



Nuevas Ciudadanías Conservadoras: El fenómeno que eligió Bolsonaro en Brasil

João Gabriel de Almeida¹
Matheus Lobo Pismel²

Resumen

Después de década y media de gobiernos progresistas, Brasil eligió en segunda vuelta presidencial un ultra conservador. Distintos son los causantes de este proceso. El intuito de ese artículo es detenerse en uno de ellos, el protagonismo del sector juvenil que reivindica su espacio en la democracia brasilera desde una perspectiva conservadora en las costumbres y liberal en la economía, particularmente representada por el Movimiento Brasil Livre (MBL). Desde el análisis de esa perspectiva, fundamentados en las teorías alrededor del populismo de la Escuela de Essex, haremos un recorrido histórico de cómo Brasil llegó a su actual situación. Desde eso definimos en qué ese proceso contribuye para la teoría de las nuevas ciudadanías, definiendo a su vez la necesidad de una Comunicación Política Popular en contraposición a los fenómenos recientes en ese área.

Palavras chave: MBL, Comunicación Política Popular, Bolsonaro, PT, Lula, Nuevas Ciudadanías.

Novas cidadanias conservadoras: o fenômeno que elegeu Bolsonaro no Brasil

Resumo

Depois de uma década e meia de governos progressistas, Brasil elegeu um ultra conservador. Há muitos causantes disto. O intuito desse artigo é deter-se em um deles, o protagonismo do setor juvenil que reivindica seu espaço na democracia brasileira desde uma perspectiva conservadora nos costumes e liberal na economia, particularmente representada pelo Movimento Brasil Livre (MBL). Desde essa análise, fundamentados na teoria ao redor do populismo da Escola de Essex, faremos um breve recorrido de como o Brasil chegou a essa situação. Desde aí, definimos em que esse processo contribui para a teoria de novas cidadanias, definindo também a necessidade de uma Comunicação Política Popular.

Palabras-clave: MBL, Comunicação Política Popular, Bolsonaro, PT, Lula, Novas Cidadanias.

New conservative citizenships: The phenomenon that elected Bolsonaro in Brazil

Summary

¹ Pregrado en Letras Portugués por la Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Magíster en Humanidades Digital por la Universidad de los Andes.

² Pregrado en Periodismo en Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Magíster en Periodismo en la Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG).

After a decade of progressists government, Brazil has elected an ultra-conservative president. There are a lot of motives of that. This article aims to see how young people who try to find their space on Brazilian democracy based upon a libcon perspective, particularly the Movimento Brasil Livre (MBL). Based in Essex School theory of populism, we do a brief walkthrough Brazil recent history. After that, we define how this moment contribute for the theory of new citizenship, defining also the necessity of a Popular Political Communication.

Key words: MBL, Popular Political Communication, Bolsonaro, PT, Lula, New Citizenship.

La Política Brasileira pensada desde el Populismo

Brasil vive uno de los momentos más importantes de su historia. A exactos 30 años de la aprobación de la Constitución Federal, que dio el fin definitivo a la dictadura militar, vemos gran parte de la población apoyando a un ex capitán del ejército conocido por sus declaraciones homofóbicas, racistas y autoritarias. Inicialmente quien todos pensaban que se iba a “quemar” en la corrida presidencial, Jair Bolsonaro fue elegido presidente de Brasil en el día 28 de octubre de 2018, en segunda vuelta, con una votación de 55% en contra de 45% de Fernando Haddad, candidato apoyado por el ex presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

Para entender eso, hay que definir algunos puntos. El primero es conceptual y tiene que ver con las teorías de hegemonía y populismo, en diálogo con pensadores como Slavoj Žižek, Ernesto Laclau y Chantal Mouffe. Después, hacemos un recorrido de la histórica reciente de Brasil, desde 2013, cuando ocurrieron movilizaciones multitudinarias en las calles de todo el país, hasta el presente momento.

En el tercer momento, intentamos caracterizar las nuevas ciudadanías y movimientos sociales que han emergido en el período señalado, relacionándolas con las tecnologías que soportan la comunicación política que se volvió hegemónica en Brasil. El objetivo es comprender cómo las protestas sociales, con liderazgos juveniles e intenso uso de redes sociales, van a llevar al escenario político más reaccionario desde la redemocratización del país. Y para terminar, caracterizamos como ese momento brasilero contribuye para la construcción de la discusión alrededor de Nuevas Ciudadanías y comunicación política.

1. Aportes teóricos de las teorías de hegemonía y populismo

1.1 El triángulo hegeliano en Žižek

Para tratar del orden simbólico de la realidad social, Slavoj Žižek se basa en las categorías universal, particular y singular, de larga tradición en filosofía occidental, en especial desde la dialéctica Hegel. Para Žižek (2013), en la obra “Menos que Nada”, todas las

teorías que intentaron romper con la dialéctica no fueron bien sucedidas, pues la negación de una no-totalidad no deja de ser una totalidad. Así, por términos lógicos, afirmar que *no existe Verdad* es formular una *Verdad Universal*.

Partiendo de esa premisa, Žizek plantea que la contribución de la psicoanálisis de Lacan es la definición del Real como Universal. En términos psicoanalíticos, significa la laguna fundamental que constituye el sujeto. La experiencia fundamental para la constitución del sujeto es el depararse con el “vacío” de la no relación sexual, que necesita ser tamponada para permitir vivirse. Para eso advén el Simbólico:

A ordem simbólica, a constituição não escrita da sociedade, é a segunda natureza de todo ser falante: ela está aqui, dirigindo e controlando os meus atos, é o mar em que nado, mas permanece essencialmente impenetrável – nunca posso pô-lo diante de mim e segurá-la (Žizek, 2010, p. 10).³

El orden simbólico no es nada más que el Particular. Es una verdad parcial con ambiciones de creencias universales, pero siempre fracasa en el intento de ser lo Real. Es la constitución de un Otro, que para vivir en sociedad y no depararse con el “vacío”, el sujeto pacta en una creencia, en un “acto de fe” (ŽIZEK, 2006), del cual siempre se desconfía que sea mentira, pero actúa como si fuera verdad. Eso ocurre porque la base constituyente de la existencia en sociedad, y la soportabilidad de los otros seres humanos, es la creencia de que existe algo que fundamenta la necesidad de esa relación:

A principal função da ordem simbólica com suas leis e obrigações é tornar a nossa coexistência com outrem minimamente tolerável: Um terceiro tem que intervir entre mim e meus próximos para que nossas relações não explodam em uma violência assassina (Žizek, 2010, p. 59)⁴

Pero, como esa búsqueda por la totalidad siempre es imposible (lo Real es una laguna), todo lo Particular genera un exceso, un resto que demuestra la Verdad del Particular. El Particular es la negación de lo Universal. Lo que queda es lo Singular, que a través de su experiencia dentro de lo Particular percibe su mentira y por eso contiene en si lo Universal.

