudes¹⁰⁹. *Colaborador*

¹⁰⁹ Respecto a los *partners* o *colaboradores* de Starbucks, la multinacional estadounidense de tiendas de café, el gerente de Recursos Humanos de Perú señala que “(no) somos un lugar donde alguien entra a trabajar solamente, sino un lugar donde tienes la oportunidad de conocer personas, generar impacto y hacer una línea de carrera. Esa es nuestra palabra: oportunidad” (gestion.pe/tendencias/management-empleo/starbucks-cafe-oportunidad-102624). La directora de Recursos Humanos para Latinoamérica destaca, a su vez, que “Nosotros somos una compañía de gente sirviendo café, no una compañía de café”, por ese motivo buscan “gente valiente” con “disposición para liderar, que se lleve bien con otros, que tenga una clara orientación a los resultados, un enfoque muy fuerte sobre los clientes y que se interese en desarrollarse continuamente” (www.dinero.com/administracion/negocios/recursos-humanos/articulo/como-seleccionan-desarrollan-retienen-empleados-starbucks/106192). Aquí también la

participante y colaborador empleado aparecen como *sujetos supuestos saber*, poseedores de conocimientos que primero deben ser valorizados, luego puestos en práctica y finalmente examinados por instancias de evaluación, sean *los mandos jerárquicos de la empresa, los expertos anónimos o los tomadores de decisiones*. La *autonomía de los colaboradores que disponen de conocimientos*, de esta manera, aparece siempre sujeta a una instancia de control jerárquica con poder de decisión sobre ella.

El vínculo entre los *colaboradores* que integran el “equipo” destaca por su atonalidad. Barrios Activos invita a *colaborar a cada uno desde sus posibilidades*, en tanto que HagamosEco llama a *complementar las habilidades diversas*. La figura del *colaborador* que emerge en el conjunto de enunciados incorporado al análisis en estos apartados entronca con las del *vecino* y el *ciudadano común*. La función de experiencias y biografías aquí la cumple la capacidad innovadora de los *ciudadanos colaboradores*. El efecto de mismidad paradójica, de *singularización*, se produce en este caso porque cada uno de los usuarios de la red es considerado como un agente *activo* y *autónomo* por la posesión de una igual capacidad de innovación, lo que genera que la *colaboración* sea el modo necesario de aprovechar los “saberes repartidos” para obtener “soluciones”. Una diferencia importante a señalar es que si experiencias y biografías se fundaban en la existencia de un correlato “verificable en la realidad”, aquí la capacidad innovadora tiene una definición difusa, porque aparece como una potencialidad de los ciudadanos generada por Internet, disponible para ser aprovechada por cualquiera con acceso a la red.

Por otra parte, la ausencia de un poder central y el potencial de innovación ubicado en la periferia de la red encajan con la atonalidad que Žižek (2015) señala como rasgo distintivo de la coyuntura actual. Aquí, al igual que en las plataformas, el otro más cercano al Otro con mayúscula, el representante, resulta incapaz de encarnarlo. Sin embargo, a la vez que los representantes se encuentran en “crisis”, cercados por una ciudadanía “innovadora” y “crítica” que resquebraja su “poder”, enseguida se verá que permanecen en el lugar que les corresponde, el de decidir acerca del destino de los representados.

La consecuencia de la mayor disponibilidad de información en la que nos detuvimos en estos apartados fue la de revolucionar la democracia representativa a través de la diseminación de una *ciudadanía crítica y autónoma*, causante de la “crisis de representación”. En suspenso quedó la otra consecuencia de la “información”. En su navegación por las redes, los internautas dejan datos acerca de sus “intereses” y

apuesta de los gerentes de Recursos Humanos es al desarrollo individual, a que los empleados aprovechen la *oportunidad que se les brinda*. Consultado: 30-5-2019.

“comportamientos”, pasibles de ser estudiados, *sondeados*, con precisión por softwares que en simultáneo facilitan su participación. En dichos softwares se basan las plataformas digitales analizadas que, como se verá a continuación, efectivizarían un mecanismo participativo en el que *todos ganan en cuanto a la “toma de decisiones”*. La *ciudadanía* dispondría ahora, gracias a las plataformas, de un mecanismo que amplía su “capacidad de decisión”, como se vio en los capítulos anteriores, al mismo tiempo que su participación es transformable en *información-insumo para una eficiente toma de decisiones de las élites de gobierno*. No en vano cierta literatura especializada sobre la participación digital la conceptualiza en términos de *inputs* y *outputs*, información que entra e información que sale, tomando prestado un modelo propio de la informática¹¹⁰.

De la fantasía ateniense al instituto del sondeo

En los apartados anteriores nos detuvimos en la primera función de la tecnología en el diagnóstico de la “crisis de representación”, la de ser su causante por producir una *distribución de saberes* que tiene como resultado la diseminación de *ciudadanos críticos* y *autónomos*. Ahora, nos detendremos en los términos en que las plataformas desarrolladas por los especialistas en software se proponen como su solución. Lo que emerge a primera vista es que las plataformas concretarían un espacio intermedio para una *colaboración* que resulta en una mejora de la *toma de decisiones de la gestión*. Aquí, el foco principal serán los softwares en que se fundan las plataformas, en los que se identificará una *concepción de la participación como diálogo en torno a intereses y comportamientos ciudadanos*.

Para analizar esta concepción de la participación, primero nos enfocaremos en el significativo *diálogo* y luego en *los intereses y comportamientos ciudadanos*. Si en las páginas previas hubo que referirse al discurso de los recursos humanos para comprender la concepción de una *ciudadanía proactiva, innovadora, colaborativa y autónoma*, en este caso habrá que remitirse a los términos del instituto del sondeo y el marketing con el objetivo de dilucidar la participación propuesta por los especialistas en informática. Intentaremos argumentar que la participación de los *ciudadanos* resulta imprescindible

¹¹⁰ Nos referimos a la reseña de las tipologías y modelos de democracia electrónica realizada por Harto de Vera (2006). A modo de ejemplo, respecto a la teledemocracia conceptualizada por Van Dijk, señala que un “elemento central es la creencia de que la democracia representativa no responde adecuadamente al incremento de la pluralidad y de las demandas (inputs) propias de la sociedad de la información. Solo la democracia directa (...) es capaz de generar respuestas (outputs) que satisfagan las demandas de los ciudadanos” (2016: 34).

para algo más que, como se sostuvo el capítulo anterior, la demostración de que estas plataformas serían “exitosas” en canalizar y resolver los reclamos de la ciudadanía. Hay una última inflexión de la *participación* en la que quisiéramos detenernos para comprender no solo la efectividad social de las plataformas sino también su emergencia, *por qué asumen esta modalidad y no otra en esta coyuntura histórica*.

