**X Jornadas de Jóvenes Investigadorxs**

**Instituto de Investigaciones Gino Germani**

**6, 7 y 8 de noviembre de 2019**

**Adrián Eduardo Negro**

Programa de Reconocimiento Institucional de Investigaciones de la Facultad de Ciencias Sociales, UBA: La neoliberalización de la ciudad: ideologías urbanas, subjetividades y espacio público en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Directora: Mg. Silvia Hernández.

Licenciado y Profesor en Ciencias de la Comunicación Social (UBA)

Especialista en Comunicación Pública de la Ciencia y la Tecnología (UBA)

adrian.negro@gmail.com

**Lucas Emilio Fernández**

Programa de Reconocimiento Institucional de Investigaciones de la Facultad de Ciencias Sociales, UBA: La neoliberalización de la ciudad: ideologías urbanas, subjetividades y espacio público en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Directora: Mg. Silvia Hernández.

Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social (UBA)

lucasemiliof@gmail.com

**Eje propuesto:**

Eje 5 - Política, ideología discurso

**Eje alternativo:**

Eje 10 - Democracia y representación

**Palabras clave:** ideología, neoliberalización, participación

**Conectados, divertidos y participativos. La neoliberalización de la “participación ciudadana” en la Ciudad de Buenos Aires**

**Resumen**

Esta ponencia muestra el avance de un trabajo de investigación en curso sobre los procesos ideológicos y discursivos puestos en juego en torno a la idea de “participación ciudadana” en base a los programas *BA Elige* y *Vamos los Vecinos* de la Ciudad de Buenos Aires. Desde un enfoque comunicacional, es decir, indagando sobre la producción social de significaciones, nos proponemos dar cuenta de los mecanismos particulares por los cuales una formación discursiva específica en torno a la “participación” y a la “ciudadanía” se entrelaza con un proceso de neoliberalización de la ciudad.

Entendemos que ese proceso se pone en juego en estos programas, conformándolos como aplicaciones de un dispositivo ideológico que interpela a “ciudadanos-usuarios”, fragmentados y aislados, mientras se va configurando una forma de ciudad específica que habilita determinadas prácticas inhibiendo otras.

En el análisis sobre *BA Elige* se trabajó con la hipótesis de que la “participación” se ha neoliberalizado, en tanto ha sido despolitizada, deslocalizada e individualizada. La iniciativa remite a otras experiencias donde el Estado invita a la ciudadanía a tomar decisiones sobre lo público, como por ejemplo el Presupuesto Participativo. Este enfoque no pretende realizar una comparación de programas, sino indagar sobre el modo en que la ideología neoliberal ha permeado sobre ellos.

Por su parte, *Vamos los Vecinos* se presenta como un “plan de reconocimiento a la buena convivencia”, incluyendo iniciativas en forma de concursos. De esta manera, da lugar a un “ciudadano-jugador” que puede jugar en equipos (por cuadras) en pos de un objetivo común de forma confortable y ágil.

Los programas analizados dan cuenta de un tipo específico de participación ciudadana, promovida y conducida por el Estado. Entendemos que estas iniciativas implican una práctica de gestión que dan lugar a experiencias neoliberalizadas del ejercicio ciudadano, donde una ideología de la conectividad y la transparencia adviene como dominante, por sobre la representación y el lazo social.

**Introducción**

“Unamos nuestras ideas para transformar juntos la Ciudad”, esa es la invitación del programa *BA Elige* del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (GCBA). Por su parte, el programa *Vamos los vecinos* se presenta como un “reconocimiento a la buena convivencia”. Ambos nos invitan a “participar” en la toma de decisiones de cuestiones que forman parte de la organización y la gestión de lo público en la Ciudad y dependen del Área de Participación Ciudadana. En este trabajo presentamos algunos avances de una investigación en curso sobre los procesos ideológicos y discursivos puestos en juego en torno a la construcción de ciudadanía y de participación ciudadana involucrados en ellos. Esta investigación se lleva a cabo en el marco de un Programa de Reconocimiento Institucional de investigaciones de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA que tiene como objeto de estudio a los procesos de neoliberalización de la Ciudad de Buenos Aires. La metodología utilizada para abordar estos programas se centra, en una primera instancia, en el análisis discursivo de un corpus compuesto por enunciados oficiales sobre los mismos, incluyendo tanto los diversos mensajes publicitarios como las informaciones, bases y condiciones, preguntas frecuentes y estructura de cada programa. En una etapa posterior, proyectamos profundizar las primeras conclusiones que exponemos aquí con la producción de entrevistas en profundidad a participantes.