1.2 La teoría de Hegemonía de Laclau e Mouffe

³ La orden simbólica, la constitución no escrita de la sociedad, es la segunda naturaleza de todo ser hablante: ella está aquí, dirigiendo y controlando mis actos, es el mar en que nado, pero permanece esencialmente impenetrable – nunca puedo ponerlo delante de mí y prendelo.

⁴ La principal función del orden simbólico es volver nuestra coexistencia con el otro mínimamente soportable; un tercero tiene que intervenir entre mí y mis próximos para que nuestras relaciones no exploten en una violencia asesina.

Llevando en cuenta la filosofía de Zizek, pasamos a los conceptos de Discurso y Hegemonía en Laclau y Mouffe, quienes también tienen como referencia el psicoanálisis de Lacan.

La categoría clave es Punto Nodal, que es lo que articula y unifica (con tensiones, por cierto) lo que va a ser determinada hegemonía discursiva. La lógica para la construcción de ese planteamiento es sacada del libro *Hegemony and Socialist Strategy* (1985), de Ernesto Laclau y Chantal Mouffe.

Dentro de ese campo teórico-filosófico, llamado Escuela de Essex, la Hegemonía opera en el campo del discurso. Discurso puede entenderse como la base misma de la constitución del objeto. No hay nada que tenga su existencia sin existir dentro del lenguaje. Como Marx lo plantea en la *Ideología Alemana*,

O “espírito” sofre, desde o início, a maldição de estar “contaminado” pela matéria, que, aqui, se manifesta sob a forma de camadas de ar em movimento, de sons, em suma, sob a forma de linguagem. A linguagem é tão antiga quanto a consciência – a linguagem é a consciência real, prática, que existe para os outros homens e que, portanto, também existe para mim mesmo; e a linguagem nasce, tal como a consciência, do carecimento, da necessidade de intercâmbio com outros homens. Desde o início, portanto, a consciência já é um produto social e continuará sendo enquanto existirem homens (MARX, 2007, p. 34/35)⁵.

Siendo así, no hay distinción entre la “esencia” y el “lenguaje”, pues este funda la existencia de esa. Es importante resaltar la aclaración que hace Laclau:

The fact that every object is constituted as an object of discourse has nothing to do with whether there is a world external to thought, or with the realism/idealism opposition. An earthquake or the falling of a brick is an event that certainly exists, in the sense that it occurs here and now, independently of my will. But whether their specificity as object is constructed in terms of “natural phenomena” or “expressions of the wrath of God”, depends upon the structuring of a discursive field. What is denied is not that such objects exist externally to thought, but the rather different assertion that they could constitute themselves as objects outside any discursive condition of emergence. (Laclau y Mouffe, 2001, p. 108)⁶

⁵ El “espírito” sufre, desde el inicio, la maldición de estar “contaminado” por la materia, que, aquí, se manifiesta bajo la forma de capas de aire en movimientos, de sonido, en resumen, bajo la forma de lenguaje. La lenguaje es tan antigua cuanto la conciencia – la lenguaje es la conciencia real, practica, que existe para los otros hombres y que, por tanto, existe también para mí; y la lenguaje nasce, tal como la conciencia, del carecimiento, de la necesidad de intercambio con otros hombres. Desde el inicio, por tanto, la conciencia ya es un producto social y continuará siendo en cuanto existir hombres.

⁶ El hecho que todo el objeto es constituido como un objeto del discurso no tiene ninguna relación con la cuestión de que haya un mundo fuera del pensamiento, o con la oposición realismo/idealismo. Un terremoto o la caída de un ladrillo es un evento que ciertamente existe, en el sentido que ocurre acá y ahora, independiente de mí deseo. Pero si ese objeto va a ser construido en términos de “fenómenos de la naturaleza” o “expresión del odio de Dios” depende de su estructuración en el campo discursivo. Lo que es negado no es que ese objeto existe fuera del pensamiento, pero una asertiva distinta que es la que él puede si constituir como objeto fuera de su emergencia en el discurso.

El campo discursivo y el discurso *per se* pueden ser entendidos como el centro en el cual se fundan los sujetos políticos, que no tienen ninguna existencia material además del espacio que ocupan dentro de esa arena. Sería el espacio de lo Simbólico, para hacer referencia al triángulo establecido. Sus “significados”, identificaciones y diferencias sólo se dan en la relación entre los discursos construidos alrededor de esos significantes.

El discurso que se establece como referente social para los agentes políticos puede ser denominado de Punto Nodal (Laclau y Mouffe 2001), el horizonte de sentido (Linares 2011; Errejón 2012). Esos planteamientos se refieren al mismo efecto: un elemento de una articulación discursiva que se eleva al estatuto de referente simbólico, al cual ninguno de los actores sociales escapan. En las palabras de Laclau:

[...] point de capiton (nodal point, in our terminology) or master-signifier involves the notion of a particular element assuming a “universal” structuring function within a certain discursive field – actually, whatever organization that field has is only the result of that function – without the particularity of the element *per se* predetermining such a function (Laclau y Mouffe, 2001, xi).⁷

Para entender mejor este punto, es necesario traer la importancia del concepto de articulación. Una vez que no hay “esencia”, los sentidos se constituyen a través de las relaciones entre los múltiples elementos del discurso. Los sentidos se establecen por Diferencia y Equivalencia.

Chantal Mouffe y Ernesto Laclau han desarrollado, en torno al concepto de hegemonía, el estudio de las lógicas de constitución de lo político, basándose en la “demanda” como unidad básica del análisis de la que parte la formación de agrupaciones políticas. Identifican dos mecanismos fundamentales de articulación: las lógicas de la diferencia y de la equivalencia. En la primera, prima el contenido particular de cada demanda, que es tramitada ‘satisfecha o aislada’ de manera individual por el sistema político. (LACLAU y MOUFFE, 1985: 133-134). En la segunda, la lógica de equivalencia o “popular” la común frustración de diferentes demandas permite su agrupación más allá de su contenido particular. (Errejón, 2012, p. 6).

La diferencia puede ser resumida por la noción *Yo soy porque no soy el Otro*. En términos políticos, la lógica de la diferencia es la heterogeneidad de las diversas luchas singulares, que se plantean como negación del rol impuesto por un Otro. Cada lucha singular es pues *distinta* entre sí.

Pero, hay momentos en cada las distinciones se anulan. A través de la oposición a un

⁷ Point de capiton (punto nodal, en nuestra terminología) o significante maestro involucra la noción de un elemento particular asumiendo la función estructural de “universal” en un campo discursivo – en verdad, cualquier organización con campo solo lo es como resultado de esa función – sin la particularidad del elemento *per se* predeterminando esa función.

Otro compartido, distintas demandas singulares, en principio radicalmente distintas, establecen una equivalencia, en la cual todas esas luchas se unifican bajo el mismo “símbolo”. La cuestión es que, para lograrlo, ese símbolo pierde su condición específica para volverse un significante vacío.

Es importante resaltar que eso siempre ocurre en una lucha política. O sea, para que las diversas identidades constituidas en lógicas diferenciales se unifiquen, tiene que haber un antagonismo entre diversas identidades sociales contra otra. El antagonismo hace que las múltiples demandas sociales vean la necesidad de presentarse unidas debajo de un Nombre contra ese enemigo en Común.