Ya quedó dicho que la *forma concurso* se explicaba por un entrecruzamiento de discursos en el que destacan el *management*, con el incentivo a la *competencia*, y el *marketing*, con consejos para que el participante se convierta en un eficaz *empresario de sí mismo* en la *publicidad* de la propuesta o petición. En este apartado, el lugar protagónico lo ocuparán el *instituto del sondeo por la vía del diálogo* y *una vez más el discurso del marketing*, no en su faceta herramental que interpela a los participantes como *publicistas*, aspecto analizado en el primer capítulo, *sino como campo de estudios de conductas ciudadanas*. La conjetura que se sostiene aquí es que el entrelazamiento entre *sondeo* y *marketing* explica la emergencia de una *participación en las plataformas como información-insumo para las decisiones de la gestión*.

El primer aspecto por el que resaltan las presentaciones de los softwares es su ubicación en el horizonte del “carácter directo” de la democracia ateniense, una virtud que podría recobrase gracias a Internet. Virtuágora, el software de Ingenia, creado por dos estudiantes santafesinos de ingeniería en sistemas de información, se presenta como un “aporte significativo a nuestro actual sistema democrático” por la resolución de un “vacío”, el de “la falta de un espacio común virtual en el que pueda converger la opinión de los ciudadanos y las de sus representantes”¹¹¹. Su nombre se explica por la “emulación de las ágoras de la antigua Grecia” y tiene el objetivo de “romper aquella barrera física”. SI Propone está diseñada a partir de un software que también remite a ese pasado desde su nombre, Atenas, perteneciente a la empresa Brandears¹¹². Las referencias a la antigüedad griega se corresponden con lo que Caletti (2015: 55) señala como un núcleo que permanece implícito en las concepciones habituales de la relación entre tecnologías de comunicación y política en la serie de la democracia electrónica. Ese núcleo consiste en que lo que *es* la política se define en el contraste del presente con las imágenes que la modernidad mitologizó de Atenas¹¹³. En las plataformas digitales que aquí se analizan, el

¹¹¹ <https://www.virtuagora.org/about/virtuagora>. Consultado: 15-11-2017.

¹¹² <https://brandears.com/>. Consultado: 10-07-2018.

¹¹³ Maldonado también identifica en su análisis la referencia al ágora ateniense para establecer la idea de una democracia sin delegación vía Internet: “Así, se querría restablecer, ahora con apariencia electrónica, el *ágora ateniense*. Se trataría, empero, de un ágora no relegada, como en la Atenas de Pericles, a un lugar

contraste asume la forma de una *recuperación*, un *retorno al carácter directo del ejercicio del gobierno*, pero en una polis nueva y ampliada, la *polis virtual* (Caletti, 2015: 85).

Las “barreras físicas” desaparecen por la tecnología. El dique que contenía las aguas de la participación ciudadana directa, al parecer, está roto. Ya se ha visto, sin embargo, que el funcionamiento de las plataformas puestas a disposición de los participantes interpelados como *vecinos*, *ciudadanos* y *personas comunes* reenvía a una serie de rasgos dominantes de la coyuntura antes que al *ágora* ateniense con sus más de dos mil años de antigüedad. Las concepciones en las que se fundan los softwares que dan origen a aquellas, se intentará demostrar, tampoco se apartan de esos rasgos.

Las presentaciones de los softwares comparten la concepción de la participación como *diálogo* e *interacción*, una *colaboración* y *co-creación* entre *ciudadanos* y *gobierno*. En *Virtuágora*, los *funcionarios públicos* pueden exponer sus propuestas para que se sometan a votación y así “aproximar su aceptación en la sociedad en caso de implementarse”. A la inversa, los *ciudadanos* reportan problemáticas de su entorno, a las que “en respuesta” los *funcionarios* proponen soluciones. *Cónsul*, el software de BA Elige y Madrid Decide, se presenta como “una posibilidad de que las ciudades sean directamente gobernadas por su ciudadanía”. Ese “gobierno directo” consiste en que “las personas debaten y proponen, día a día, junto a sus gobiernos, las mejores soluciones para sus sociedades y deciden cuáles llevar a cabo”¹¹⁴.

Aunque con otros matices, la concepción de la participación como *diálogo* reaparece en *Avaaz* y *Change*. De un lado están los *ciudadanos que se empoderan y reclaman* y del otro *los tomadores de decisiones que escuchan y responden*. *Avaaz*, en la sección de “victorias”, exhibe frases de personalidades reconocidas, generalmente funcionarios gubernamentales o directivos encumbrados de ONG. Respecto a una petición “victoriosa” contra un tratado europeo vinculado a la “neutralidad de la red”, se cita a Martin Schulz, el presidente del Parlamento Europeo que votó en línea con lo deseado por *Avaaz*: “Quedé muy impresionado por la petición masiva de *Avaaz* de 2,8 millones de firmas. En el Parlamento Europeo nos tomamos en serio las preocupaciones

geográficamente limitado –la ciudad-Estado-, sino a un lugar sin confines espaciales. A un lugar, por así decir, no lugar. (...) Los agentes sociales serían puestos en la situación técnica de acceder interactivamente, a nivel planetario, a todos los procesos informativos, pero también a todos los procesos de decisión: tanto los ligados a problemas de barrio como a los nacionales e internacionales” (1998: 21). El apartado “Democracia directa o indirecta” del primer capítulo del libro de Maldonado puede ser consultado para una indagación más detallada de la idealización de Atenas por parte de los promotores del *ágora* electrónica.

¹¹⁴ Citas extraídas del dossier disponible en consulproject.org/es/#documentation. Consultado: 20-3-2019.

de los ciudadanos”¹¹⁵. La cita confirma uno de los efectos ideológicos señalados en el primer capítulo respecto al funcionamiento de las plataformas, el de *mostrar en qué consisten las preocupaciones ciudadanas*. Avaaz, en este caso, es erigido en el representante de las preocupaciones ciudadanas por las millones de firmas, lo que permite a Schulz aparecer como un *funcionario que las escucha y atiende*.

