



El concepto de inseguridad en las campañas electorales latinoamericanas. El caso del PRO en la Ciudad de Buenos Aires (2007-2011)

The Concept of Insecurity within Latin American Campaigns. The PRO in Buenos Aires City as a Case Study (2007-2011)

Mercedes Calzado^(*)

Instituto de Investigaciones Gino Germani,
Universidad de Buenos Aires - Argentina
calzadom@gmail.com

Vanesa Lio^()**

Instituto de Investigaciones en Humanidades y Ciencias Sociales,
Universidad Nacional de La Plata - Argentina
vanesa.lio@gmail.com

Mariana Fernández^(*)**

Instituto de Investigaciones Gino Germani,
Universidad de Buenos Aires - Argentina
mcf.mariana@gmail.com

Resumen

A partir de 2008, el delito se convirtió en el principal problema social para los ciudadanos latinoamericanos. Como

Abstract

Since 2008, urban safety and crime have been considered as the main social issue by Latin American citi-

consecuencia, la batalla contra la inseguridad se transformó en uno de los motores de la gubernamentalidad y las campañas electorales se centraron, con frecuencia, en discursos sobre el miedo. El trabajo propone identificar, a partir de un caso de estudio, algunas variables de la comunicación política en el contexto de las sociedades de seguridad. Para ello, se analizaron piezas comunicacionales de las campañas de 2007 y 2011 del actual partido de gobierno en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. ¿Qué tipo de subjetividad se promueve? ¿Cuál es el rol asignado al Estado? ¿Cómo se describe la seguridad? ¿Qué características permiten describir al ciudadano-víctima? El artículo indaga acerca de los modos de interpelación a la ciudadanía, las características de enunciación de la seguridad y la imagen que asume el Estado en momentos electorales.

Palabras claves: comunicación política, seguridad, victimización, gobierno, caso de estudio.

zens. As a consequence, the battle against the phenomenon of urban insecurity became one of the most used governmentality strategies and political campaigns were focused around discourses of insecurity and fear. This paper aims to identify, from a case study, some political communication variables in the context of the security societies. To do so, a set of communication pieces from Buenos Aires City's governing party 2007 and 2011 campaigns were analyzed. What kind of subjectivity is promoted? How is designed the role of the State? How is the security described? Which characteristics allow describing the citizen as a victim? Guided by the former questions, this paper investigates about modes of interpellation to citizenship, the enunciation of safety characteristics and the image assumed by the State during election times.

Keywords: political communication, security, victimization, government, case study.

Sumario: 1. Introducción. Delito y sentimiento de inseguridad en América Latina; 2. El caso de estudio: la Ciudad de Buenos Aires y su contexto socio político; 3. Campaña 2007: "Estaría bueno ser bueno"; 3.1. Vecinos protegidos; 4. Campaña 2011: "Tenemos que seguir juntos"; 4.1. Temores difusos; 5. Conclusiones; Bibliografía.

1. INTRODUCCIÓN. DELITO Y SENTIMIENTO DE INSEGURIDAD EN AMÉRICA LATINA

La agenda mediática y política de la Ciudad de Buenos Aires se encuentra desde hace dos décadas teñida por el escenario de violencia urbana. A pesar de no ser procesos necesariamente vinculados, la circulación de las noticias sobre inseguridad se profundizó en el mismo

período en que se puso en marcha la autonomía de la Ciudad con las elecciones a Jefe de Gobierno y constituyentes en 1996. En medio del alza de denuncias de crímenes violentos y otros de menor intensidad, los escenarios electorales locales desde el inicio de la autonomía porteña se han encontrado teñidos de proclamas de seguridad.

Después de subir de manera sostenida desde 1993, en 1997 la tasa de homicidios cada 100 mil habitantes a nivel nacional llegó a 9.0, un pico que se repitió en 2003 según datos oficiales del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación (2009). Si bien desde 2003 las denuncias de delitos contra la propiedad y las personas, así como los homicidios, han descendido (pese a algunos incrementos en los últimos años), lo cierto es que el alza de las dos últimas décadas no llegó a modificarse sustantivamente. Algunos estudios realizados recientemente dan cuenta de que la preocupación por la inseguridad no es un reflejo de la victimización, afirmación interesante para analizar la realidad porteña. Autores como Kessler (2009, 2011) consideran que el miedo al delito se produce con autonomía relativa de los índices de criminalidad y una fuerte influencia de los medios de comunicación masiva en la generación de predisposiciones de alarma. La autonomía entre la percepción de miedo y la criminalidad se reflejan en la variación de las tasas de victimización entre 2003 y 2011 a nivel regional y local. Así, aunque entre 2003 y 2007 el delito no creció, la violencia urbana se ubicó como la mayor preocupación en 2008 según los últimos datos oficiales proporcionados por el Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación. Con datos más actuales, el informe de 2011 de Latinobarómetro repite esta tendencia: en Argentina el problema principal para la ciudadanía es el par “delincuencia/seguridad pública” (Lagos y Dammert 2012).