Con eso podemos plantear lo que es la hegemonía. En nuestro términos, el ejercicio de hegemonía se hace bajo la simplificación de una la relación compleja de diversas singularidades creadas por las contradicciones entre el Particular y Universal. En este proceso discursivo, diversas demandas singulares se articulan por una relación de equivalencia, tomando uno de sus elementos como el Nombre, el punto nodal de su articulación. Para que eso ocurra es necesario un antagonista claro y las flexibilizaciones de los límites y perpetraciones entre las diversas subidentidades que lo constituyen.

2. Brasil: crisis y luchas por hegemonía

La historia reciente de Brasil se venía caracterizando por la hegemonía del Partido de los Trabajadores (PT) y su coalición de gobierno, desde que han asumido la presidencia en el 2003.

El PT de Lula se presenta en las elecciones de 2002 como el Antagonista del neoliberalismo, representado por los gobiernos de Fernando Henrique Cardoso (1998-2002).

Lula unificó las grandes masas sociales cansadas de sentirse marginalizadas en una alianza en contra del neoliberalismo.

Después de elegido, el PT empieza a desistir de trabar la lucha por hegemonía de la cotidianidad de la política. La reactivación ocurre sólo a cada 4 años, en las elecciones, en donde se establece en “fantasma del pasado” (neoliberalismo) como su Antagonista contra el cual todos tenían que pelear. Eso genera conflictos con distintos otros actores de la izquierda, pero que recaen a esa misma lógica⁸. Así, las elecciones de 2006 y 2010 rescatan el Antagonista para preguntar a la población de forma casi plebiscitaria si querían el Pasado o el Presente. Subidentidades de pobres, negros, universitarios, empresarios, latifundiaros, veían

⁸ Para entender mejor eso, acceder a <http://www.voltairenet.org/article125237.html>

en ese significativo Presente un camino acertado, y a pesar de sus diferencias eran capaces de sumarse a esa apuesta hegemónica.

Pero algo se interpuso en el camino. Con la crisis económica global a partir de 2009, el PT empieza a perder las condiciones materiales económicas para conciliar los varios intereses que le daban base simbólica. El signo comunicacional, traducido en el slogan “Brasil, un país de todos”, se va debilitando. El horizonte de sentido de conciliador de intereses nacionales, en donde donde ricos y pobres se beneficiaban, deja de operar la articulación discursiva que fue el principal tono de los gobiernos.

Las juventudes urbanas de las regiones más ricas, sudeste y sur, fueron las que más se sintieron frustradas. Empezaron a sentir que su mejora de vida por el acceso a la universidad y por mejor patrón de consumo no se veían reflejado en condiciones laborales y perspectivas de futuro. Es importante notar acá ya un principio del efecto de las redes. Esa generación, que más abajo describiremos, no tiene como horizonte de expectativa solamente el ascenso posible de su clase social al interior de su país, pero la expectativa de consumo y satisfacción profesional que ve de sus pares en los países centrales. La imposibilidad material de un país periférico ofrecer las condiciones materiales a profesionales liberales como ingenieros, programadores, profesores, médicos, etc., hace con que los aspirantes a esas profesiones se sientan más frustrados con la crisis que las capas más marginadas de la sociedad, que aún sentían una mejora relativa al período duro del neoliberalismo en el país.⁹ Eso va a llevar que, de manera espontánea y a través de las redes sociales, se genere las Jornadas de Junio.

Las Jornadas de Junio fueron movilizaciones multitudinarias que han empezado como protestas por gratuidad de transportes pero se convirtieron en la primera crisis de hegemonía del PT.

El movimiento Passe Livre, ya histórico movimiento de reivindicación de la gratuidad de transportes en Brasil, hizo su serie de manifestaciones anuales en contra del aumento del bus en Sao Paulo. En algunas de ellas, la violencia policial fue tanta que se ha puesto como nuevo hecho político nacional, transbordando la cuestión del transporte. Como reacción, miles y miles de personas fueron a las calles. Nadie sabía muy bien en contra de lo que estaban protestando ni en contra de quién. Podemos percibir que fue entonces una quiebra de la hegemonía. El Punto Nodal que tenía a todos relativamente calmados, pues siempre hubo protesta y resistencia en Brasil, deja de servir de punto articulador para todas las subidentidades. El Presente no es bueno.

⁹ El artículo del periódico O Globo del 2016 ofrece buenas cifras y un panorama de ese período: <https://oglobo.globo.com/economia/o-futuro-nao-mais-como-era-antigamente-18859981>

Aún en el 2013, al perceber el tamaño de las movilizaciones, distintos actores políticos se lanzan a disputar ese espacio. La derecha política y los grandes medios de comunicación empiezan a definir la agenda de las protestas como en contra de la corrupción. El gobierno nacional intenta responder pero no logra restablecer la normalidad social. Ese episodio fue analizado exhaustivamente en Brasil y recomendamos el libro *Cidades Rebeldes* (2013) como una buena síntesis hecha al calor del momento y dialogada con otros fenómenos similares como el Occupy Wall Street y la Primavera Árabe.

En las elecciones de 2014, aumenta la tensión en comparación a las elecciones anteriores. Aún así, Dilma Rousseff gana su reelección con el mismo discurso del Pasado en contra del Presente. Pero el cambio de coyuntura empieza a apuntarse ya en los primeros días del Gobierno Dilma, en 2015, con manifestaciones para su deposición. Podemos describir ese momento con un término de Garcia Linera (2011), llamado empate catastrófico. Es el momento de la lucha hegemónica en el cual ya hay sectores opuestos delimitados pero nadie logra hegemonizar el proceso político.

El PT, recién salido de las elecciones, aglomeraba un pólo expresivo de la población que defendía el gobierno, mientras que se empieza a constituir un otro pólo que cambia las coordenadas del debate político. En campo político se empieza a dividir radicalmente entre los Brasileños Patriotas en contra de la Corrupción y la Izquierda. La gran parcela de políticos tradicionales, que hasta el momento hacían parte del pacto hegemónico de PT, empiezan a migrar para el otro lado.

En este lado antagonista al PT, se destaca el Movimento Brasil Livre (MBL), un movimiento que intenta representar la juventud urbana de capas medias y que empieza a defender principios del liberalismo económico y del conservadurismo social.