En Change, el *diálogo entre ciudadanos y representantes* está dado por la existencia de perfiles de los *decision makers*, a los que los *usuarios* pueden seguir. La plataforma interpela a los *tomadores de decisiones* a participar con la siguiente invitación: “Demuestra transparencia y construya confianza al relacionarse directamente con quienes apelan a usted en Change.org”¹¹⁶. Se ofrece una explicación del funcionamiento de los perfiles en tres pasos. Primero, se crea una petición dirigida al *destinatario*, quien luego puede publicar una *respuesta* para dar inicio al tercer paso, el *diálogo*: “El creador de una petición y quien la firma tiene la oportunidad de comentar la respuesta, comenzando una conversación con múltiples vías”¹¹⁷. Las palabras de Schulz y la *participación como diálogo* que Change propone a los *decision makers* remiten a la lógica del *feedback* que ponen en juego los sondeos. Como sostiene Caletti (2006: 30), “resultan la vía por la cual las dirigencias se permiten suponerse a sí mismas rindiendo culto a la voluntad popular”, porque habilitan la reorientación de las decisiones por la información obtenida acerca de las *preocupaciones ciudadanas*.

Los promotores de la fantasía ateniense, en su apresuramiento por retornar al ágora y la democracia directa, han perdido de vista que su “solución” tiene poco de original. El objetivo de la plataforma Atenas, pensada para *ciudadanos y consumidores*, interpelación esta última en la que nos detendremos unas páginas más adelante, es que “cualquier municipio, empresa u organización pueda capturar la innovación generada por

¹¹⁵ <https://www.avaaz.org/page/es/highlights/>. Consultado: 20-6-2019.

¹¹⁶ www.change.org/es-AR/become-a-decision-maker. Consultado: 10-6-2019.

¹¹⁷ www.change.org/decision-makers. Consultado: 10-6-2019.

Si bien Change promueve que las peticiones sean dirigidas a *tomadores de decisiones* de empresas y gobiernos, lo habitual es la presencia de perfiles de los funcionarios. El Jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, por ejemplo, responde a una petición sobre el mal estado de los trenes de la línea de E de subterráneos de un modo que confirma la idea del *diálogo* propuesta por la plataforma, dado que contesta e invita a continuar la “conversación”: “Hola Matías y todos los firmantes. Un gusto escribirles nuevamente. El mes pasado les comenté un poco sobre las mejoras que se venían para la Línea E. Y hoy quiero contarles que, desde el lunes, una de esas mejoras ya está terminada. Las tres nuevas estaciones (...) ya están abiertas. (...) Ahora, nos queda por delante terminar de cambiar las vías para que los trenes viajen más rápido, terminar de cambiar el sistema de señales (...) Con todas estas mejoras, vamos a ir mejorando la frecuencia para que llegue a tres minutos promedio (...) A medida que vayamos avanzando, les voy a ir compartiendo las novedades por acá. Un abrazo, Horacio”. www.change.org/p/horaciolarreta-lineae-de-subte-digna-nom%C3%A1s-demoras-ruído-calor-hacinamiento-e-inseguridad/responses/42257. Consultado: 10-6-2019.

sus audiencias y la incorpore a su gestión”. “Conoce más a tus ciudadanos” es la invitación a esa *captura* que permite descubrir sus “inquietudes y preocupaciones”, conocer “gustos y preferencias”, identificar “temas populares, tendencias y clima social” y, por último, *tomar mejores decisiones basadas en información*. La contraparte de empresas y municipios son los participantes, a quienes se les da la posibilidad de “involucrarse” y transformar sus reclamos e ideas en “proyectos de impacto real”.

En la página web de Kit Urbano, la empresa creadora de Barrios Activos, se enmarca a esta iniciativa en la categoría “Urbanismo táctico”¹¹⁸. Las funcionalidades de la plataforma se describen en una enumeración. Primero, *los vecinos* reportan problemas y realizan una “auditoría descentralizada de la gestión municipal”. El paso siguiente es el “flujo de gestión” que “promueve la escucha activa por parte de la gestión”. Luego, “se establece un diálogo con cada vecino en torno a sus intereses y en el momento preciso”. El resultado final del proceso es “Conocer a los vecinos”: “La comunicación es más eficiente gracias a la segmentación de perfiles, llegando al ciudadano elegido con los temas que realmente le interesan, en el momento preciso que la gestión lo requiera”.

Las ideas de los desarrolladores de software guardan más familiaridad con el *instituto del sondeo* que con la antigüedad griega. La participación caracterizada como *diálogo, interacción, colaboración y co-creación* se asemeja más a una extracción de información orientada a un fin específico, el de *conocer qué quiere la ciudadanía o inclusive cada ciudadano* en los momentos que lo requiera la *gestión* o el *decision maker* para así *tomar mejores decisiones*. El vocabulario empleado en Virtuágora y Change en cuanto a su funcionalidad para los representantes, como una manera de “aproximar la aprobación” de la sociedad a sus propuestas o de “construir confianza” en torno a la *persona* en el caso de la plataforma de peticiones, y para los representados, como la posibilidad de obtener “respuesta” a sus problemas, reenvía a la concepción de la *participación como diálogo*. No cualquier diálogo sino uno consistente en un *ida y vuelta* cuyo corolario es la mejora de la actividad gubernamental, considerada como *gestión*, o de la reputación del funcionario por la información recolectada entre los *ciudadanos*.

La *participación como diálogo*, entonces, tiende al *instituto del sondeo*, a un *diálogo instrumentalizado con la ciudadanía con el fin de obtener información útil a la gestión o el funcionario*. Para comprender la concepción de la *ciudadanía* que conlleva este diálogo participativo será necesario detenerse en el discurso del marketing, porque

¹¹⁸ <https://kiturbano.com/#urbanismo>. Consultado: 20-11-2018.

el *ciudadano participante* comparte una serie de rasgos con el *ciudadano consumidor*, pasibles ambos de ser conocidos en sus preferencias a través del estudio de la información que dejan “activamente” en su uso de Internet.