Entendemos que tanto *BA Elige* como *Vamos los vecinos* pueden ser considerados como estrategias de comunicación que moldean el tipo de relación de la ciudadanía con lo público. Ese formato se encuentra íntimamente relacionado con un proceso de neoliberalización de la ciudad más amplio y en el marco de una coyuntura neoliberal que interpela a sujetos neoliberales. De esta manera, afirmamos que la participación ciudadana se ha despolitizado y moralizado, contraponiéndose a otras formas posibles, democráticas, que contribuyan a la deliberación y a la disputa en torno de lo público.

Al mismo tiempo, consideramos que estos programas cumplen principalmente una función ideológica en su propia práctica: sedimentar una nueva experiencia de participación ciudadana bajo determinados valores y normas. Esto quiere decir que más allá del nivel de incidencia real que tengan sobre la cuestión pública, el principal efecto es el de reforzar una figura de ciudadano en particular, la cual consideramos como neoliberalizada.

De esta forma, el enfoque propuesto aquí es uno comunicacional, indagando en torno a la producción social de las significaciones. Nos proponemos dar cuenta de los mecanismos particulares por los cuales una formación discursiva específica en torno a la participación y a la ciudadanía se entrelaza con un proceso de neoliberalización de la ciudad.

***BA Elige* y *Vamos los vecinos*: herramientas del dispositivo ideológico de la participación ciudadana**

Si bien cada uno de estos programas tiene sus características particulares y cumplen funciones distintas, ambos comparten, en cuanto a su forma, el hecho de constituirse como herramientas digitales que le permiten al “vecino / usuario” realizar determinadas acciones. Éstas pueden ser desde emitir alguna propuesta sobre la ciudad, como también opinar sobre el funcionamiento de algunos servicios públicos y/o participar de acciones como la limpieza de la cuadra. Ambos programas interactúan e ingresan a un entramado de plataformas interactivas, dando lugar a nuevas formas de encuentro con el otro y de entender y ejercer la participación ciudadana.

*BA Elige* se configura como una plataforma desde la cual se pueden realizar propuestas para la Ciudad de Buenos Aires, como construir una plaza, colocar un semáforo en alguna esquina, la instalación de cámaras de seguridad u otras iniciativas acordes a un conjunto de ejes establecidos. Para el gobierno de la Ciudad este programa es una iniciativa relevante y, por ello, presenta una enorme y notoria estrategia publicitaria. Cuenta con plataforma propia que agrupa toda la información y numeras publicaciones institucionales en redes sociales. La participación transcurre de manera online, con algunas excepciones aisladas de reuniones organizadas con funcionarios y habitantes de la ciudad. Se realiza por etapas: una primera de presentación de propuestas, una segunda de votación, una tercera de análisis y una quinta de presentación de las que se realizarán.

Resulta interesante resaltar que en el organigrama del gobierno, el Área de Participación Ciudadana depende directamente de la Subsecretaría de Comunicación. Se observa que dicha área no está vinculada a la Subsecretaría de Gestión Comunal, que es el área que coordina al gobierno central con las comunas. En este esquema se comprueba que la participación ciudadana se ha disociado de la descentralización y ahora está asociada a las políticas de comunicación. Se observa así, un desplazamiento del “dispositivo de proximidad”, que ya deja de funcionar en el ámbito local y ahora resulta más efectivo en un entorno digital.

Por su parte, *Vamos los vecinos* tiene la forma de un concurso o sorteo comercial. Presenta premios y contiene “bases y condiciones”. En las mismas, el programa es denominado directamente como “concurso”. El GCBA es quien oferta y lo lleva adelante y los “vecinos” son, ahora, los “concursantes”. Como todo concurso, *Vamos los vecinos* tiene premios. Éstos son del orden de las cuestiones que atañen a la administración pública y que implican un gasto económico por parte de los concursantes. Por ejemplo, la exención en el pago de impuestos como el ABL (Alumbrado, Barrido y Limpieza) o beneficios en la carga de la tarjeta SUBE (Sistema Único de Boleto Electrónico).