El MBL fue creado como un brazo del Estudantes pela Liberdade, organización financiada por *think thanks* de los EEUU, como Atlas Foundation y Koch Foundation. Sus liderazgos desde el inicio fueron jóvenes, como Kim Kataguirí, que en el 2014 tenía apenas 18 años. Son parte de una estrategia global de crear oposiciones a los gobiernos progresistas de América Latina. A pesar de su discurso anti-político, desde temprano tuvieron relaciones (y incluso recibieron apoyos financieros) de los principales políticos de oposición al PT.¹⁰

Eso se confirmó cuando en el 2016 y 2018 lanzaron sus liderazgos a las elecciones por distintos partidos de derechas.¹¹

¹⁰ Las informaciones son retiradas de investigación hecha por A Pública en el 2015: <https://apublica.org/2015/06/a-nova-roupa-da-direita/>

¹¹ En el 2016 uno de los antiguos líderes de la agrupación hace declaraciones alrededor del tema:

Junto a otros movimientos, como Vem Pra Rua e Indignados Online, el MBL dirigió las manifestaciones por la deposición de la presidenta Dilma. En este período, aunque que movilizaron mucha gente, la disputa política de las calles se concentra en capas medias urbanas, incluso en el lado de los defensores del gobierno del PT.¹²

Ya identificada claramente como nueva derecha, el MBL y sus aliados logran su objetivo: la caída de Dilma Rousseff. La deposición, que muchos juristas dijeron ser ilegal¹³, y por eso consideran golpe de Estado, fue la primera derrota de PT desde 2002. Es importante aclarar que el MBL y las movilizaciones son apenas parte de la explicación para caída de Rousseff, ya que su deposición fue parte de acuerdos entre los partidos políticos y amplios sectores de los poderes económicos. Pese a eso, lo que importa destacar es que, en términos de disputa discursiva por hegemonía, el MBL fue un actor absolutamente central y movilizador, pues la figura de la juventud en contra de la corrupción está muy presente en el imaginario popular brasileiro, gracias a la destitución de Collor en el 92. Fue ese entrelazo con la memoria nacional, incluso utilizando referentes simbólicos similares, como los colores de la bandera, que permitió ofrecer un imagen positiva al Golpe, principalmente a las capas medias brasileiras, que no estaban dispuesta a ofrecer el mismo protagonismo a los partidos tradicionales, vistos también como corruptos y oportunistas. Incluso, un mote de campaña muy grande en esa época era “Primero sacamos a Dilma y a PT, después a todos los corruptos”.

De ese punto en adelante, la pelea entre los dos polos se vuelve la gramática de la política brasileira, cada uno intentando garantizar su estabilidad hegemónica. Gracias a la consolidación de los sectores conservadores en aparatos estratégicos del Estado, principalmente en el Judiciário, las derrotas de PT fueron mucho más grandes. La última, antes de la lucha electoral, fue el juzgamiento y prisión de Lula, que era el preferido en las encuestas electorales. Su prisión, igual que la deposición, es considerada abusiva por algunos especialistas, ya que no hay pruebas de hecho por parte de la operación Lava Jato.¹⁴

De todo modo, la prisión restableció el campo de PT para que el grande Punto Nodal fuera el mismo Nombre de su principal líder. Las frases #LulaLivre y #SouLula empezaron a

<https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2016/05/27/maquina-de-partidos-foi-utilizada-em-atos-pro-impeachment-diz-lider-do-mbl.htm>

¹² <http://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2016-04/classes-c-e-d-veem-debate-sobre-impeachment-como-briga-da-elite-d>

¹³ Un manifiesto en contra del Impeachment llegó a contar con 8.000 firmas: <https://exame.abril.com.br/brasil/advogados-e-juristas-divulgam-manifestos-contr-impeachment/>

¹⁴ La carta de esos juristas puede ser accesada acá: https://admin.cut.org.br/system/uploads/ck/CUT_Brasil/Carta%20Juristas%20Brasileiros%20ao%20STF%20%281%29.pdf

tentar representar conceptos generales como Igualdad y Democracia contra el mismo Antagonista Pasado, pero en ese momento no sólo el pasado neoliberal de los gobiernos de PSDB, pero incluso la dictadura militar brasilera.

A su vez, la constitución del Antagonista Corrupción contra la Izquierda sirvió para crear el fenómeno Jair Bolsonaro, en cual se unifican, en un primer momento, con el Punto Nodal “Ciudadanos Buenos”, desde jóvenes liberales hasta pensionados militares en favor de la dictadura militar.

En las encuestas electorales previas al inicio de la campaña presidencial, Bolsonaro siempre estuvo en el segundo puesto, detrás de Lula. Pero, cuando la Justicia Electoral obliga al PT a cambiar sua candidatura para otro nombre (Fernando Haddad), Bolsonaro asume en el primer puesto y ahí se queda.

Aún así, gran parte de los analistas preveían una tendencia de caída del ex-capitán, que, incluso, lo dejaría fuera de la segunda vuelta. El análisis se basaba centralmente en el hecho de que Bolsonaro, al contrario de Geraldo Alckmin, candidato de la derecha tradicional (PSDB), poseía poquísimos minutos de propaganda electoral obligatoria en la televisión (ocho segundos).

No fue lo que lo pasó. Especialmente después del atentado en contra su vida, en el seis de septiembre¹⁵, Bolsonaro se consolida como primer fuerza electoral. A partir de ahí, su base social se amplía mucho y su elector común deja de tener el perfil hombre joven blanco y de capa media. Sus electores pasan a ser de distintos sectores sociales.

Con el crecimiento de Bolsonaro, en la última semana de la primera vuelta, se organizan grandes protestas, desde movimientos feministas, con el slogan #EleNão por todo el Brasil, en rechazo al postulante de la extrema derecha. Lo que se vió en los días siguientes fue, para sorpresa de los sectores progresistas, más un crecimiento de Bolsonaro en las encuestas.

Al fin, Bolsonaro termina la primera vuelta con 46% de los votos. En comienzos de septiembre, sin embargo, aparecía con más o menos 25% en las encuestas. Dos factores combinados pueden explicar ese crecimiento en los momentos finales. El apoyo masivo de las iglesias neopentecostales¹⁶ justo en el fin de semana de las protestas #EleNão y la maquinaria

¹⁵ <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/09/bolsonaro-leva-facada-durante-ato-de-campanha-em-juiz-de-fora.shtml>

¹⁶ <https://istoe.com.br/edir-macedo-declara-apoio-a-bolsonaro/>

industrial de producción de fake news direccionadas al WhatsApp¹⁷.

Potencializado por estos dos factores, en términos de comunicación política de Bolsonaro logró hacer un corte social que iba más allá de la corrupción, englobando dicotomías como Dios x Demonio; Família x Desviantes; Bien x Mal.

Es cierto decir que Bolsonaro se alimentó del espíritu de las protestas en contra del PT, protagonizadas por las juventudes urbanas de clases medias, representadas por movimientos como el MBL. Pero, por la incertidumbre acerca de su candidatura, hizo un camino propio. Al fin logró hegemonizar toda la derecha brasilera y, ya en la segunda vuelta, los sectores “liberales”, representados por MBL, aunque no sean más protagonistas, apoyaron al líder de extrema derecha decididamente.