En primer lugar, es necesario retornar a los apartados anteriores y a la consecuencia de la mayor disponibilidad de información cuyo análisis quedó en suspenso. Los avances de la informática, además de producir una *ciudadanía activa*, habilitan la recolección de datos, de *información*, acerca de sus intereses y comportamientos de un modo que se distingue por su *fiabilidad y precisión*. Aquí, una vez más, los “consultores en comunicación política” coinciden. Gutiérrez Rubí afirma:

*“El constante rastro digital que dejamos en las redes (...) genera una enorme masa de información sobre quiénes somos, qué pensamos, qué hacemos, con quiénes nos relacionamos. Es el Big Data. La tecnopolítica permite conocer mejor los intereses de la gente y sus comportamientos, no tanto en sus condiciones, a diferencia de la comunicación política analógica y la demoscopia tradicional. (...) El desplazamiento de la condición al interés es un cambio esencial en la concepción política”.*¹¹⁹

Los *ciudadanos* dejan “rastros” acerca de sí mismos en Internet que son transformados en *información analizable a través de una demoscopia de nuevos métodos*. *Capturar la innovación, segmentación de perfiles, comunicación eficiente, tendencias, temas populares*, los términos en que los desarrolladores de software ofrecen sus plataformas a los *técnicos de la gestión* se asemejan a los que Instagram utiliza para promocionar la inversión en publicidad en la red social. Al igual que Barrios Activos, cuya promesa es alcanzar al *ciudadano elegido con los temas que más le interesan*, Instagram invita a hacer “que tus anuncios lleguen exactamente al público que quieres gracias a nuestras precisas opciones de segmentación”. La enumeración de las opciones incluye ubicación, datos demográficos, intereses (definidos como “las apps que usan, los anuncios en los que hacen clic y las cuentas que siguen”) y comportamientos (las actividades que el “ciudadano realiza dentro y fuera de Instagram y Facebook”)¹²⁰.

¹¹⁹ En la nota ya citada, Durán Barba sostiene que “nuestro celular y los dispositivos que siguen apareciendo nos ‘conocerán’ más que nuestra pareja, nuestro psicólogo o nuestro médico”.

¹²⁰ business.instagram.com/advertising?locale=es_LA. Consultado: 30-6-2019.

Instagram confirma la efectividad de la publicidad en la red social con “historias de éxito”, divididas por sector de la economía, tamaño de la empresa, objetivo, producto y región. Cada una de las historias cuenta con cifras y estadísticas sobre los incrementos en ventas y las mejoras del “reconocimiento de marca”. La cuantificación y la generación de parámetros que miden el “éxito” tienen el efecto de reafirmar la infalibilidad de la red social en sus potencialidades publicitarias. Una cita de la responsable de marketing de L’Oréal Argentina sobre una campaña lanzada por la empresa contribuirá a analizar cómo el *ciudadano participativo y empoderado* que emerge en los enunciados es el reverso del *ciudadano consumidor*:

“El lanzamiento de Elvive Oleo Coco era un desafío a la hora de innovar en la comunicación (...) Logramos lift positivos, superando los promedios de consumo masivo, confirmando así que no solo le brindamos al consumidor el producto que necesita sino también que llegamos con el mensaje, formato y medio correcto. Seguiremos consolidando nuestra relación con Facebook e Instagram que nos llena de satisfacciones y acerca al consumidor.”¹²¹

La red social reúne información sobre *intereses y comportamientos* para una posterior segmentación que permita alcanzar con precisión a los *ciudadanos consumidores*, en tanto se identifican a los que probablemente deseen adquirir los productos, y del *modo correcto* por utilizar las técnicas de la red social con las que se logró “impactar aún más en su público”. Así, tanto en las plataformas como en los anuncios publicitarios de Instagram, el *ciudadano participante* y el *ciudadano consumidor* requieren ser alcanzados en sus “necesidades” a través de los medios correctos, algo posible por el análisis de la *información* que brindan en su participación.

En este punto se debe enfatizar en el segundo aspecto por el que la *participación de los ciudadanos* es necesaria para el “éxito” de las plataformas, además de contribuir a su consolidación social como solucionadoras de problemas cotidianos. La “*participación digital*” resulta un insumo indispensable como información a ser tomada en cuenta tanto por la *gestión* que pretende mejorar su aprobación mediante la identificación de las inquietudes de cada ciudadano como por las empresas con intenciones de incrementar sus ventas. Sorprende poco, ahora, que la *actividad de la ciudadanía* sea valorada en los

¹²¹ <https://business.instagram.com/success/2-loreal-argentina/>. Consultado: 30-6-2019.

enunciados como una de las causas del “cambio de era”. *Sin ella, sin la participación de la ciudadanía, las técnicas digitales que sondean y estudian a los ciudadanos participantes/consumidores perderían su insumo más importante.*

Vale remarcar los puntos que comparten *ciudadano participante* y *ciudadano consumidor*. En primer lugar, ya quedó claro que ambos dejan información en las redes, un “rastro digital” que sirve *como insumo*. En segundo lugar, también deben ser alcanzados con exactitud en sus “necesidades”, algo posible gracias a las opciones de segmentación que plataformas y redes sociales ofrecen a *gobiernos y empresas* o, en una palabra, *gestiones*. “Rastro digital” y segmentación son inseparables, dado que la existencia del primero torna posible a la segunda. Ahora bien, hay un tercer punto determinante en la reversibilidad entre *ciudadano participante* y *ciudadano consumidor* en el que aún no nos detuvimos. Nos referimos al *poder de decisión*.

Como ya se ha mencionado en los capítulos anteriores, la contrapartida de la mejoría en la “toma de decisiones” de la *gestión* es el empoderamiento ciudadano por la posibilidad inédita de participación que abrirían las nuevas tecnologías. El empoderamiento, ese avance cualitativo para la participación en estas formas de “democracia directa”, consiste en que los *ciudadanos* ahora pueden “tomar decisiones”, como sostiene el encargado de Decide Madrid: “Esto no cambia el marco competencial ni el marco de la realidad ni el marco del dinero que tenga el Ayuntamiento. Esto lo que cambia es quién toma las decisiones: si un pequeñísimo grupo de gente o millones”¹²².