Esta preocupación, vale destacar, se repite en prácticamente toda la región. La encuesta, realizada por Latinobarómetro en 18 países de América Latina, indica que en 2011 el 28% de los encuestados de la región identifican la “seguridad urbana y el crimen” como la mayor preocupación que deben afrontar sus países. Si a ello se le suma la categoría “violencia y delincuencia” el nivel de preocupación alcanza el 32%. La encuesta muestra que en la región el problema principal sigue siendo el económico. Sin embargo, desde la perspectiva de la percepción ciudadana, los ítems económicos están verbalmente expresados de diferentes formas mientras que el problema que adquiere mayor consenso verbal es “crimen”. El

crimen y la seguridad urbana aparecen en el tope de las preocupaciones sociales en 11 de los 18 países, con niveles que van del 20% en Perú al 61% en Venezuela. La percepción del crimen como el problema más relevante es menor en Nicaragua y Brasil con el 3% y el 7%, respectivamente. Ubicada en el medio de la tabla, Argentina aparece con el 34% (Latinobarómetro 2011). El desempleo toma el segundo lugar en la agenda regional con una media de 16%, seguido por la economía y los problemas económicos (12%). El crimen y el desempleo dominan la agenda de los países latinoamericanos durante la última década aunque en estos puntos surgen importantes cambios de lugar. La relevancia del crimen mostró un alza sustantiva, alcanzando el mayor nivel en 2011 (un punto arriba de 2010) mientras que el desempleo ha tendido a disminuir: en 2011 alcanzó el 16%, tres puntos por debajo de 2010.

Por su parte, la Ciudad de Buenos Aires es un territorio con una amplia distancia entre temor y denuncias. Las cifras establecidas por el Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación, en base a denuncias ante las agencias policiales y judiciales, muestran que en la Ciudad de Buenos Aires la tasa anual de homicidios dolosos en 2008 fue de 4,57 casos cada cien mil habitantes, lo cual representa un porcentaje menor al del promedio del país, que era de 5,8 en el mismo año. Según los datos comparativos entre distintas ciudades del continente publicado por el Ministerio de Justicia de la Nación, Buenos Aires tiene una tasa de homicidios (4,99 cada 100 mil habitantes) más baja que New York (5,6), Montevideo (6,4), México DF (8,44), Santiago de Chile (9,56), San Pablo (11,18), Washington (23,84), Bogotá (31,7) y Río de Janeiro (39,7). Sin embargo, en las encuestas el temor al crimen parece ser el problema más repetido por los habitantes de la Ciudad. En esta línea, los datos de mayo de 2013 producidos por la consultora *Analogías* revelan que la seguridad es el principal problema para más del 60 por ciento de los habitantes de la Ciudad de Buenos Aires.

En este escenario regional y local, algunas de las campañas electorales a Jefe de Gobierno y a Presidente de la Nación en Argentina, así como en las elecciones de medio término, estuvieron durante los últimos años marcadas por la discusión en torno de la necesidad social de intervenir frente a la inseguridad. Uno de los partidos políticos que desarrolló esta silenciosa guerra por la paz en el escenario político argentino es Propuesta Republicana (PRO), una alianza de tendencia liberal-

conservadora surgida en 2005 bajo el liderazgo del empresario local Mauricio Macri. En diciembre de 2007, el partido llegó al poder luego de imponerse frente a su principal oponente, el Frente para la Victoria (FPV), en las elecciones para Jefe de Gobierno local. La primera campaña de Mauricio Macri a Jefe de Gobierno en 2007 estuvo fuertemente teñida por las definiciones en torno a la seguridad. Desde su primera gestión la cuestión securitaria adquirió una amplia dimensión publicitaria y práctica: se puso en marcha la Policía Metropolitana y se profundizó el sistema de cámaras de seguridad en territorio porteño. En cambio, la batalla discursiva contra el riesgo y cómo intervenir frente al miedo latente en la ciudad no fue uno de los motores más utilizados en la campaña de 2011. Si bien es discutible que los ejes de campaña constituyan una representación “fiel” de las demandas del conjunto de la ciudadanía, un acercamiento a sondeos realizados en los períodos de gestión antedichos permite rastrear si en la transformación del discurso de Unión PRO en torno a la seguridad además del contexto electoral intervienen las variaciones de los índices delictuosos.

En este contexto, este trabajo se propone indagar: ¿Qué relación hay entre las discursividades de inseguridad y el voto que permitió a Mauricio Macri obtener consecutivamente el gobierno de la ciudad? ¿Qué diferencias y regularidades presentan las campañas de 2007 y 2011 del partido Propuesta Republicana en torno a la emergencia securitaria y el castigo penal? ¿Cómo se escenificó en cada período el miedo de la ciudadanía en las estrategias de la comunicación política? ¿A quiénes se construyó como adversarios y a quiénes como destinatarios privilegiados? ¿El rol del Estado construido resultó invariable o se adecuó al contexto electoral?

A fin de reflexionar sobre estos elementos, el objetivo central del artículo es analizar comparativamente las estrategias comunicacionales de Mauricio Macri durante las dos elecciones en las que resultó elegido a nivel local: la elección a Jefe de Gobierno que le confirió por primera vez el mando de la administración porteña en 2007 y la elección de 2011 en la que volvió a ganar. Para ello se recurre al análisis discursivo de un conjunto de spots audiovisuales producidos durante ambas campañas electorales del PRO en la Ciudad de Buenos Aires y un conjunto de materiales de campaña 2.0 relevado en los sitios Web del candidato y de su partido político.

Se parte del supuesto según el cual, en las sociedades inseguras, la lucha contra el crimen supone la circulación de discursos que legitiman un modo de gobernar basado en el imperativo del orden y la responsabilidad individual. Sin embargo, las estrategias de la comunicación política varían según se esté en el gobierno o se pretenda arribar a él. Cuando esto último sucede, la inseguridad es un elemento discursivo prioritario por la fuerte repercusión social que el problema genera en la sociedad. En cambio, cuando la campaña involucra a políticos ya en ejercicio del poder, la guerra se torna más silenciosa y repercute como un murmullo en la paz.