3. Nuevas Ciudadanías

En los programas de los dos candidatos a las presidenciales que fueron a segunda vuelta ese año, solamente en lo de Haddad aparece una vez el concepto de ciudadanía, presentada como una construcción de colectividad, al hablar de ciudadanías LGBTI+, pensando en la clave de construir un espacio en la sociedad para esta población. En lo general, el concepto ciudadano y ciudadanía están plasmados en los programas como sinónimo de individuos, sin ningún nivel de significación más allá de eso. Pero en el discurso político nacional, ese término ha servido tanto a la izquierda como a la derecha. En la derecha, el ciudadano está conectado al ciudadano bueno. O sea, el ciudadano que preza el orden, la civilidad, la familia, las tradiciones. Es utilizado ostensivamente en los discursos de Bolsonaro y, en nuestro caso de interés más grande acá, por el MBL. De todo el recorrido de lucha hegemónica que venimos hablando, el MBL tal vez sea el fenómeno más interesante para pensar el carácter “en disputa” de las nuevas ciudadanías juveniles. Para hablar de ellas, queremos precisar el término “generación #”.

Término acuñado por Carles Feixa, la *Generación #* representa a los nacidos desde los 90s que vienen respondiendo a esa coyuntura presentada anteriormente y que responden ética, simbólica, emocionalmente y dentro de sus mismas relaciones materiales a los cambios generados por la web 2.0.

Es la generación hiperdigitalizada. No son simplemente nativos digitales en el sentido

¹⁷ <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml>

que están acostumbrados a la utilización de la tecnología, pero más allá de sentirse cómodos en el uso de las tecnologías, tienen una vida híbrida, en la cual las redes sociales son parte de su cotidianidad y relaciones simbólicas al igual que o incluso en ocasiones de manera más vital que las hechas cara a cara.

Son los cyborgs de Donna Haraway (1991), en el sentido que los dispositivos como celulares, ordenadores y tabletas ya son extensiones de su cuerpo y cada vez más la diferencia entre bytes y biología se vuelve irrelevante. Son glociales, o en mejores términos, bastardos, como diría Omar Rincón. O sea, si los baby boomers eran “puro sangres”, descendentes de sus culturas regionales y la Generación @ huérfana, desplazada, la Generación # conoce a su madre, su espacio específico, pero a su vez la pone a dialogar con los distintos discursos y realidades de las cuales tienen acceso desde las redes sociales. El potencial de participación política y cambio de la realidad objetiva de esa población ya ha sido demostrado, por ejes conservadores o progresistas. Fueron el 15M (España), #yosoy132 (México), las Jornadas de Junio (Brasil), la Primavera Árabe, los Escuálidos Venezolanos, los #PazALaCalle en Colombia, el Occupy (USA). Las redes sociales, en particular el Facebook: “Es como un patio, una plaza virtual, donde tú puedes entrar, puedes hablar” (FEIXA, 2014 : 48).

Hay tres grandes desafíos en el momento de plantear ese sujeto social, cada vez más el protagonista político:

1. Alienación tecnológica. Si bien los elementos tecnológicos son cada vez componentes del mismo cuerpo de esa generación, su uso es totalmente alienado, en el sentido que las grandes mayorías son analfabetas en lenguajes de programación, no entienden el funcionamiento de los metadatos y toda la arquitectura por detrás de sus experiencias cotidianas en redes, o en términos más POP, lo que hay “por detrás de la Matrix”. Eso genera riesgos concretos, pues los vuelven dependientes de los parámetros establecidos por los grandes monopolios informacionales, siendo incluso mano de obra gratuita de producción de información comercializable. Para utilizar la metáfora del Facebook como una Plaza, se toma la plaza como un espacio vital de convivencia, sin tener en cuenta quién la detiene y qué riesgos o límites pueden imponer.
2. Nuevos sentidos para la construcción del si en redes. Feixa, en su Estilos de vida de los niños en la cultura digital, de 2004, presenta que el fenómeno de los reality shows era un paradigma de identificación de la juventud en la Televisión. Los 14 años desde la publicación de ese texto han demostrado una profundización de eso a través de las

características presentes en la Televisión e Internet de hoy. Diferentes roles, de Ariadna Fernandez-Planells y Mònica Figueras-Maz, investigadoras y profesoras de la Universidad Pompeu Fabra. Como bien apuntan esas autoras, la Internet genera al prosumidor, la posibilidad de hacer un uso más activo y adaptable a sus gustos. Eso ha permitido el surgimiento de la generación de los youtubers como fenómeno digital que hace lo que los reality shows hacían a fines de los 90s y principio de los 2000. Cada vez más la representación en pantalla y en las redes se vuelven una reivindicación de esos sujetos sociales. Sea para ganar un Me Gusta, sea como intento de influenciar la estética, política, afectiva o éticamente a los demás, la exposición pública de uno y la construcción de la Estética del Si en Red se vuelve una nueva manera de interacción social.

3. Hacker vs. Hikikomori. Los cambios en las relaciones sociales han generado un cambio en la misma estructura psíquica humana. El Hikikomori es el fenómeno de la reclusión extrema, en una vida totalmente auto erótica de consumo de una realidad fantasiosa mantenida por universos de videojuegos, dibujos animados, etc. Ya el Hacker es un paradigma ético de la asociatividad y el uso de la falta de creencia en la autoridad para establecimiento de nuevos significantes simbólicos comunales.

El MBL es un fenómeno propio de la Generación #. MBL surge después de las Jornadas de Junio, como un movimiento de jóvenes que quieren que todos los corruptos vayan a la cárcel. Su fundación se da a través de marchas en Sao Paulo, convocadas por la plataforma Facebook. Uno de sus convocantes se transforma en el nombre visible de la agrupación, Kim Kataguirí, un joven de entonces 19 años. El movimiento se volvió viral en las redes por utilizar la estética youtuber, haciendo videos chistosos y apropiándose de las redes sociales como su principal red difusora. Muchos de sus primeros videos fueron borrados, pero mismo así, el canal del MBL en YouTube cuenta con más de 800.000 inscritos y detiene distintos “programas” que se apropian de las estéticas de las redes. Los más famosos son el “test del sofá” y el MBL Noticias.

Test del sofá es un juego de palabras famoso en Brasil que hace alusión a tener que hacer sexo con su empleador antes de recibir un empleo. Los participantes del MBL se apropiaron del término para hacer un programa en donde dos de los principales nombres de MBL, Kim Kataguirí y el youtuber Arthur Modelo (Mamãefalei), se sientan en el sofá y entrevistan a celebridades de derecha. El programa ya cuenta con más de 40 episodios, el más visualizado con 446.000 visualizaciones.

MBL Noticias es un formato “explicativo”, muy común en el mundo Youtuber brasileiro, con el canal Nerdología como el más conocido, en el cual una persona explica un tema de manera chistosa y haciendo uso de “memes” como imágenes de apoyo. A estos se suman intervenciones cortas de miembros del partido y aliados, con vídeos que no pasan de 6 minutos. Ya son más de 350 vídeos desde la fundación del canal.

Pero su espacio nativo es el Facebook. En ese espacio, al momento de la escrita de ese texto, el MBL ya contaba con 2.909.936 seguidores. Además de eso, sus publicaciones no bajan de 6.000 reacciones e 600 personas compartiendo. Son miles de memes, noticias y videos siendo compartidos a diario. ¿Y por qué tanto sucesso?