Lo paradójico de este *poder de decisión ciudadano* consiste en que en ciertos enunciados se dirige de manera indistinta *tanto a la “política” como a productos de consumo*. Así, Gutiérrez Rubí equipara el voto con la decisión de compra del consumidor:

“En el mundo del marketing, por ejemplo, las campañas con contenido generado por los usuarios son decisivas en el tiempo de atención de los posibles consumidores (...). El principal consumo de las personas es información y opinión. La tecnopolítica sabe que quien controla la conversación (la de los medios sociales, el nuevo digital clipping social), acaba por tener una posición de dominio en la creación de opiniones con decisión de voto, como sucede con la decisión de compra en el ámbito de las marcas y productos”. (2014: 14-15)

¹²² Disponible en: www.youtube.com/watch?v=LGKLscBV0k8. (consultado el 25-5-2019).

En el primer apartado del capítulo ya habíamos señalado a partir de Harvey (2007) que el “poder de decisión” era un supuesto ideológico dominante que explicaba la demanda de “participación directa”.

Las *elecciones de la ciudadanía* son caracterizadas por su *indistinción*. El *ciudadano* es una figura caracterizada por un “poder de decisión” aplicable a una diversidad de objetos que aparecen como semejantes: productos, candidatos, propuestas, peticiones, etcétera. Las técnicas de sondeo que estudian las “decisiones” del *ciudadano consumidor* se extienden al *ciudadano participante*. El objetivo de esas técnicas es identificar, de forma efectiva y veloz, las tendencias que los propios *ciudadanos* volverían dominantes en plataformas y redes sociales a partir de sus preferencias, *analizables a través de su participación*, ya sea mediante propuestas y peticiones o comentarios y “me gusta”. En todos los casos, el *estudio de su participación* aparece como una opción deseable porque los resultados obtenidos serían precisos y permitirían tanto el incremento de la aceptación de un candidato o una *gestión* como de las ventas de un producto, protagonistas todos ellos de una campaña de *marketing*.

Con lo analizado resulta comprensible la presentación de Atenas como una plataforma pensada para *ciudadanos y consumidores* que permite a *municipios, empresas y organizaciones* capturar la “innovación” para incorporarla a la *gestión*. Lo que explica la reversibilidad entre el *ciudadano participante* y el *ciudadano consumidor*, *ambos sondeados en sus intereses y comportamientos*, es una serie de equivalencias previas entre las cuales la de la *gestión* ocupa un lugar primordial. Una vez que la política y lo común se han supuesto a cargo de una *gestión que “toma decisiones” para las cuales requiere “información” acerca de los deseos de la ciudadanía*, lo más natural es considerar a los *ciudadanos como usuarios/clientes/consumidores que deben ser “servidos”, “atendidos”, en sus reclamos y necesidades puntuales*. La aspiración de la *gestión empresarial* de acercarse a los *consumidores para saber cómo satisfacerlos mejor* y, de ese modo, incrementar sus ventas, no difiere en lo esencial de las intenciones de la *gestión de gobierno* que busca alcanzar a *cada ciudadano* en sus intereses para *servirlos mejor* y, como consecuencia, mejorar su *imagen* y aprobación cuantificables en los sondeos. En este sentido, una *buena gestión será aquella que cumpla con las demandas del ciudadano consumidor*, cuyo deseo es cognoscible gracias a plataformas y redes sociales.

La inflexión final de la *participación como información-insumo para la gestión* refuerza las conclusiones de los capítulos anteriores, en los que se afirmó que la política en este conjunto de plataformas queda reducida a *una administración y gestión de lo existente*. Como sostiene Caletti (2006), la administración, por definición, se realiza sobre lo ya dado para racionalizarlo. La participación en las plataformas, en definitiva, concreta

una demoscopia que se aparta de los canales tradicionales. Sin cuestionarios ni preguntas preestablecidas, los *ciudadanos singularizados* por sus experiencias, biografías o su igual capacidad de innovación, responden con su *participación* a las necesidades de las *gestiones* que obtienen la información suficiente para *conocerlos*. Las plataformas concretan una forma novedosa de lo que Caletti denomina *el hurgar*:

“Las palabras que se profieran en el ejercicio del hurgar están calculadas para obtener un dato. En el proceder hacia su obtención, también producen efectos. No cualesquiera efectos. Con aparente independencia de los fines para los cuales es buscado y provocado, el efecto que producen es uno que seca la fertilidad de los intercambios, que vuelve predecibles los resultados, uno en el que se confirman los mundos ya consagrados, se reiteran los horizontes.” (2006: 26)

Para finalizar, nos detendremos en las variantes que aporta este *hurgar en los deseos de la ciudadanía*. Aunque terminadas sus ediciones anuales plataformas municipales como BA Elige e Ingenia muestren gráficos y estadísticas de la participación, aquí los datos a aglomerar no surgen de las respuestas de una muestra conformada según criterios poblacionales, sino que los propios *ciudadanos*, a partir de su “voluntad”, sin un formulario al que contestar, aportan la información requerida por la *gestión*. En este aspecto radica una clave de la presunción de verdad y el efecto de realidad con que cargan propuestas y peticiones, porque los participantes no atienden el teléfono ni son recompensados monetariamente para conformar los famosos *focus groups*. Sin un encuestador como contraparte, manifiestan “libremente” sus intereses.

Los participantes, luego de manifestarlos, los ordenan y jerarquizan de un modo que se distingue por su *transparencia* y *visibilidad*, dado que la acumulación de votos y firmas se produce de manera abierta, accesible para cualquiera que ingrese a las plataformas. Así, los participantes aparecen como los *decisores* acerca de cuáles son sus principales preocupaciones sin que la *información* aportada deba ser analizada y ordenada por especialistas en la “oscuridad” de sus oficinas. El software y los algoritmos cumplen esa función en este *novedoso hurgar*, dado que muestran los votos y firmas en tiempo real. Aquí, sin embargo, hay una cercanía con el carácter plebiscitario que suele atribuírseles a los sondeos, porque las plataformas también resultan erigidas en representantes fidedignas de la opinión mayoritaria. Pero si en el primer capítulo se señaló a partir de Caletti que el sondeo tiene el poder de establecer los límites de las

problemáticas por las cuales *hurga*, en las plataformas debemos puntualizar que *el proclamado poder de decisión de la ciudadanía* es direccionado por la *regionalización ideológica, las técnicas de incentivación y evaluación, la forma concurso y las interpelaciones subjetivas*, condiciones previas de la participación que constituyen las reglas a partir de las cuales los *ciudadanos* se “involucran”. Ocupan, en una palabra, el lugar de la *pregunta y las respuestas preestablecidas* en los sondeos tradicionales.