El programa presenta distintas iniciativas que pueden clasificarse en dos tipos diferentes. El primero se relaciona con la gestión del control del tránsito e implica una participación más bien involuntaria destinada únicamente a conductores. Son las iniciativas: “Velocidad permitida”, “Conductores responsables” y “Motociclistas seguros”. Ante un eventual control de alcoholemia, de aprobarlo se participa del concurso por un año de patentes gratis. Lo mismo sucede al conducir “responsablemente” una motocicleta. En el caso de las velocidades permitidas, en determinados puntos de control se registran patentes automáticamente, quienes respeten la velocidad máxima permitida participan del concurso. El segundo tipo de iniciativas se relaciona directamente con los “vecinos” y exige de éstos una participación activa. Incluye las siguientes: “Esa es mi cuadra”, “Buenos choferes” y “Policías cercanos”. De los tres, tal vez el primero sea el que entraña mayor complejidad y riqueza en las cuestiones que nos atañen. Se trata de un concurso colaborativo entre varios “vecinos”, ya que compiten cuadras enteras para ser la más limpia. El premio es un año de ABL “gratis”.

Como se puede apreciar, la participación implicada en estos formatos se asocia, en primera instancia, a la conectividad a través de las redes digitales y, con ello, a la emisión de votos o comentarios desde la utilización individual. Algo semejante a la lógica de interacción en las redes sociales: se otorgan “likes” (“me gusta”), se escriben comentarios y/o se “postean” pareceres y opiniones. Esa dinámica es traspolada, ahora, a cuestiones relacionadas con la administración de lo público y ofrecida como modo válido de participación ciudadana. Ese modo válido, esa forma específica de la “participación ciudadana”, es entendida, aquí, como un dispositivo ideológico.

La apelación a lo ideológico es una manera de entender cómo se construyen las representaciones sociales, permeadas por la ideología neoliberal imperante. No se concibe aquí la ideología como un conjunto de ideas o representaciones, aislada de lo económico o de lo político, sino que se asume lo ideológico como una dimensión constitutiva y constituyente de lo social. Con ese enfoque se intentó mirar el modo en que se construye, actualmente, la “participación ciudadana” en la Ciudad de Buenos Aires.

De esta manera, cuando nos referimos a “formaciones discursivas” lo hacemos retomando lo que Michel Pêcheux (2016) entendió como lo que puede y debe ser dicho en una posición dada y en una coyuntura dada determinada por la lucha de clases. Según el autor, los individuos son “interpelados” en sujetos-hablantes (en sujetos de *su* discurso) por las formaciones discursivas que representan, “en el lenguaje”, las formaciones ideológicas que les corresponde [p.143]. En el trabajo de investigación en curso, analizamos a través de diversos enunciados que parten de estos programas del Gobierno de la Ciudad las formaciones discursivas que entran en juego y que interpelan a los “vecinos” / “concursantes” / “usuarios” de la ciudad. Formaciones discursivas que trascienden, por supuesto, a estos programas en particular y que, como establecimos, se relacionan con un proceso más amplio de neoliberalización de la ciudad.

A su vez, la noción de “ideología” que estamos retomando aquí es la que ha elaborado Louis Althusser (2011), comprendiéndola, no como un conjunto de ideas del orden de lo consciente (las ideas que defendemos, las ideas a las que adscribimos), sino como representaciones que se imponen como estructuras a la mayoría de los hombres sin pasar por su “conciencia”. Para Althusser (1970), además, la ideología interpela a los individuos en sujetos. En este caso, como veremos a continuación, hablamos de un determinado sujeto (neoliberal), que se constituye como un “buen vecino”.

**El “buen vecino” y la moralización de la política: modos de diluir el lazo social**

Anticipamos anteriormente que los efectos concretos de estos programas, es decir, su nivel de incidencia real en la cuestión pública, probablemente sea casi nula. No obstante, entendemos que cumplen, preponderantemente, una función ideológica en su propia práctica: la de poner en circulación una nueva experiencia de “participación ciudadana” bajo nuevos valores y reglas. En este sentido, una ideología de la “conectividad” y de la “transparencia” advienen como dominantes, por sobre la representación y el lazo social. Este tipo de programas de participación ciudadana, que forman parte del área de Comunicación del Gobierno de la Ciudad, sostenidos y difundidos por plataformas digitales, se constituyen, entonces, en herramientas imprescindibles del dispositivo ideológico de la participación ciudadana. Son artefactos que van posibilitando un determinado tipo de “ciudadano legítimo”, con unas determinadas formas de participación válidas y, con ello, una determinada gramática de relación con los demás y de resolución de problemas comunes. En este sentido, observamos una tramitación de lo político por la vía de su moralización.