Como hemos descrito anteriormente, una de las características más marcantes de la generación # es el intento de construirse a través de las redes. Muchos youtubers en entrevistas insisten en la misma clave para su sucesso: sus seguidores los identifican como uno de ellos. Al contrario de las otras celebridades, hay una construcción de intimidad, de percepción de que el Youtuber podría haber sido cualquier uno de los que lo siguen. Eso es extensamente abordado en el documental Generation Like.

El MBL, al contrario de otros procesos del ascenso del conservadurismo en Brasil, es un fenómeno de establecer una matriz de opinión, a través principalmente de la comunicación digital, que ganó impacto político. Sus principales líderes son muy jóvenes, la gran mayoría con menos de 30 años. Ya contaban con 8 concejales, 1 diputado federal y lograron elegir en las elecciones de 2018 Kim Kataguirí diputado federal y Arthur Modelo diputado estadual por el Estado de Sao Paulo. Kim Kataguirí fue el cuarto más votado en el departamento, con 458.243 votos. Un joven de apenas 22 años y que llegó a aspirar ser presidente de la Cámara.¹⁸

La vida activa en redes, exponerse a ellas, estar presente como presentador de programa en Youtube, hacer uso de la narrativa que permitió que miles de jóvenes angustiados con el momento actual brasileiro hizo con que él se volviera un fenómeno político. La Generación # así comprueba que puede trasladar su representación de las interacciones en redes para la política.

Nuevos Conservadurismos Ciudadanos

Ahora, la clave fundamental es percibir cómo ese fenómeno que muchos analistas pensaron

¹⁸ A Pública hizo un buen recorrido de esa cuestión: <https://apublica.org/2015/06/a-direita-abraca-a-rede/>

de manera entusiasmada como algo revolucionario ha servido en el contexto brasilero para diseminar pensamientos muchas veces racistas, homofóbicos, conservadores. El MBL se considera LIBCON, conservador el los costumbres y liberal en la economía. Han apoyado reformas en el Estado que debilitan leyes de protección al trabajador, apoyaron la famosa ley que congela inversiones en salud y educación por 20 años en Brasil, entre muchas acciones de un liberalismo digno de Margareth Thatcher.¹⁹ Lo que podemos notar de eso es que Brasil, en contacto con otros fenómenos internacionales, apunta que los movimientos políticos de juventud, protagonizados por la Generación #, son movimientos de negación y ganan su contenido político en eso. Tienen la percepción generalizada que hay una élite política y se estructuran en su contra. Cuando son países claramente conservadores, las organizaciones más grandes apuntan al progresismo. Cuando son países declarados como izquierda, ganan una faz conservadora.

Podemos hacer el paralelo entre MBL y los “Escuálidos”, de Venezuela, por ejemplo. Es importante resaltar que hay intentos de disputa por sectores progresistas, que también desde el uso ostensivo de las redes ha intentado posicionarse en el escenario político. Pero las actividades son menos organizadas, y parten de esfuerzos de liderazgos aislados que no logran actuar como una organización con política direccionada a las redes.

Algunos están en un pequeño partido de izquierdas brasilero llamado PSOL que obtuvo un buen crecimiento en el Congreso Federal, pasando de 6 para 10 parlamentarios, algunos jóvenes también de la generación # como Sâmia Bonfim, una joven feminista de 30 años que también ganó destaque en el 2016 en los protestos generados desde redes sociales, pero por las izquierdas. Pero a su vez, Bonfim sacó 246.409 votos, muy abajo de su competidor de derechas.

Un fenómeno también interesante es lo de Tabata Amaral, 26 años, elegida por Sao Paulo. Ella se elige siendo “adoptada” políticamente por uno de los candidatos a presidencia de Brasil, Ciro Gomes, después de volverse viral un video en que ellos discuten astrofísica en la Universidad de Harvard, donde ella se graduó en Ciencias Políticas. Se puede percibir que la viralidad, la participación en redes, y la identidad que genera las celebridades instantáneas en redes también están afectando la representatividad en la política de Brasil, principalmente en la región sudeste, con énfasis en Sao Paulo. No por casualidad es la región de mayor ingreso y mayor conectividad.

La juventud apunta para cambios, para la negación de la política que ve consolidada.

¹⁹ <https://oglobo.globo.com/economia/pec-do-teto-dos-gastos-entenda-proposta-aprovada-em-2016-20245268>

En el caso de Brasil eso genera una alzada para la derecha, dificultando la izquierda de posicionarse en ese campo.

La contribución de la Realidad Brasileira para la comprensión del término Nuevas Ciudadanías.

La literatura alrededor de nuevas ciudadanías (García-Leguizamón 2016, Obregón 2003) nos lleva a pensar ese concepto alrededor de la ciudadanía organizada demandando una participación más amplia en el espectro político y democrático, principalmente desde los movimientos sociales. Lo que la teoría hasta el momento parece llevar poco en consideración es que una participación más grande de individuos organizados en la política no es sinónimo de cambio social.

Ese es un punto crucial que teóricos como Errejón²⁰ ya vienen notando desde la teoría del populismo. El reconocimiento de que las ciudadanías ya están cansadas de las viejas maneras de hacer política implicó el traslado de la forma de hacerlo, principalmente entre los procesos juveniles, para maneras participativas, con amplio respaldo democrático, buscando formas assemblearias, sea por internet, sea presencial.

A su vez, el contenido está totalmente en disputa. La amplia participación democrática en el fenómeno contemporáneo de burbujas de opinión no ha permitido el confronto de ideas, pero más bien el efecto manada tal como descrito por Freud (1921). Así como planteaba el padre de la psicoanálisis, las grandes poblaciones, alimentadas por un sentimiento de relativo anonimato y apoyo entre sus iguales pierde la inhibición y es capaz de expresarse de maneras que no imaginaría. Ese efecto grupal de la participación democrática de las nuevas ciudadanías pudo permitir los grandes efectos masivos de movimientos sociales progresistas alrededor del mundo, pero también han garantizado que las burbujas conservadoras tuvieran voz y actitudes que hasta poco eran tildadas de inadecuadas en el espacio público brasileiro, como actos homofóbicos, racistas, xenófobos y clasistas. Reivindican su derecho al decir de la misma manera que las minorías, por percibirse desde la “democracia de las redes” como no siendo ciudadanos aislados, pero sí parte de una colectividad reconocible y en la cual ese tipo de opinión les ofrece status social y posicionamiento dentro de la economía del “me gusta”.