El reconocimiento, el goce prometido por el esfuerzo de superar todas las etapas de la participación con “éxito”, obtiene otro matiz gracias a lo analizado en este tercer capítulo. La *forma concurso de participación*, con sus técnicas correspondientes de incentivación, motiva a los participantes y promueve la “participación ciudadana” que luego será transformada en *información-insumo de la gestión*¹²³. Así, el *concurso* provoca que las *experiencias, biografías y saberes singulares* que dispone la *ciudadanía* en esta “era de la información y el conocimiento” se canalicen en propuestas y peticiones. Al valorizarlas y difundirlas, en el intento de convertirse en *ganadores*, los participantes le otorgan a la *gestión* la información que necesita para luego demostrar que *toma decisiones* que obedecen los deseos de la *ciudadanía sondeada en, por y a partir de su participación*.

¹²³ Aquí es importante recuperar lo señalado en el segundo capítulo respecto a que el reconocimiento en las plataformas funciona de modo semejante al de las redes sociales a través del “me gusta”. Tanto en plataformas como en redes sociales, la motivación de ser reconocidos por los otros constituye un factor determinante para que la ciudadanía brinde la información que las *gestiones* necesitan y utilizan para concretar sus fines.

A modo de cierre

Los párrafos finales del último capítulo sintetizan en gran medida las conclusiones de la investigación. En la introducción habíamos señalado que nuestro objetivo era primero problematizar y luego explicar las *condiciones desde las que los ciudadanos “participan”* en estas plataformas. Comenzamos por la *forma de participación, el concurso*, en el que se identificó un aspecto central del neoliberalismo desde la perspectiva de Laval y Dardot (2015), porque las plataformas construyen una *situación de competencia* que motiva a *vecinos y ciudadanos comunes* a destacarse con sus propuestas y peticiones que requieren de la aprobación de los otros, cuantificable en votos y firmas. En esa construcción intervienen los *discursos del management y el marketing*, el primero con sus técnicas de incentivación y evaluación y el segundo con la interpelación a los participantes como *publicistas* que deben *valorizar y difundir* sus publicaciones. La consecuencia en la que se debe enfatizar respecto a la *forma concurso* antes de finalizar el trabajo es que la conflictividad, el problema que motiva al participante, se vuelve hacia su propia interioridad, porque su resolución reside en los esfuerzos que pueda realizar en confeccionar una propuesta o petición lo suficientemente atractivas que se traduzcan en una mayor cantidad de apoyo. Así, se produce una *participación competitiva* en la que “cada uno” se “involucra” para resolver la situación que lo aqueja y en la que el lazo con los otros no excede del comentario o el clic de la firma y el voto. La negatividad que origina ese “involucramiento”, además, es *localizada en espacios cercanos y cotidianos* en las plataformas municipales mediante la regionalización ideológica y la evaluación de los *expertos*, en tanto que en las de peticiones los consejos la circunscriben a una *persona* a cuya buena voluntad se debe acudir para que enmiende la falta que funda la petición.

En el segundo capítulo avanzamos en la definición del mecanismo común de las interpelaciones subjetivas al *vecino* y el *ciudadano común*, consistente en la *singularización de lo igual*. *Experiencias*, en el caso del *vecino*, y *biografías*, en el del *ciudadano común*, son las cualidades paradójicas que distinguen al *vecino* y a la *persona común* en cuanto tales, pero al mismo tiempo los diferencian por la variabilidad en cada uno de ellos de esas *experiencias* y *biografías*, lo que torna a ambas figuras en atonales, en términos de Žižek (2015). La semejanza de los problemas, inclusive causados por las mismas instituciones sanitarias, como en el caso de las peticiones de Change, no impide que cada *vecino* o *persona común* se reconozca como poseedor de una *experiencia* o

historia singulares que requieren de la atención de ese otro de estatuto superior que decide acerca de propuestas y peticiones: *el técnico de la gestión y el tomador de decisiones*. Sin embargo, estas figuras no tienen la talla suficiente para ocupar el espacio del Otro con mayúsculas. Como vimos, *el concurso y las formas dominantes de la “participación” en Internet* ocupan ese lugar. Los participantes singularizados por experiencias y biografías, de este modo, actúan con “libertad” y motivados por su propio deseo de mejorar su espacio cercano o resolver una “situación injusta”.

En los dos primeros capítulos, el análisis permaneció ceñido a las plataformas, a los efectos de sus funcionalidades y las interpelaciones subjetivas en los participantes. En el tercero, se amplió el corpus de análisis para indagar con mayor detenimiento en sus condiciones de emergencia. Así, establecimos una continuidad de las plataformas respecto a la serie de la democracia electrónica, pero también definimos su *novedad* en comparación con las formas tradicionales del *hurgar* (Caletti: 2006) que caracterizan a los sondeos de opinión. En contraste con las investigaciones de Hinojosa (2017) y Mas (2015), aquí se enmarcó en la historicidad de las series discursivas y en aspectos de la coyuntura el afán de las plataformas en presentarse como *facilitadoras de “respuestas” para los ciudadanos*. El *concurso* adquirió otro matiz al considerarlo como una *forma novedosa* de promover la “participación ciudadana”, necesaria para la *gestión* que desea *satisfacer a los ciudadanos-consumidores a través de la información obtenida gracias a sus publicaciones*. Así, demostramos que el *ciudadano* que protagoniza peticiones y propuestas permanece más bien lejano de la idealizada ágora ateniense. Para explicar su “participación”, antes que vincularla a nociones de democracia directa o deliberativa, hubo que referirse al entrelazamiento de los *discursos del management, el marketing y los recursos humanos* y a lógicas dominantes de la coyuntura, desde el instituto del sondeo a la competencia neoliberal y del espacio biográfico a la razón humanitaria.