En un primer lugar, desde los enunciados del GCBA, algo que se destaca rápidamente es el uso recurrente de la figura del “vecino” por sobre otras posibles para referirse a lo que comúnmente puede ser denominado como “la población” o, más vulgarmente, “la gente”. Comprendemos que esta figura del “vecino” se distancia de la del “ciudadano”, que según John Holloway ya implicaba una clara expresión de la libertad y la igualdad formales en las que se basa el Estado burgués (Holloway, 1999). Pero aún aceptando junto a Holloway que “el concepto de ciudadanía se basa en una abstracción de las relaciones de producción” y, por ende, en la separación de lo político y lo económico, y que “la administración pública es sobre todo un proceso de redefinición de la lucha de clases en términos de la demanda de los ciudadanos y de apropiación de las respuestas a esas demandas” [p.34], podemos afirmar que el “ciudadano” implicaba un universal de igualdad y de derechos que el “vecino” licúa. El “buen vecino” es un consumidor que adquiere un servicio de ciudad, que se conecta y participa junto a otros individuos, de forma aislada y esporádica, en pos de determinados objetivos comunes, pero sin conformar ningún colectivo.

Debido a esta cuestión, podemos entender que los centenares de propuestas volcadas en la plataforma de *BA Elige*, las cuales se predisponen para ser votadas, se constituyen en un enjambre de propuestas prácticamente idénticas. Ese efecto, el del “enjambre”, es algo que Byung-Chul Han destaca al referirse al paso de una sociedad de masas a un “enjambre digital” (Han, 2014), en la cual el culto al perfil individual se impone por sobre las representaciones colectivas. “Vamos los vecinos”, por su parte, se abre paso hacia un “vecino-jugador”, uno que puede jugar en equipos demarcados por cuadras con el objetivo de alcanzar una meta (un premio) que implica, al fin de cuentas, un beneficio personal. Esta reconfiguración de la ciudadanía se relaciona estrechamente con un proceso de neoliberalización más amplio y con la emergencia de subjetividades neoliberales, entendidas éstas como subjetividades de la competencia y el rendimiento.

El “vecino” implicado en estos programas, entonces, no es cualquier vecino. Se delinea una identidad de “vecino” legítimo, un “buen vecino”, frente a otros posibles que no colaboran ni con la “buena convivencia” ni con “la transformación entre todos” de la ciudad. El “buen vecino” respeta las normas y las hace respetar. Esa es la propuesta de *Vamos los vecinos*, al permitirle a los participantes calificar la conducta del policía de la cuadra y/o de los choferes de colectivos. Además, es alguien que controla y fiscaliza y está atento a lo que hacen los otros vecinos. El “buen vecino” puede proponer sus ideas y votar las de los demás para “mejorar la ciudad” de forma individual, directa, rápida y cómodamente mediante una plataforma digital, sin necesidad de recurrir a tediosas reuniones, a intermediarios sospechosos ni a discutir con otros. El “buen vecino” se autogestiona.

En este punto es importante pensar en la diferencia entre “conectividad” y “lazo social”. El “buen vecino” se conecta, pero conectarse es una práctica individual y aislada que no propicia el encuentro con los otros. El lazo social, entonces, es entendido como un encuentro incómodo con lo otro. Un otro que nos constituye al mismo tiempo que se torna imposible de que ese encuentro sea perfecto y armónico. Muy diferente a eso es la conectividad entre una comunidad de usuarios. Los mismos defienden sus intereses individuales y, eventualmente, pueden confluir con otros usuarios aunque no necesariamente. Esa confluencia, a su vez, será esporádica, eventual. Por el contrario, el encuentro con un otro bajo la lógica del lazo social implica establecer relaciones más complejas.