El retroceso del período reciente en Brasil nos permite así sumar tres puntos para la teoría de las nuevas ciudadanías:

²⁰ Los posicionamientos alrededor de ese tema pueden se ver claramente en el debate con Álvaro García Linera en: <https://www.youtube.com/watch?v=mwDn8nwzWKY>

1. Las nuevas ciudadanía son antisistémicas, pero no progresistas. La amplia participación ciudadana y el protagonismo en movimientos organizados tiene un carácter antisistémico, en el sentido que busca romper con la percepción de la democracia tradicional como “envejecida”, “antidemocrática”, de “élites políticas”. Pero eso no la hace necesariamente progresista. La afinidad al discurso conservador puede acercarlos de líderes juveniles o “outsideres” aún más autoritarios que los políticos tradicionales.
2. Más participación no es sinónimo de más democracia. Vivemos un cambio estructural debido a la economía de las redes que la vamos a apuntar en la próxima sección, pero lo esencial para acá es que los fenómenos del filtro burbuja están sacando el debate de la esfera de la política. La participación ha consistido muchas veces en compartir informaciones que generan reconocimiento social en su esfera, lo que hace que informaciones que contradicen las creencias del grupo son rechazadas y cuestiones que afirman esa identidad, sean o no verdaderas, son privilegiadas.
3. Quien domina la identidad, domina la política. La disputa del sentido en las nuevas ciudadanía no ha sido por criterios racionales. La utopía de la Revolución Francesa de ciudadanos libres debatiendo racionalmente los grandes problemas nacionales está aún más distantes. Lo que mueve es la relación de confianza y menos los argumentos. Lograr construir una identidad entre el proyecto y los sujetos es el gran desafío político del momento.

La comunicación política: Un ejercicio urgente

Nancy Fraser (2017) hizo un bella síntesis de la causa de la victoria de Trump en Estados Unidos. Los sectores conservadores, percibiendo que lo que ella denomina de “progresismo neoliberal”, se perdió en una cacofonía de demandas sociales no unificada, a la vez que, siendo gobierno, eran el blanco para justificar los problemas sociales. Los sectores conservadores supieron identificar eso y, ofreciendo respuestas sencillas (aunque muchas veces falsas) a los problemas más urgentes, entre ellos seguridad y trabajo, ganaron. Algo similar pasó en Brasil.

Tomando toda la importancia que las redes están desarrollando en el actual estado de la existencia de las nuevas generaciones, podemos determinar que comunicación política hoy

es la matriz de la política mismo. Para reforzar esa hipótesis, queremos adicionar la teoría de la economía de la atención.

Jenkins (2006), al evaluar el éxito de American Idol, esboza la existencia de un Capital Emocional y Marcas de Amor, en el sentido de la propaganda hoy es basada en la constitución de un núcleo duro, consumidores que se “enamoran” del contenido y hacen el labor gratuito de diseminar y defender el producto. Broadbent y Lobet-Maris (2009), en su artículo para el libro *The Onlife Manifesto*, exploran el concepto de la economía gris, o sea, el mercado de la atención. Allí, destacan un comentario de Hebert Simon en los años 70 que sintetiza bien el problema:

[...] in an information-rich world, the wealth of information means a death of something else: a scarcity of whatever it is that information consumes. What information consumes is rather obvious: it consumes the attention of its recipients. Hence a wealth of information creates a poverty of attention and a need to allocate that attention efficiently among the overabundance of information sources that might consume it... (Broadbent y Lobet-Maris, 2009, p. 110)²¹

Y concluyen que, en esa lógica, lo que genera valor no es la información, sino la capacidad de atraer la atención. Trasladando eso para lo político, podemos decir que la política hoy está se orientando bajo los mismos presupuestos que la economía. La construcción de las celebridades que tienen que disputar en el mercado de la atención sus clientes, tienen que volverse “Marcas de Amor” para que puedan ser diseminados. Es importante notar el rol perverso que eso genera, y para tal rescatamos el caso de análisis que hicimos. Como declaramos, el MBL recibió un gran apoyo sistemático de *think tanks* internacionales, pero, y acá eso es central, eso siempre apareció públicamente como “donaciones” de entes privados. La marca MBL son jóvenes independientes luchando en contra la corrupción. Y la construcción es tan bien lograda que sus diseminadores ignoran toda y cualquier crítica, de la misma manera que un fanático por Harry Potter o Señor de los Anillos lo haría. Lo mismo pasó con Bolsonaro. Como Walter Benjamin ya lo había previsto, la pantalla conformó la política.

A eso se suma el fenómeno del filtro burbuja²². Bajo el argumento de que lo que pasa

²¹ En un mundo lleno de información, la bonanza de información significa la muerte de otra cosa, sea lo que sea que la información consume. Lo que la información consume es un poco obvio: consume la atención de su receptor. Así, la riqueza de información genera la pobreza de atención y la necesidad de alocar bien esa atención en la super abundancia de fuentes información que la pueden consumir.

²² Para entender mejor el concepto recomendamos la clase magistral de Eli Pariser en: <https://www.youtube.com/watch?v=D6QMd9UbW2Q>

cerca de ti, o de acuerdo a sus gustos, es más importante que grandes acontecimientos globales, plataformas como Facebook y Google crearon algorítmicos que seleccionan de antemano que tipo de informaciones uno tiene acceso. Eso, atrelado a la construcción de la economía gris, crea pequeños espacios de opinión compartida. A eso se suma la economía del “Me Gusta”²³, o sea, la noción de suceso vinculado a reacciones positivas de conocidos y conocidas en red.

Conclusión: La necesidad de pensar la Comunicación Política desde la Comunicación Popular

Kaplun (1985) hacía la distinción entre tres tipos de comunicación y las asociaba a tipos de educación. La primera era la comunicación tradicional que tiene como correspondiente la educación bancaria (Freire, 1987). O sea, la visión del Otro como sujeto pasivo que necesita ser llenado de información. Esa visión cayendo por los propios cambios sociales con el internet. Por los fenómenos ya apuntados, los ahora prosumidores no aceptan ser pensados como sujetos pasivos. Eso pone los otros dos paradigmas como el centro de la política contemporánea.

El primer es la Comunicación Persuasiva, que Kaplun asocia al Conductivismo. El Receptor es tomado en cuenta, pero como sujeto de deseo al cual toca seducir. Podemos decir que el paradigma de la comunicación política contemporánea es ese. Un paradigma de propaganda, que intenta jugar bajo las leyes del mercado de la información.

Ya el último paradigma sería lo de la Comunicación Popular, vinculado a la Educación Popular, cuyo propósito sería establecer una relación dialógica, partiendo no de la identidad plena con el Otro, pero en su desconocimiento y ganas de junto a él construir algo distinto, un nuevo horizonte posible.

La cultura participativa de las redes viene ganando un contorno comercial como apuntamos de manera reiterada en ese artículo. Los sectores conservadores en Brasil han ganado espacio porque han sabido jugar ese juego, pero más allá han sabido “sentir el pulso” de la gente y dialogar con sus sensaciones, haciendo una transferencia de racionalidad. Mismo operando bajo la lógica propagandística, escucharon a los sectores que querían attingir.

Hay un desafío para los sectores que quieren disputar las nuevas ciudadanía para construir la clave de cambio social y profundización de la democracia. Hay que primero hacer

²³ Alrededor de eso, recomendamos el documental de Frontline, Generation Like en: <https://www.pbs.org/wgbh/frontline/film/generation-like/>

la autocrítica y entender que sus métodos no han logrado superar los de la derecha, que se metió de manera mucho más orgánica en la estructura comunicacional y relacional de los nuevos medios.