Se comienza recuperando brevemente el proceso de constitución de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y las particularidades del caso de estudio. En segundo lugar, se enmarca el análisis en una reflexión más amplia acerca de la forma de gubernamentalidad que impera en nuestras sociedades contemporáneas, denominadas por Foucault (2006) como sociedades de seguridad a partir de algunos elementos conceptuales sobre la guerra y la paz en las ciudades occidentales. Luego, se analizan los resultados de la investigación recuperando las características de las campañas a Jefe de Gobierno de Mauricio Macri en 2007 y en 2011 en torno a los ejes de victimización, riesgo y gubernamentalidad. Finalmente, se elaborara un conjunto de conclusiones sobre los modos de interpelación a la ciudadanía, las características de enunciación de la seguridad y la imagen que asume el Estado en momentos electorales.

2. EL CASO DE ESTUDIO: LA CIUDAD DE BUENOS AIRES Y SU CONTEXTO SOCIO POLÍTICO

La Ciudad Autónoma de Buenos Aires, capital política de la República Argentina, representa la mayor área urbana del país y una de las más importantes de América Latina. De acuerdo al último Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas (2010), el número de habitantes de la Ciudad está estimado en alrededor de 2,9 millones de habitantes. Sumado al aglomerado urbano que conforma el denominado Gran Buenos Aires, este número asciende a 12,8 millones.

Si bien la Ciudad fue fundada en 1580, la autonomía de su gobierno le llegará recién tras el proceso de reforma de la Constitución Nacional de 1994. Desde entonces, constituye uno de los veinticuatro distritos que

conforman el país, con una constitución y poderes ejecutivo, legislativo y judicial propios.

Tanto el Poder Ejecutivo (PE) como el Poder Legislativo (PL) de la Ciudad son elegidos mediante voto directo de la población. Las elecciones para Jefe de Gobierno (titular del PE), se realizan cada cuatro años con un régimen de doble vuelta y posibilidad de reelección consecutiva por un solo período. Previo a la reforma constitucional, sin embargo, la Ciudad era gobernada por un Intendente, designado por el Presidente de la Nación con acuerdo del Senado.

En su joven historia de autonomía, la ciudad ha visto sucederse a sólo cinco Jefes de Gobierno que, en su mayoría, han pertenecido a partidos políticos de oposición respecto del gobierno nacional de turno, y no han sido representantes del peronismo (a excepción del breve período entre 2006 y 2007 gobernado por Jorge Telerman, quien debió ocupar el cargo debido a la destitución del entonces Jefe de Gobierno, Aníbal Ibarra).

En diciembre de 2007, asume su primer mandato como Jefe de Gobierno el empresario y político Mauricio Macri, líder y fundador del PRO, un partido político de reciente creación con una tendencia liberal-conservadora. El mandatario llegó al poder luego de imponerse en las elecciones con el 60,96 por ciento de los votos en segunda vuelta, ante Daniel Filmus, candidato del Frente para la Victoria (FPV). El FPV, al frente del Gobierno Nacional desde 2003, con Néstor Kirchner primero (2003-2007) y Cristina Fernández después (2007-2011 y 2011 a la actualidad), no pudo lograr anclar su poder electoral en un territorio habitualmente adverso para el Peronismo.

El 10 de julio de 2011 se volvieron a enfrentar Macri y Filmus. Al no alcanzar la mayoría absoluta requerida según la normativa vigente, Mauricio Macri debió someterse nuevamente a una segunda vuelta el 31 de julio de dicho año, en la que se impuso con el 64,25 por ciento frente a Filmus. Tres meses después, el 23 de octubre, el PRO de la Ciudad de Buenos Aires se volvió a imponer en las elecciones legislativas nacionales.

Durante su primer gobierno, Mauricio Macri recurrió a la puesta en marcha de una serie de políticas de seguridad que marcaron fuertemente su gestión. A través del denominado Plan de Seguridad, se instalaron

cámaras de seguridad y se fortaleció el poder de acción del Ministerio Público Fiscal. El fin: “Recuperar la Ciudad para los vecinos”.

Con este mismo objetivo previsto se encaró una de las más significativas apuestas de la gestión macrista en materia de seguridad: la creación de la Policía Metropolitana de la Ciudad de Buenos Aires. La fuerza comenzó a ejercer sus funciones en febrero de 2010 luego de no pocas disputas con el Poder Ejecutivo Nacional. Con anterioridad a esta medida, la Ciudad era jurisdicción de la Policía Federal Argentina, la cual ejerce aún las funciones de seguridad tanto en las cuestiones de carácter federal, como en acciones de patrullaje similares a las de la Policía Metropolitana.

Ahora bien, ¿en qué contexto se produce la llegada de Mauricio Macri al poder? El paradigma securitario al que se ha hecho referencia anteriormente eclosiona en Argentina luego del estallido social de diciembre de 2001, cuando el temor al delito se convierte en un importante factor de legitimación/deslegitimación gubernamental (Kessler 2009). Sin embargo, la inseguridad frente al delito venía construyéndose social y políticamente como un problema clave de los centros urbanos ya desde mediados de la década del noventa, en el marco del modelo neoliberal que caracterizó las políticas argentinas de esa época. Las transformaciones de esa década deben entenderse como parte de un proceso de reforma estructural del Estado, de profundas mutaciones de las relaciones sociales y de una creciente valoración del ámbito privado, asociado tanto al mercado como a la esfera personal de cada individuo (Oszlak 2003).