Con todo esto, podemos afirmar que la lógica del concurso y de la competencia junto a lo recurrente del significante “gratis” para describir los premios que se ofrecen, dan cuenta de que la configuración discursiva que se pone en juego aquí construye ideológicamente una figura de “ciudadano” como “cliente” o “consumidor”. Precisamente, como uno que se encuentra dentro de un juego. De esta manera, el “buen vecino” consume el servicio de ciudad y por eso puede participar por importantes descuentos. Junto con esto, una idea sintetiza la operación de constitución de esta figura, la que indica que “a la ciudad la hacemos entre todos”. Ese llamado interpela al “vecino” en función de un ideal de “solidaridad” y de “responsabilidad ciudadana” que implican la capacidad de auto-organización y autogestión de determinados asuntos públicos, como por ejemplo, la limpieza de la ciudad.

Esta cuestión de lo “autogestivo” es notoria en los concursos “Buenos Choferes” y “Policías Cercanos” en donde, ahora, el “vecino” debe funcionar como una suerte de contralor de la buena conducta y la eficacia de los mismos. El hecho de que se trate de controlar por la vía positiva, es decir, informando la buena conducta y no denunciando la mala, no le quita el carácter controlador. La idea de que cada uno pueda constituirse en un nodo autogestivo de control implica una constitución ciudadana en donde, por un lado, el “vecino” es co-protagonista o partícipe de una lógica de Estado-policía, pero por otro, cierta desresponsabilización del Estado en sus tareas de gestión (de la limpieza, del control de choferes, del control de la policía, etc.) y la transferencia de esa responsabilidad a un ideario “solidario” (una cierta moral) que involucra a todos los “vecinos”. De esta manera, lo que se pone en juego aquí es una ideología particular de la “participación” ciudadana y de la ciudad en sí misma, una ciudad que se consume, que se merece, que se constituye en un determinado “beneficio”, en oposición a otras posibles concepciones y prácticas de “ciudad”.

**El sujeto de la “participación” y lo público**

Establecimos que los programas analizados pueden ser considerados como parte de un dispositivo de interpelación ideológica, con una función específica que ya fue definida por Althusser (1970), como “la constitución de individuos concretos en sujetos”. Como dispositivos, tienen un aspecto performativo, que indica que “participar es elegir”, “participar es votar” o “participar es limpiar la vereda”, pero esto no tiene que ver con una originalidad del programa, sino con un orden simbólico ya establecido. En ese sentido, como explicó Alhusser, “la ideología ha interpelado siempre-ya a los individuos como sujetos” (Althusser, 1970). Y como ya dijimos, esas elecciones que realiza el participante en la plataforma son individuales y no hay un proceso grupal de selección de las mismas.

A través de los programas elegidos, intentamos explicar cómo la “participación” se ha neoliberalizado. Para ello se tuvo en cuenta dos aspectos, el primero ligado a la despolitización de la ciudadanía y a la neutralización de los conflictos y el segundo que se caracteriza por la eliminación de la discusión de los derechos y su reemplazo por la puesta en valor de los deseos. Algunos autores analizaron estos efectos en un sentido más amplio sobre la política, cuya consecuencia es la *desdemocratización*. Es así como Balibar sostiene que “el neoliberalismo no es sólo una ideología, es una mutación de la naturaleza misma de la política, producida por actores que se sitúan en todos los ámbitos de la sociedad” (Balibar, 2013).

Por otra parte, si consideramos la enunciación del programa *BA Elige* a través de sus spots, las escenas construidas transcurren en espacios públicos y presentan acciones cotidianas –por ejemplo, pasear un perro, sentarse en un banco de plaza o andar en bicicleta- de individuos. A su vez se incluyen planos subjetivos, para simular a quien está viendo la pantalla de celular o algún espacio que quiere modificar con su propuesta. Lo que tienen en común estos enunciados publicitarios es que privilegian el uso del espacio público de modo individual. En este sentido, al decir de Caletti, “el espacio público y su ocupación supone la (auto) construcción virtual de la sociedad en su visibilidad, y de acuerdo con los recursos disponibles para erigirla: bares, paseos, clubes y tecnologías de comunicación incluidas” (Caletti, 2007).