Por último, quisiéramos detenernos en lo que nuestra perspectiva teórico-metodológica pueda aportar a la investigación de lo que ocurre en esta nueva instancia del espacio de lo público que es la múltiplemente abordada “red de redes”. En la introducción habíamos dicho, con Caletti (2015), que la tecnología, lejos de ser un agente exterior que descarga sus efectos ya sean positivos o negativos, es una condensación de las relaciones sociales y las formas dominantes en que una sociedad se concibe a sí misma. ¿Acaso no hemos demostrado que las plataformas, precisamente, funcionan en la misma dirección que esas formas dominantes? Cada una de las promesas democratizantes de la “participación digital” han quedado explicadas a partir de su puesta en relación con

los rasgos salientes de esta coyuntura histórica. La “evolución de la participación ciudadana” vía Internet que hemos analizado en las plataformas se ajusta a las características generales de las democracias consensuales, tal como las define Rancière (2007). Toda discusión acerca de las partes y los interlocutores ya constituidos no tiene lugar para ser planteada en ellas, porque los propios términos en que ofrecen la “participación” la orientan a la resolución de “problemas” singulares que requieren del *esfuerzo* y los *méritos* de los participantes, *responsables* de juntar uno a uno los votos y firmas que les permitan sobresalir y “ganar”. La “participación”, además, se funda en vivencias con un correlato verificable en la “realidad”, por lo que cada *vecino* y *persona común* se “involucra” desde la “autenticidad” de su mundo cotidiano y personal que sale a la luz en las pantallas. Aferrados a su “realidad”, los *ciudadanos* participan desde “*lo que son*”, *desde su identidad plena consigo mismos*.

De esta manera, la “conexión” de la *ciudadanía*, o de una fracción de ella, a través de “redes” que trasladan cantidades inimaginables décadas atrás de “información” y “datos” no deriva, de modo automático, en una “democratización” por la mera posibilidad que tendría cada uno de “participar” con solo deslizar el dedo en una pantalla o accionar un clic. Así como no nos encontramos en las plataformas ante un retorno de una *ciudadanía* comprometida con la vida de la *polis*, vale decir que tampoco *engañan* a *vecinos* y *personas comunes* con una “participación falsa” que los alejaría de un involucramiento “real” con sus condiciones de vida. Lo que se ha propuesto esta investigación, antes que evaluar si las plataformas perjudican o favorecen la “calidad de la democracia”, ha sido indagar *en la “participación ciudadana” que efectivizan en esta coyuntura histórica y sus consecuencias para lo político* en términos rancieranos, más allá de toda consideración que pudiera preceder a su análisis.

Al decir de Foucault (2015), las hemos tomado como un *monumento*, un objeto extraño que permitiera al observador desprevenido estudiarlas en su singularidad, en lo que tienen de específicas, para de ese modo acceder a un conocimiento, aunque fuere provisorio, acerca de las condiciones sociales en que pudieron tener lugar.

Bibliografía

- Adorno, T. (1973). “Tiempo libre”. En: *Consignas*. Amorrortu, Buenos Aires.
- Adorno, T. y Horkheimer M. (1970). “Introducción” y “La industria cultural. El iluminismo como engaño de las masas”. En: *Dialéctica del Iluminismo*. Sur, Buenos Aires.
- Aguiar, H. (2007). “Los seis pilares de la política digital”, “Megatendencias de las TICs” y “La educación cambia de siglo”. En: *El futuro no espera. Políticas para desarrollar la Sociedad del Conocimiento*. Ed. La Crujía, Buenos Aires, 2007. Cap. I, II y III.
- Aguilar, P.; Glozman, M.; Grondona, A.; Haidar, V (2013). “¿Qué es un corpus?”. En: *Entramados y perspectivas*. Revista de la Carrera de Sociología, vol 4, núm 4, pp. 35-64.
- Althusser, L. (1967). “Contradicción y sobredeterminación” y “Marxismo y Humanismo”. En: *La revolución teórica de Marx*, Siglo XXI, Buenos Aires.
- Althusser, L. (1970). “Ideología y aparatos ideológicos de Estado”. En: *Freud y Lacan*, Nueva Visión, Buenos Aires.
- Annunziata, R., Arpini, E., Gold, T. y Zeifer, B. (2016). Argentina. En: B. Sorj and S. Fausto, ed., *Activismo político en tiempos de Internet*. [online] San Pablo: Edições Plataforma Democrática, pp.37-112. Disponible en: http://www.plataformademocratica.org/Arquivos/Activismo_politico_en_tiempos_de_internet.pdf [Accessed 1 Sep. 2019].
- Annunziata, R. (2013). “La figura del ‘hombre común’ en el marco de la legitimidad de proximidad: ¿un nuevo sujeto político?”. En: *Revista Astrolabio*, núm. 10, UNC, pp. 127-155.
- Arfuch, L. (2007). *El espacio biográfico. Dilemas de la subjetividad contemporánea*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- Barrero, D., Criado, J. y Ramilo, M (2006). “Política y Web 2.0”. En: *III Congreso Online del Observatorio para la Cibersociedad*.
- Caletti, S. (2015). *Comunicación, política y espacio público. Notas para repensar la democracia contemporánea*. Documento de la cátedra.
- Caletti, S. (2006). “Decir, autorrepresentación, sujetos. Tres notas para un debate sobre política y comunicación”. En: *Revista Versión*, Núm 17, UAM-X, pp. 19-78.
- Caletti, S. (2016). “La cuestión de la opinión pública –y otros debates de hoy- (notas inéditas)”. En: *Avatares de la comunicación y la cultura*, N°11, Junio de 2016, pp. 1 a 19.
- Cardon, D. (2016). *La democracia internet*. Buenos Aires: Prometeo Libros.