Comienza entonces a instalarse la idea de “crisis de inseguridad” a partir de la conjunción de un componente subjetivo (la “sensación de inseguridad”), y un componente objetivo, el aumento de los hechos delictivos identificados como “criminalidad en la calle” o “micro-criminalidad”, es decir, delitos contra la propiedad y las personas especialmente en el espacio público (Sozzo 2009). Como producto de ello, las crecientes demandas de seguridad en las ciudades se suman al proceso de descentralización gubernamental característico de las políticas de la década del noventa, que diluyen las responsabilidades estatales frente al delito y colocan a los gobiernos locales en un rol novedosamente protagónico frente a la cuestión de la inseguridad.

Este proceso ha estado acompañado, además, por la materialización del modelo preventivo en relación al delito en Argentina, cuya máxima expresión es el Plan Nacional de Prevención del Delito puesto en marcha de 2000. En el plano local, esto se vio especialmente reflejado en la implementación de estrategias de tipo situacional-ambiental con un fuerte acento en intervenciones en el espacio público y en prácticas de participación ciudadana, como en el caso del Programa de Prevención del Delito del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (véase Sozzo 2009; Calzado 2004).

El sentimiento de inseguridad guarda una autonomía relativa respecto al delito: si bien aumenta al incrementarse la victimización, una vez instalado como problema social ya no disminuye al ritmo de las tasas del delito (Kessler 2011). A partir de entonces, y más allá de las estadísticas delictivas, la lucha contra el crimen se consolida como elemento privilegiado en las agendas electorales también a nivel municipal y la inseguridad se presenta como una temática recurrente de las disputas políticas por el gobierno de las ciudades. Ahora bien, ¿cómo se expresa este cambio frente al delito que comienza a conformar el imaginario de la ciudadanía en las campañas del PRO en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires?

3. CAMPAÑA 2007: “ESTARÍA BUENO SER BUENO”

La frustración del compromiso incumplido, la voluntad de entablar acciones pospuestas y la pretensión superadora que el partido de Mauricio Macri se auto-atribuyó durante las elecciones de 2007 para impulsar que “esté bueno Buenos Aires”, su slogan de campaña, fueron los principales factores que presionaron (y contribuyeron a lograr) el cambio en el rumbo del gobierno local. La ciudad se presenta como un lugar riesgoso y el discurso electoral de la campaña de Macri en 2007 se acentúa en el lugar de la esperanza del futuro. Una esperanza posible, un deseo tangible.

De allí que la trama de discursos que identifican al candidato utilice el modo verbal potencial, concluyendo con la aserción del deseo concretado: “Estaría bueno que empezáramos a atender mejor a los que están enfermos, empezando por los hospitales. Estaría bueno no inundarnos cada vez que llueve porque así nos estamos inundando en un vaso de agua. Va a estar bueno Buenos Aires”.

El PRO enmarca el acto electivo como una oportunidad de protagonizar el juego de la democracia republicana y hacer valer la participación de los habitantes porteños, construyendo a conveniencia su propio posicionamiento electoral. En términos de Mauricio Macri:

“Pedirte una oportunidad sería mucho pero pedirte que vayas a elegir es pedirte que seas libre, que le cuentes a todo el mundo lo que pensás, que vuelvas a expresarte una y otra vez por tu idea, que digas de lo que estás cansado, que grites aquello de lo que no querés más, que te escuchen los que se hacen los sordos, que pongas un voto de confianza en lo que confiás”.

El valor de la libertad se erige por sobre los autoritarios, sobre los sordos. Ser libre es plasmar, temporalmente, nuestras ideas en el proceso electoral.

Los postulados son sencillos y no dependen netamente de la acción gubernamental, sino de todos y cada uno de los actos de la ciudadanía, de su compromiso y avenencia general: “Estaría bueno ser bueno. Estaría bueno decirse buenas tardes aunque no sean tan buenas. Estaría bueno empezar ahora y decirnos buenas noches todas las noches. Va a estar bueno Buenos Aires”. La idea de vecindad emerge como una responsabilidad activa de naturaleza general al servicio del equilibrio y el desarrollo de la comunidad. El pedido de colaboración para con la ciudadanía es permanente en la campaña. Así, Macri dirá en uno de los spot: “Somos la fuerza que más está creciendo y eso es porque usted se está dando cuenta”. E instará a los electores diciendo: “El domingo le pido por favor: vayamos a votar” y “el tres depende de vos, después del tres es por vos” (en relación a la fecha de los comicios).

A la convivencia se le suma la apelación a los riesgos actuales sobre los que el Estado debería comenzar a intervenir. Peligros de los que nadie sería capaz de salvarse. “¿Quién usa las calles inundadas? Todos. ¿Quién camina por las veredas rotas? Todos”, los spot enumeran una infinidad de cuestiones que incomodan al ciudadano de a pie y destacan la necesidad de contar con una administración eficaz en detrimento de la “deficiente gestión anterior”. De este modo, los riesgos se identifican por doquier: en cualquier calle puede haber un bache en el que cualquiera de nosotros se puede tropezar. Cualquier lluvia puede ser la causa de una inundación en la

que los vecinos se enfrenten a un daño irreparable para sí o para sus pertenencias. En todas sus publicidades de campaña, Macri se encuentra acompañado por Gabriela Michetti, candidata a vicejefa de gobierno. Ambos se turnan para hablar, con lo que dan muestras de su capacidad de diálogo y escucha del otro. Destacan, además, que el PRO excede el carisma o la inteligencia personal de los políticos que componen la fórmula electoral: “No soy yo ni los que me acompañan, el PRO es una idea y una idea no son cuatro años ni un cargo, es que el país puede y tiene que volver a salir campeón”, dice Macri connotando su primera experiencia política como presidente del Club Atlético Boca Juniors en 1995. Él es efectividad, ya mostró una vez que puede hacerlo con un club de la envergadura de Boca e, incluso, transformarlo en un equipo de trascendencia internacional ¿Por qué no lograr los mismos resultados con la Ciudad?