Lo público, así presentado, se despolitiza, porque no hay ideas contrapuestas o debates, mucho menos la posibilidad de emergencia de subjetividades políticas. A su vez, el Estado no resulta representado ni por sus instituciones, ni por sus agentes. De este modo, se presenta un vínculo no mediado entre la ciudadanía y lo público. También, el escenario dispuesto es un espacio público sin fallas ni desigualdades. Se despliega entonces una subjetividad neoliberal, donde lo público adquiere la forma de un mercado donde es posible elegir. La participación consiste en ofrecer una propuesta en un “mercado de propuestas” o “comprar propuestas” como modo de elegirlas con un presupuesto acotado. De este modo la participación pasa de ser una práctica a un “servicio”. Por otra parte, el participante deja de ser un actor y pasa a ser un “consumidor”.

En la mayoría de los spots que “venden” la experiencia de participar, se observa a personas caminando por la calle y desde su celular apoyan propuestas de *BA Elige* y a medida que lo hacen van apareciendo en la escenografía de la ciudad, por ejemplo, bancos de plaza, paneles solares, una parada de colectivos. En este sentido la operación ideológica consumista se desplaza de la plataforma al espacio público. Éste se configura como una extensión de la plataforma. Resulta muy llamativo este aspecto de los spots publicitarios porque parece jugar con la idea de “realidad aumentada”. La misma se explica como la posibilidad de que los dispositivos digitales y la realidad circundante interactúen y se influencien mutuamente, generando un entorno nuevo. Y esta representación de lo público parece estar homologando el espacio de lo público con la lógica de las redes sociales. Participamos del mismo como lo hacemos en esos entornos digitales.

**Conectados y divertidos**

Suele abordarse el uso de tecnologías digitales en torno a la administración y la gestión de lo público desde su aspecto de facilitador del control social. Así, la utilización de cámaras de seguridad y, ahora, la inteligencia artificial implicada en el reconocimiento facial, por ejemplo, resultan casos paradigmáticos en ese sentido. Sin embargo, aquí nos centramos en otros aspectos del uso de estas tecnologías, los que se relacionan con la dimensión ideológica y con las subjetividades a las que da lugar.

En principio, las tecnologías parecen estar cubiertas por un halo “despolitizador” que otorgaría legitimidad y “transparencia”. El filósofo Byung-Chul Han afirma que la idea de “transparencia” asociada a las nuevas tecnologías digitales es la de poder incidir o ejecutar directamente sin mediaciones (Han, 2014). A su vez, que la “sociedad digital” contemporánea propicia el aislamiento de las personas, potencia un mayor individualismo al exacerbar, como ya dijimos, el culto al perfil personal y facilita una temporalidad del mero presente ante el intercambio y el acceso instantáneo y efímero de informaciones. Para Han ha entrado en declive la *sociedad de masas*, y con ella, el peso de la conformación de multitudes con un discurso acerca de lo común. Según el autor, “lo que caracteriza la actual constitución social no es la multitud, sino más bien la soledad. Esa constitución está inmersa en una decadencia general de lo común y lo comunitario” *(p.32).*

Ahora bien, además de esta cuestión, las tecnologías digitales también implican cierta degradación de lo humano. Somos seres demasiado falibles, incluso, poco confiables. Por ese motivo, las tecnologías digitales actuales nos prometen una mejora sustancial en los distintos órdenes de nuestra vida, un creciente perfeccionamiento. El discurso tecnológico actual en torno a lo digital retoma en gran medida el discurso del progreso indefinido de la modernidad. Esto es algo que destaca Éric Sadin, al afirmar que la visión de mundo dominante actual, la cual se va propagando como una nueva colonización, es la visión de Silicon Valley (Sadin, 2018) , la meca del desarrollo tecnológico actual por excelencia. Esa visión supone que a través de las tecnologías se pueden mejorar todos los aspectos de la vida. “De ahora en adelante –dice Sadin- lo que prevalece es la extrema liviandad de los dispositivos y la reactividad algorítmica, favoreciendo el acceso a todos los saberes del mundo, el crecimiento de la ´autonomía individual´, la instauración de ´estructuras colaborativas´, la puesta en concordancia robotizada y oportuna de toda cosa con otra” [p.99].

Un concepto interesante que elabora Sadin es el del “individuo tirano”, aquél que, con el uso de las tecnologías, puede modular la realidad conforme a sus preferencias personales. En este sentido, la lógica algorítmica de los dispositivos que utilizamos a diario van configurando los mismos conforme a nuestros consumos, nuestras elecciones y preferencias. Por ende, en la interacción con la realidad que implican, esa modulación impacta en nuestras experiencias cotidianas. ¿Acaso este aspecto no se ve reflejado en los spots publicitarios de *BA Elige*, los cuales nos invitan a modular la ciudad según nuestras particulares preferencias, representando el entorno público como una extensión de lo que se puede hacer a través de un dispositivo digital?