- Carlón, M., Fraticelli, D., Slimovich, A. (2017). *Documento teórico metodológico*. Cátedra semiótica de redes. Buenos Aires: Carrera de Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencias Sociales - Universidad de Buenos Aires.
- Copello, K. y Savazoni, R. (2016). Brasil. En: B. Sorj and S. Fausto, ed., *Activismo político en tiempos de Internet*. [online] San Pablo: Edições Plataforma Democrática, pp.37-112. Disponible en: http://www.plataformademocratica.org/Arquivos/Activismo_politico_en_tiempos_de_internet.pdf [Accessed 1 Sep. 2019].
- Dader, J. L. (2017). “Ciberdemocracia o tecnopolítica de consumo popular: el papel de las nuevas tecnologías de la comunicación en la evolución de la democracia”. En Larrondo Ureta, A. (ed.): *Claves del periodismo político y la comunicación estratégica en el escenario comunicativo convergente* (pp. 174-210). Bilbao, Universidad del País Vasco.
- Fassin, D. (2016). “Introducción: el gobierno humanitario”. En: *La razón humanitaria: una historia moral del tiempo presente*. Buenos Aires, Prometeo.
- Fernández, J. (2018). Circulación / circulaciones en la investigación en plataformas mediáticas. En: *Rizoma*. Santa Cruz do Sul, v. 6, n. 2, diciembre, pp. 76-94.
- Ford, A. y Longo, F. (1997). “La exasperación del caso. Algunos problemas que plantea la narrativización de la información de interés público”. En Verón, E. y Escudero Chauvel, L. (Eds.): *Telenovela. Ficción popular y mutaciones culturales* (pp. 131-139). Barcelona: Gedisa.
- Foucault, M. (2015). *La arqueología del saber*, Siglo XXI, Buenos Aires.
- Garrido Cabezas, N. (2011). La democracia digital. En: *II Congreso Internacional Sociedad Digital*. Madrid: ACTAS ICONO14 - Nº 8.
- Gattoni, M. (2013). “Inclusión digital para la inclusión ciudadana: dispositivos de participación y TICs”. En: *Revista de la Facultad de Ciencias Sociales (UBA)*, Nº 83, 98-101.
- Gutiérrez-Rubí, A. (2014). *Tecnopolítica*. Disponible en: <https://www.gutierrez-rubi.es/wp-content/uploads/2014/11/Tecnopol%C3%ADtica.pdf>.
- Harto de Vera, F. (2006). “Tipologías y modelos de democracia electrónica”. En: *IDP. Revista de Internet, Derecho y Política*, Nº 2, 2006, 32-44. Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona, España.

- Harvey, D (2007). “La libertad no es más que una palabra”, “La construcción del consentimiento”, “El neoliberalismo a juicio”. En: *Breve historia del neoliberalismo*. Pp. 11-72 y 167-200. Akal, España.
- Hernández, S. (2014). “Los vecinos del vecindario al protagonismo. Un aporte comunicacional para pensar procesos urbanos”. En: *Avatares N° 7: “Comunicación y Ciudad”*. Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales (UBA).
- Hernández, S; Nepomiachi, E. y Ré, C. (2017). “Seamos un país de 40 millones de emprendedores”. Interpelaciones ideológicas en tiempos neoliberales. *Revista de la Facultad de Ciencias Sociales (UBA)*, N° 93, 51-57.
- Hinojosa Navarro, G. (2017). *Recuperando el mito: la democracia directa del Ayuntamiento de Madrid a través del portal “Decide Madrid”*. Maestría. Universidad Complutense de Madrid. Disponible online en: <https://eprints.ucm.es/43797/1/TFM%20Ghiovani%20Hinojosa.pdf>.
- Kornblit, A. L. (2007). “Historias y relatos de vida: una herramienta clave en metodologías cualitativas”. En: *Metodologías cualitativas en ciencias sociales. Modelos y procedimientos analíticos*. Biblos, Buenos Aires.
- Lago Martínez, S. y Mauro, M. (2013). Cibercultura, Ciberciudadanías y Acción Política. *TecCom Studies. Estudios de tecnología y comunicación*, 5, pp.18-30.
- Laval C. y P. Dardot (2015). *La nueva razón del mundo. Ensayo sobre la sociedad neoliberal*. Barcelona, Gedisa.
- Maldonado, T (1998). “Ciberespacio, ¿un espacio democrático?”. En: *Crítica de la razón informática*. Barcelona, Paidós.
- Mas, C. (2015). *Nuevas tecnologías y participación ciudadana. El caso de la plataforma Change.org en Argentina (2012-2013)*. Maestría. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. Disponible online en: <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec:8080/bitstream/10469/9751/2/TFLACSO-2015MCMM.pdf>.
- Martino, A. (2018). Crisis de la democracia representativa: alternativas participativas o democracia directa con medios electrónicos. *EUNOMÍA. Revista en Cultura de la Legalidad*, 14, pp. 9-32.
- Pêcheux, M (2003). “El mecanismo del reconocimiento ideológico”. En: Žižek, s. (comp.), *Ideología. Un mapa de la cuestión*, FCE, Buenos Aires.

- Pêcheux, M (2010)., “Osar pensar es osar rebelarse. Ideologías, marxismo, lucha de clases”. En: *Décalages. An Althusser Studies Journal*. Occidental College, Los Ángeles (USA). Número especial dedicado a Michel Pêcheux. ISSN: 1948-5840. <http://scholar.oxy.edu/decalages/>
- Pierbattisti, D. (2010). "Del trabajador al colaborador: del uso de la teoría del capital humano en el proceso de privatizaciones en Argentina (1990-2001)" en *Observatorio de la Economía Latinoamericana* N° 128. Accesible a texto completo en <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/ar/>.
- Rancière, J. (2007). *El desacuerdo*. Política y filosofía. Buenos Aires, Nueva Visión.
- Rancière, J. (2000). “Política, identificación y subjetivación”. En: ARDITI, B. (comp.) *El reverso de la diferencia. Identidad y política*. Caracas, Nueva Sociedad, pp.145 a 152.
- Sarchman, I. (2013). “Facebook y el declive del hombre privado. Una aproximación a los nuevos modos de construcción autobiográfica”. En: *Revista de la Facultad de Ciencias Sociales* (UBA), N° 83, 74-79.
- Sibilia, P. (2013). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- Sierra-Caballero, F. (2018). “Ciberactivismo y movimientos sociales. El espacio público oposicional en la tecnopolítica contemporánea”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, pp. 980 a 990. Disponible en: <http://www.revistalatinacs.org/073paper/1292/51es.html>.
- Stavrakakis, Y (2010). “¿Qué se afianza? Del poder simbólico a la jouissance” y “La democracia en tiempos posdemocráticos”. En: *La izquierda lacaniana*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, pp. 187 a 214 y 285 a 318.
- Vercelli, A. (2013). “La participación ciudadana en la era digital. Análisis de las tecnologías digitales que se utilizan para la gestión de derechos ciudadanos”. En: *Virtualis*, N°7, enero-junio 2013, 115-129.
- Williams, R. (1992). “Tecnologías de la información e instituciones sociales”. En: *Historia de la comunicación*, editorial Bosch, Barcelona. Capítulo 4, p. 182-210.
- Žižek, S (1992). “¿Cómo inventó Marx el síntoma?”. En: *El sublime objeto de la ideología*, Siglo XXI, México.
- Žižek, S (2015). “Felicidad y tortura en el mundo atonal”. En: *En defensa de las causas perdidas*. Akal, Buenos Aires.