3.1. Vecinos protegidos

El problema de la seguridad y el orden urbano es uno de los puntos centrales de la campaña de Macri en 2007. Ante el dictamen exhibido en uno de los spot sobre el peligro de “ser asesinado en cualquier momento o asaltado”, el PRO señala el déficit educativo como el factor sobre el cual es preciso operar en miras a revertir la delincuencia urbana: “Estaría bueno que aprendiéramos que con mayor educación habría menos inseguridad”.

La discursividad se sustenta en el presupuesto positivista según el cual el delito deviene de una multiplicidad de causas que actúan simultáneamente impulsando a los presuntos victimarios hacia la transgresión de la ley penal, entre las cuales la falta de instrucción suficiente ocupa un lugar central. Este axioma no se argumenta ni justifica más allá de sí mismo, funciona como una creencia generalizada y autoevidente que no necesita demostrarse.

Sin embargo, se puede señalar con Foucault (2010) que el problema de la inseguridad excede al factor educativo como condicionante de la violación a las normas y de la transgresión penal. Sus raíces remiten más bien al reacomodamiento en el discurso histórico del siglo XIX del modelo de la guerra predominante durante el siglo XVIII como analizador de las relaciones políticas y su reaparición como sostenedor del orden y de la seguridad: “En ese momento, surgirá la idea de una guerra interna como defensa de la sociedad contra los peligros que nacen en su propio cuerpo y

de su propio cuerpo”, revela Foucault (2010: 198). La guerra será un estado transitorio instrumentalizado desde el Estado en función del imperativo de la seguridad/ inseguridad.

En este marco, el delito no es más que un suceso prohibido, probable y de hábil regulación estatal: “Las definiciones establecidas de riesgo se convierten así en una varita mágica con la cual una sociedad anquilosada puede aterrorizarse a sí misma y, consecuentemente, activar sus centros políticos y politizarse desde dentro” (Beck, 2000: 12). El poder interviene sobre los índices delictuosos soliviantando los costos de la política criminal, gestionando series abiertas, extendiendo los beneficios del control social: “Se trata simplemente de maximizar los elementos positivos, que se circule lo mejor posible, y minimizar, al contrario, los aspectos riesgosos o inconvenientes como el robo, las enfermedades”, define Foucault (2006: 39). La característica de las nuevas regulaciones es la consciencia de la imposibilidad de suprimir los riesgos. En el marco de esa lógica, la guerra es la realización extrema de una enemistad entendida como negación de un ser diferente capaz de ser puesto fuera de la ley (Schmitt, 2001).

Ahora bien, pese a que enfatiza en la importancia de la educación en el proceso de integración social, la campaña del PRO no propone corregir la conducta delictiva sino “que los que te roben no puedan salir”. En las sociedades de seguridad, la política penal deja de regirse por modelos correccionalistas tal como lo hacía en la etapa disciplinaria (Foucault, 2006) y se supedita a la lógica de la neutralización e incapacitación penal. A partir de la emergencia del gobierno de la excedencia social, la pena deja de regirse por una lógica utilitaria y se convierte en un fin en sí mismo (Di Giorgi, 2005). “En un período muy corto se volvió común considerar el valor central de todo el «complejo penal-welfare» no sólo como un ideal imposible sino, mucho más radicalmente, como un objetivo político que no vale la pena tratar de alcanzar, incluso peligroso, ya que era contraproducente en sus efectos y equivocado en sus premisas”, establece Garland (2005: 42). El «endurecimiento» de la justicia penal es el principal compromiso que formula el PRO en materia securitaria para “poder salir tranquilo a la calle”.

Claro está, la política criminal propuesta no apunta a resguardar la seguridad de los ofensores sino la del resto de la ciudadanía. La muerte del delincuente no será ya un delito en las sociedades de seguridad, sino garantía de estabilización de los antagonismos en la ciudad. En la concepción

que el PRO tiene de la ciudad como espacio político, queda claro que hay un enemigo sobre el cual el Estado caerá con todos los dispositivos a su alcance: “el delincuente”. Como dijimos previamente, una de las cuestiones que “estarían buenas” es “que los que roben no puedan salir”. En la ciudad que propone el PRO, entonces, el enemigo está claramente identificado y se reactualizan las palabras de Schmitt cuando advertía que cada Estado genera “formas de proscripción, destierro, ostracismo, de poner fuera de la ley, en una palabra, de declarar a alguien enemigo dentro del Estado” (2001: 75). Si el Estado existe en tanto se configure un enemigo interno pasible de ser desterrado, el biopoder no puede pensarse sin su inherente aspecto tanatológico. No es superfluo entonces destacar que el Estado opera en esa dirección a través de “formas automáticas o de eficacia regulada por leyes especiales, formas abiertas u ocultas de circunloquios oficiales” (*Ibidem*).

Por su parte, añade el PRO, para que “todos” puedan tener «seguridad», ésta debe ser gratuita. La amenaza de castigo legal se presenta como la fuente principal de la disciplina y la internalización de la moral del riesgo, con lo cual es preciso extender cabalmente el control policial sobre el mapa local: acrecentar la cantidad de agentes, de patrulleros, mejorar el equipamiento técnico y garantizar la efectividad de las condenas. En las sociedades biopolíticas, la muerte del enemigo social constituye un mecanismo de purificación de la especie, signado por la intolerancia y el miedo.