Ahora bien, otro aspecto importante en torno a las plataformas es el de la conectividad. La investigadora holandesa, José Van Dijk, en su obra “La cultura de la conectividad” (Van Dijk, 2016) ofrece una visión interesante al respecto. Allí describe detalladamente el funcionamiento de las principales “medios sociales” –Facebook, Twitter, YouTube y Flickr- para dar cuenta de qué manera funciona esa “cultura de la conectividad”. Ella considera que a través de estas plataformas se construye un modo de “socialidad online” que incluye varios aspectos de la ideología neoliberal. Allí se distingue, por ejemplo, el modo en que compiten los usuarios a través de la calificación de sus publicaciones. También provee conocimiento actualizado para comprender cómo se construyen los regímenes de visibilidad en entornos digitales. Sobre estos últimos destaca su apariencia de plataformas neutrales y critica el modo opaco en que indexan la información para maximizar ganancias. Por último, además de adjudicarles un fin comercial, también los concibe como dispositivos ideológicos, sobre todo a partir de la difusión que han hecho de la “ideología de compartir”.

Estas cuestiones deben ser comprendidas, a su vez, con una última característica que destacamos y que implica cierto aspecto lúdico en la utilización de dispositivos digitales. La participación en “medios sociales” es, en algún punto, una forma de juego, en la que se pueden expresar cosas (ponerlas en juego al “postear”) y obtener reconocimiento por ello (ganar “likes”). En definitiva, la “transformación entre todos” de la ciudad también puede ser algo divertido, además de dinámico, rápido y cómodo. *Vamos los vecinos* lleva esta idea a lo explícito al conformarse directamente como un concurso. *BA Elige*, desde otro lugar, también se ofrece lúdicamente, como una suerte de concurso de popularidad bajo la forma de haber logrado la propuesta más votada. La participación implicada en estos programas, entonces, en gran medida es la de la competencia.

# El desarrollo de medios digitales interactivos es un fenómeno que se ha expandido en las últimas décadas reemplazando y transformando significaciones y prácticas vinculadas a lo político y “lo público”. En lo que respecta los casos analizados, el hecho de que estén mediados por este tipo de entornos, le agrega algunos componentes que resulta necesario describir. Aquí no se busca realizar una taxonomía respecto de lo analógico y lo digital vinculado a la participación. Ni tampoco indagar si se trata de una participación falsa o verdadera. Se pueden dar a conocer entonces, algunas notas distintivas del modo de operar de dicha plataforma como dispositivo ideológico. Para ello es interesante tomar en cuenta lo que propone Carlos Scolari y que el autor toma prestado de Jesús Martín-Barbero, en lo que tiene que ver con el modo en que se producen los cambios culturales, como un proceso de tránsito. Scolari explica el paso de la sociedad de masas a una sociedad posmasiva, en referencia a las “hipermediaciones” (Scolari, 2008) de nuestra época. En ese lugar que ocupaba hace dos siglos la prensa hoy ubica a las interfaces de los entornos digitales interactivos. Como sugiere el autor, es necesario desplazar la mirada de los medios digitales hacia las “hipermediaciones”, para ver los procesos de intercambio simbólico que allí se realizan. Es decir, a través de estas interfaces e hipertextos se construyen y moldean culturas, incluso las participativas.

# **Los dilemas de la participación segmentada**

# Los programas aquí analizados apuntan a segmentar públicos a través de estrategias diferenciadas. En *BA Elige* la participación se encasilla en una grilla conformada por las categorías en las cuales se organizan las propuestas -innovación, educación, cultura, plazas y parques, movilidad y tránsito, mascotas, reciclado, deportes y calidad de vida, ferias y mercados, arte urbano y seguridad- y el cruce con las 15 comunas de la Ciudad de Buenos Aires, aunque también existe la posibilidad de proponer y votar para toda la ciudad. En cada combinación, la segmentación continúa por caminos heterogéneos, por ejemplo para el deporte en una comuna se subdivide en disciplinas (running, ciclismo, vóley) o a nivel territorial (en una plaza, parque o zona). Por su parte *Vamos los vecinos*, también hace un recorte orientado a quienes se preocupan por la seguridad, el transporte o la limpieza.