Pero el gran desafío es cómo superarlos sin hacer lo mismo. Es pensar una comunicación política popular, dialogando con las nuevas maneras de narrar, Memes, Estética YouTuber, sin caer en el publicismo. Una estrategia capaz de construir lazos afectivos, sabiendo establecer el criterio de la autocrítica y del disenso al seno de los mismos procesos. Hay que buscar estrategias para que no se vuelva rehenes de los “Me Gusta”, y que permita que la diferencia sea incorporada a la labor política.

Obviamente eso no se mueve solo en la construcción de canales comunicacionales. Desde la institucionalidad y los movimientos sociales tienen que poner en sus pautas políticas la construcción de plataformas que favorezcan la diversidad de pensamientos por afuera de los algoritmos, pensando cómo promover una cultura Open Source²⁴, que esté conectada con romper los desafíos presentados anteriormente a la Generación #. Así como la vida ahora es híbrida, los sectores comunicacionales vinculados a la disputa de nuevas ciudadanía también les toca ser. Por un lado, haciendo el lobbying institucional que garanta cambiar la matriz de utilización de los medios digitales, así como estimulando procesos de mejor uso de las TICs. Por otro, intentando establecer ese nuevo paradigma de diálogo a través de las redes.

Es importante entender que el “celebritismo” en redes y el uso de la burbuja identitaria puede facilitar objetivos inmediatos, como elegir miembros del legislativo, hasta del ejecutivo. Pero, a largo plazo, eso se puede voltear, pues el hecho de que no hagamos cambios profundos en las formas de relaciones hacen con que la celebridad política pueda cambiar como cambia el astro de la vez en Hollywood. Con la diferencia que ese cambio puede afectar la vida de miles y miles de personas.

²⁴ <https://tecnologia-facil.com/que-es/que-es-open-source/>

Referencias Bibliográficas

BENJAMIN, Walter. (2012) Magia e Técnica, Arte e Política. Ensaios Sobre Literatura e História da Cultura - Volume 1. Série Obras Escolhidas*. Brasiliense

BROADBENT, Stefana, LOBET-MARIS, Claire. Towards a Grey Ecology. (2009) In The Onlife Manifesto. Being Human in a Hyperconnected Era. Acceso em junio 18, 2018. <<https://www.springer.com/gb/book/9783319040929>>

Errejon, I. (2011). “Evo Pueblo. La Construcción hegemónica del MAS en Bolivia” en Errejon, I. y Serrano, A. (eds.) Del asalto a la transformación del Estado en Bolivia. P. 111 – 141. Barcelona: Viejo Topo, 2011.

Errejon I. y Canelas M. (2012) ¿Patria de los indios o los indios por la Patria? Un análisis discursivo de las articulaciones de la identidad política “oficialista”. Disponible en: <http://www.aecpa.es/uploads/files/modules/congress/10/papers/281.pdf>. Acceso en 24/04/2016

FEIXA, Carles. Estilo de vida de los niños en la cultura digital. Acceso en febrero 6, 2018. <http://www.portaluchile.uchile.cl/documentos/estilos-de-vida-de-los-ninos-en-la-cultura-digital-carles-feixas-pampols_61549_6_3917.pdf>

FERNANDEZ-PLANELLAS, Ariadna, FIGUERA-MAZ, Mónica. La Televisión e Internet Hoy: Usos y consumos en el tiempo libre de jóvenes de Barcelona y Lima. Acceso en febrero 6, 2018. <<https://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/200>>

FRASER, Nancy (2017) El Final del Neoliberalismo “Progresista”. <<http://www.sinpermiso.info/textos/el-final-del-neoliberalismo-progresista>> Acceso en Octubre 17, 2018

FREIRE, Paulo. Pedagogia do oprimido. (1987) São Paulo, Brasil: Paz e Terra.

FREUD, Sigmund (1927) Psicología de las masas y Análisis del Yo. <<http://www.ataun.net/bibliotecagratis/CI%C3%A1sicos%20en%20Espa%C3%B1ol/Sigmund%20Freud/Psicolog%C3%ADa%20de%20las%20masas%20y%20an%C3%A1lisis%20del%20Yo.pdf>> acceso en Octubre 17, 2018

García-Leguizamón, Fernando (2016), CIUDADANÍA Y NUEVAS CIUDADANÍAS: ACLARACIONES CONCEPTUALES in Ciudadanías & Nuevas Ciudadanías, Universidad Piloto, Bogotá.

HARAWAY, Donna, (1991) “A Cyborg Manifesto: Science, Technology, and Socialist-Feminism in the Late Twentieth Century,” in Simians, Cyborgs, and Women: The Reinvention of Nature, New York, Estados Unidos: Routledge, pp. 149-181.

Harvey, D, Maricato E., etc. (2013) Cidades Rebeldes, Passe livre e as manifestações que tomaram as ruas do Brasil. São Paulo: Boitempo.

JENKINS, Henry (2006a) *Convergence Culture, la cultura de la convergencia em los medios de comunicación*. Barcelona, España: Paidós Ibérica S.A.

Laclau, E. y Mouffe, C. (2001) *Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics*. London: Verso.

Laclau, E. (2005). *La razón populista*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

_____. (2009). *Populismo. ¿Qué nos dice el nombre?* En F. Panizza (Comp.), *El populismo como espejo de la democracia* (pp. 51-71). Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

_____., *O Retorno do “Povo”: Razão Populista, Antagonismo e Identidades Coletivas*. Disponible en <<http://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/politicaetrabalho/article/view/6583/0>>. Acceso em: 12/11/2015

Linera, Alvaro Garcia. (2011). *Las contradicciones Creativas de la Revolución*. La Paz: Vicepresidencia de Bolivia.

MARX, Karl. (2007) *A ideologia alemã: Crítica da mais recente filosofia alemã em seus representantes Feurbach, B. Bauer e Stirner, e do socialismo alemão em seus diferentes profetas (1845-1846)* - São Paulo: Boitempo.

_____. *O Capital* (2011). Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, v.1.

OBREGÓN, Maria Emma Wills (2003) *Nuevas y Viejas Ciudadanías: La Apuesta por una Nueva Democracia in Camino Hacia Nuevas Ciudadanías - Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia*.

RINCÓN, Omar. (2015) “LO POPULAR EN LA COMUNICACIÓN: <CULTURAS BASTARDAS + CIUDADANÍAS CELEBRITIES>.” In **LA COMUNICACIÓN EN **MUTACIÓN [Remix de Discursos]**, C3 FES, Bogotá, Colombia.

ŽIŽEK, Slavoj(2010), *Como Ler Lacan – São Paulo, Zahar*.

_____.(2011)*Em Defesa das Causas Perdidas – São Paulo, Boitempo*.

_____. (2008) *A visão em paralaxe*. São Paulo: Boitempo.

_____. (2013) *Menos que nada, a Sombra da Dialética em Hegel*. São Paulo, Boitempo.

_____. *The parallax view: Karatani’s transcritique on Kant and Hegel*. Disponible en: <<https://newleftreview.org/II/25/slavoj-zizek-the-parallax-view>>. Acceso en: 07/04/2014