Pensando entonces al miedo como una construcción histórica y cultural, es preciso plantear que el temor al delito se generaliza como eje medular de las campañas políticas desde la caída de las sociedades salariales que prevalecieron entre 1945 y 1970 en los países desarrollados y la consolidación del neoliberalismo a nivel mundial. Jonathan Simon (2011) contextualiza este escenario en la década del sesenta cuando, ante el desmoronamiento de las políticas de bienestar en Estados Unidos, la búsqueda de los dirigentes se comienza a situar en los discursos centrados en la guerra contra el delito. Asegura el criminólogo norteamericano: “Las campañas electorales para los cargos de alcalde, gobernador, procurador general y, sobre todo, presidente de la nación se han transformado, en parte, en una lucha por quién se muestra dispuesto a ir más lejos en su papel de acusador”. Y agrega: “Los mandatarios deben mostrar que se identifican con la experiencia de victimización delictiva y con el deseo de venganza que pro-

voca” (2011: 55). El ciudadano, en estos modos de interpelación, es una víctima del delito.

A través del empleo de la matriz de la acusación penal se amplifican y administran los miedos urbanos y se construye legitimidad político-electoral sobre la base no ya de la cuestión delictiva sino de la guerra contra la inseguridad: “Actualmente, estudios promovidos por los gobiernos analizan regularmente los niveles y el carácter de este temor, categorizando y midiendo las reacciones emocionales provocadas por el delito - temores concretos, temores provocados, inseguridad generalizada, ira, resentimiento- correlacionándolos con los patrones reales de riesgo y victimización”, determina en esta línea Garland (2005: 46). Las políticas gubernamentales no se centran necesariamente en el delito como un problema a gestionar, sino en el miedo a la delincuencia como principal prioridad. En épocas de campaña se intensifican los discursos alrededor del riesgo y se reavivan las capacidades imaginarias de intervención de un Estado ideal.

“¿Quién no ve las calles sin luz? Todos” (sic). Tal como se expone en el spot, una de las medidas securitarias a desarrollar por el PRO refiere a la incrementación de la iluminación en la vía pública. Al igual que se observa en la plataforma electoral, la propuesta consiste en duplicar el parque de alumbrado público en 4 años y ejecutar un sistema de poda continuo para evitar que se tape la luz. Esta última idea se basa en una política de prevención situacional importada de Estados Unidos, Gran Bretaña y Australia (Sozzo, 2000) a fin de prevenir acontecimientos pre-delictivos mediante la implantación de dispositivos de control socio-ambiental. Con lo cual, si bien hay apelaciones a la prevención social, la intervención del Estado pasaría por la efectividad de las acciones situacionales. La legitimidad de la gestión a realizar dependerá, entonces, del modo en que se exorcicen los riesgos que afectan a la ciudadanía en su experiencia habitual.

4. CAMPAÑA 2011: “TENEMOS QUE SEGUIR JUNTOS”

En la disputa de gobierno, saber pararse en el contexto, interpretar “la necesidad social” y elegir una estrategia de intervención oportuna puede bastar para desarrollar con éxito una campaña electoral. En una época donde cada apuesta engendra de por sí sus propios riesgos, el empleo de propuestas y significantes vacíos permite moverse sin asumir grandes

costos. A diferencia de lo descripto respecto de la campaña precedente, la estrategia del PRO durante la elección a Jefe de Gobierno en 2011 consiste en velar al adversario político marcando la diferencia que lo posiciona como superior a su competidor primordial, FVP ¿Qué es lo que lo destaca? Aquello que se estima en términos del grupo de votantes que compone su objetivo: la eficacia y racionalidad técnica de la gestión y el interés por el vecino.

La campaña de Mauricio Macri en 2011 se basa en la ambigüedad que suministra el slogan “Juntos venimos bien”, proposición que a primera vista no exhibe compromiso alguno. Más bien, implica una interpelación a la continuidad de una gestión que ya llevaba cuatro años al frente del Gobierno de la Ciudad. Como punto de arranque, la construcción discursiva de campaña busca anular las distancias entre candidatos y electorado: “Somos vecinos” y “la Ciudad nos une”, enuncian los spots macristas. El PRO procura no posicionarse como un partido político tradicional ni tomar parte en el auto-adjudicado papel de “hacer las cosas de otra manera”. Opta, en cambio, por construirse como una “fuerza joven” extendida a todo aquel capaz de involucrarse en la cuestión “vecinal” y sentir la insuficiencia de relegar la política a un sector profesional. En ese oxímoron yace su principal fortaleza.

Bajo una estética colorida, se consolida la figura del vecino, construida en las gráficas de campaña a partir de un nosotros inclusivo que envuelve una diversidad de actores: jóvenes, mujeres, ancianos, niños, militantes del PRO. Sujetos emprendedores, cansados de la conducción tradicional, “con ideas nuevas”, dispuestos a obedecer la anónima voz del líder: “Tenemos que seguir juntos”, “Te pido que votes por nosotros porque juntos venimos bien”. El lazo de unión que identifica al colectivo de pertenencia es esencialmente ciudadano y se hace consciente día tras día, en la convivencia cotidiana. La percepción que se fabrica da cuenta de una idealizada concepción comunitaria, un orden pacífico y armonioso donde no existe conflictividad, egoísmo (ni polémica). Un escenario pacífico en términos abstractos, pues desde allí se solapan las diferencias entre los actores y la enmascarada pero siempre presente pugna entre vencedores y vencidos.