# La estrategia de de la segmentación es propia del marketing. En el dispositivo ideológico analizado, desplegado en un entorno digital, podemos asumir que el microtargeting -target, o población objetivo para la actividad publicitaria- resulta un medio y a la vez un fin. No obstante su efectividad merece ser puesta en cuestión. No solo por el magro nivel de adhesión que presentan estas iniciativas, sino por lo que dejan afuera. Es decir la promoción de la participación, a través de la visibilización de un puñado de dimensiones de “lo público”, no suplanta la totalidad. Pero por sobre todo, no resuelve su aspecto conflictivo, su politicidad y su tramitación como hecho colectivo.

# Los programas *BA Elige* y *Vamos los Vecinos* no pusieron en juego una estrategias tendientes a democratizar a la ciudadanía. Tampoco ha contribuido a la deliberación en torno de lo público. Los entornos digitales podrían dar lugar a intercambios fructíferos y permitir que sectores postergados tomen la palabra. Sería imprescindible para ello una política democrática previa abierta participación de los “sin parte”, al decir de Jacques Rancière. Pero siguiendo el razonamiento del autor, el dispositivo ideológico de la participación ciudadana corresponde a un orden policial, donde la distribución de lo común ya está predefinida (Rancière, 1996). Por lo tanto, dichos programas son funcionales a un dispositivo correlativo al orden neoliberal dominante.

# *Vamos los vecinos* y *BA Elige* fueron implementados en un contexto de proyecto político neoliberal, que ha triunfado en las elecciones de 2015, tanto a nivel distrital, como a nivel nacional a través de alianza “Cambiemos”. En la Ciudad de Buenos Aires resultó electo como Jefe de Gobierno Horacio Rodríguez Larreta, como continuidad del proyecto de Mauricio Macri, actual presidente de la Nación. Este año, este proyecto ha sido derrotado a nivel nacional en las elecciones correspondientes en las elecciones Primarias Abiertas Simultáneas y Obligatorias (PASO). Resulta una incógnita cuál será el resultado porteño. Es posible que después de doce años haya un cambio de signo político en el gobierno.

Aún no se ha presentado una participación ciudadana en clave política, que modifique el actual estado de cosas, al decir de Rancière, “por la institución de una parte de los que no tienen parte” (Rancière, 1996). Lo que se vislumbra es el rechazo a las políticas del actual proyecto de gobierno. Recientemente una mayoría ha expresado su rechazo y todas sus voluntades tendrán que encontrar su cauce.

**Bibliografía**

Althusser, Louis. En: Ideología y aparatos ideológicos de Estado. Freud y Lacan, Nueva Visión. Buenos Aires (1970).

Althusser, Louis. “Marxismo y Humanismo”, en La revolución teórica de Marx. Siglo XXI Editores, Bs.As. (2011).

Balibar, Etienne En: Ciudadanía, Adriana Hidalgo, Bs As. (2013).

Caletti, Sergio. “Decir, autorrepresentación, sujetos. Tres notas para un debate sobre política y comunicación”. En Revista Versión, número 17, UAM-X, pp.19-78. (2006).

Caletti, Sergio, en “Repensar el espacio de lo público”. Un esbozo histórico para situar las relaciones entre medios, política y cultura, publicado en Boletín de la Biblioteca del Congreso de la Nación N°123. Buenos Aires (2007)

Han, Byung-Chul. En el enjambre. Ed.Herder. Buenos Aires. (2014).

Holloway, John. “La ciudadanía y la separación de lo político y lo económico”. Ed.Mimeo. (1999).

Pêcheux, Michel. “Discurso e ideología(s)” en Las verdades evidentes. Ediciones del CCC. Buenos Aires. (2016).

Rancière, Jacques en “El desacuerdo”. Editorial Nueva Visión, Buenos Aires (1996)

Sadin, Éric. La silicolonización del mundo. La irresistible expansión del liberalismo digital. Caja negra editores. Bs.As. (2018).

Scolari, Carlos. Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Editorial Gedisa. Barcelona, España (2008).

Van Dijck, José. En: La cultura de la conectividad, Una historia crítica de las redes sociales. Siglo XXI Editores, 2016. Buenos Aires (2016).