Si bien la persuasión de la discursividad macrista en campaña se rige por vía de la antipolítica, el intento de borrar la figura del contradestinata-

rio, es decir el partidario de las ideas del adversario (en nuestro caso, la representación abstracta del FPV, Filmus y el Gobierno Nacional), acaba por develarlo en los propios cimientos que estructuran la identidad del nosotros. El paradesinatario –el “fuera de juego”, según Verón (1987), el que no es partidario ni adversario sino el indeciso hacia el cual se suele dirigir la campaña– es una suma de individuos unidos contra el modo actual de gobernar, que si no pertenece al gobierno porteño se deduce que alude a la administración nacional. En otras palabras, el discurso del PRO se enmarca en una mirada conservadora o republicana comúnmente caracterizada por cuestionar la falta de pluralismo, moralidad, honestidad, orden, entre otros tópicos enraizados en la matriz liberal. La decisión de no explicitar el contrincante conlleva la anulación de aquél con quien se prescinde confrontar.

La enunciación resalta que bajo la administración del PRO se viene llevando a cabo una política enraizada en el diálogo, la colaboración y la solidaridad vecinal. Por ello, al señalar la principal cualidad del candidato a diputado en las elecciones de 2011, Federico Pinedo, se destaca su empeño por hacer valer “la voz de todos”. Este procedimiento se asienta en un mecanismo de homogeneización entre el sujeto de la enunciación y el paradesinatario a partir del cual es posible la identificación del *nosotros*, los vecinos que “podemos” expresarnos libremente, a diferencia de *ellos*, que no poseen o valorizan de igual modo la cualidad de la palabra: en esa diferencia nos unimos. El ejercicio no afecta el juego, la efectividad está garantizada por la vacuidad simbólica. Dicho de otro modo, el macrismo no ostenta al adversario porque no requiere de ello para impulsar el mecanismo que estructura su campaña. Más bien se apoya en la idea de vecindad: terreno en el que se incluye y desde el cual disputa.

Sin embargo, es preciso comprender que esta última característica no es exclusiva del PRO sino que se enmarca en un entorno más amplio. Con el traspaso de las sociedades masivas a las mediáticas, el modo de hacer política que emerge no representa necesariamente un cambio de matrices sino de formas de fabricar consentimiento en base a las tecnologías de la enunciación mediática. Como sostienen Barreiros y Cingolani: “No hubo un momento en el que la política no haya sido espectacular, lo que sucede ahora es que también se ha vuelto mediática” (2007: 102). Por un lado, las estrategias de campaña se acomodan a la lógica del drama televisivo y de la velocidad de las nuevas tecnologías: los tiempos se acortan, los ritmos se

aceleran, los relatos afloran bajo la influencia de la agenda informativa. Allí se juega el éxito o fracaso de los mensajes transpuestos. Por otro lado, los medios asumen el carácter político que les concierne abandonando el discurso de la objetividad periodística mediante la construcción de discursividades adversativas.

Pero construir no es mentir. El proceso de producción discursiva parte de una serie de presupuestos de visibilidad puestos en juego en el montaje narrativo para lograr efectos de sentido que exceden la intencionalidad de sus productores (Vilches, 1989). La fuerza de los spot recae en el modo de hacer visibles las conceptualizaciones políticas promovidas. Sólo el develamiento del montaje puede evitar que el poder simbólico desmienta su arbitrariedad y se constituya en creencia. En ese sentido, no está de más apuntar la simplificación que implica mantener que “[...] la imagen es enemiga de la abstracción, mientras que explicar es desarrollar un discurso abstracto” (Sartori, 1998: 84). Si bien es cierto que la imagen genera percepciones predominantemente sensoriales (Mouchon, 1999), no “falsifica” la realidad ni necesariamente obstruye la reflexión: impone un punto de vista a partir de la utilización de distintas técnicas y recursos (ocultos o explícitos) dirigidos a seducir a la ciudadanía audiovisual.

En este sentido, se puede observar que aunque el discurso del PRO declara su preocupación por salvaguardar el “bienestar general”, las imágenes montadas no expresan esa explicación. Más bien, develan que el target del electorado interpelado no encarna a toda la sociedad; se reduce a la ciudadanía porteña perteneciente a los sectores sociales medios y altos. Las imágenes difundidas muestran personas de diversas edades reunidas en distintos ámbitos de la ciudad, como la puerta de un edificio donde se juntan a conversar. En el grupo se encuentra Mauricio Macri, que se sitúa en el mismo plano: es un vecino más. La tentativa de enfatizar los caracteres de los adherentes adopta tal prioridad, que vuelve superflua la vocación política del candidato y, más aún, las referencias a su personalidad. Los personajes se exponen elegantemente vestidos, sonrientes y divertidos, sin voluntad de rivalizar. Los discursos excluyen todo sujeto ubicado fuera de “nuestra normalidad”. Ese es el límite que define la política comunicacional de “Mauricio en la ciudad”. Los sujetos esbozados los spots no contemplan otro perfil más que el de un (si se quiere) “profesional” ciudadano porteño. Un vecino-víctima del autoritarismo del Estado Nacional y del miedo a lo

diferente. El mundo donde “todos queremos vivir” no concibe desviaciones.

4.1. Temores difusos

La campaña audiovisual de 2011 elude hablar de inseguridad desde la dimensión del miedo. Seguridad es gestión y eficacia. Uno de los únicos spots sobre esta cuestión es protagonizado por la candidata a Vice-Jefa de Gobierno, María Eugenia Vidal, quien asocia el concepto de seguridad con el deseo de que “nuestros hijos puedan ser lo que quieran ser”. El temor difuso de la ciudadanía se vuelve un dispositivo velado de gestión. Como sostiene Foucault (2004), desde principios de siglo XVII el enigma de nuestras sociedades securitarias ha sido “cómo limitar desde dentro el ejercicio de gobernar”. Los mecanismos de prevención se dirigen a todo daño potencial que resulte imprevisible en la población, entre los cuales la falta de “libertad” resulta un riesgo necesario.

Ahora bien, la administración de los riesgos valorados como tales no remedia la ansiedad de las víctimas: la información sobre la carencia de “libertad” y de seguridad urbana produce un sentimiento de victimización anticipado que cristaliza en el temor a la pérdida. Pues, si algo caracteriza a la sospecha es su carácter performativo: el riesgo tiene la forma de lo que falta y en ese acto, toma cuerpo su propia definición (Beck, 2000). Con lo cual, la disputa librada en el margen entre la autonomía y la amenaza conlleva la extensión de subjetividades victimizantes que reclaman orden y protección al Estado.

Así las cosas, los gobernantes deben encargarse de vigilar la seguridad de la ciudadanía comprendiendo sus dificultades, conteniendo su nerviosismo, alertando sobre las zonas donde subyace el riesgo, proclamando la severidad de los castigos. En medio de un fenomenal desarrollo del negocio de la seguridad, el Estado se convierte en un proveedor de este servicio. Pero no cualquier proveedor, su intervención opera sobre las reglas del mismo juego mediante el diseño de las normas de tolerancia autorizadas bajo un vaivén cambiante de orden y conflicto.

Pese a que en los spots no haya referencias directas a la violencia urbana y se eluda el uso directo a la dimensión del temor no implica que la seguridad sea abandonada como un compromiso fundamental de gestión

con la vecindad. Durante la campaña, Macri no sólo le habla a través de los spots a la ciudadanía, al *nosotros*, también lo hace a través de otros canales. Sale a la calle, firma “compromisos” con los vecinos en eventos que buscan ser comunicados desde los noticieros de los horarios centrales y en el vivo y directo que le permiten los canales de noticias. Luego, cristaliza estos acontecimientos en videos que pasan a formar parte de su campaña 2.0.

En días soleados, en días nublados, Macri se rodea de los vecinos y se compromete a que los chicos disfruten los parques, a promover actividades culturales en los barrios, a sumar más jardines maternales, a mejorar el pedido de turnos telefónicos en hospitales. Y se compromete, también, a brindar más seguridad en los barrios y profundizar las medidas de protección al delito de los adultos mayores. En el marco del Plan Integral de Seguridad se firma, por un lado, un compromiso que comprende la colocación de cámaras de seguridad para monitoreo en todos los parques y plazas, centros comerciales barriales y accesos a la ciudad. De esta forma, se busca “recuperar” una “tranquilidad” perdida, vivir en “una ciudad que nos cuida y protege”. Por otro lado, un segundo compromiso promete brindar protección y tranquilidad a “aquellos que son más vulnerables”, a través de la distribución de botones antipánico entre los adultos mayores de la ciudad para que puedan emitir alertas ante “situaciones de riesgo”.

La instalación de Circuitos Cerrados de Televisión (CCTV) para vigilancia y monitoreo, históricamente restringida al ámbito privado, ha evidenciado un desplazamiento a nivel mundial hacia el espacio público como parte de políticas de prevención del delito. El mismo rol se le atribuye desde el Gobierno de la Ciudad: las cámaras como prevención, alerta temprana para evitar el delito. Sin embargo, más allá de su efectividad en la reducción del crimen, el recurso político a estos sistemas tiene más que ver con su valor simbólico: el reconocimiento del Estado como dador de un marco de protección a los ciudadanos y la necesidad de demostrar la existencia de acciones desde la gestión orientadas a atender la cuestión del delito (Norris, Mc Cahill y Wood, 2004).

En este sentido, las cámaras de seguridad se vuelven protagonistas de la comunicación política de campaña. Su colocación se asume como compromiso, sus imágenes se construyen como producto mediático. El mismo Macri recuerda cómo los medios mostraron el “éxito” de las imágenes a través de la difusión de ciertos videos puestos a disposición por el gobierno

local. Al mismo tiempo, la distribución de estos dispositivos delinea la ciudad segura y sus sujetos. Es que la videovigilancia incide en la forma en la cual es ejercido el poder, modifica las experiencias emocionales en el espacio urbano y afecta la forma en la cual la realidad es conceptualizada y entendida (Koskela, 2000: 250). Las cámaras de vigilancia construyen una cierta geografía de la ciudad que está determinada por el miedo, los riesgos y la peligrosidad. Así, los espacios públicos son catalogados a partir de la oposición seguro-inseguro. En paralelo, los sistemas de monitoreo buscan articular el control por parte del Estado con un consenso social acerca de lo que debe ser denunciado: aquello sospechoso, peligroso y desviado.

Macri asume el compromiso de brindar “tranquilidad” a “todos los vecinos” pero enumera, sin embargo, algunos de los grupos sociales que integran dicha categoría: “madres con sus hijos”, “enamorados” y “abuelos” que visitan habitualmente las plazas. De esta forma, el espacio público invita a algunos y expulsa a otros. Dos grupos de sujetos se presentan como excluyentes: los vecinos, ese nosotros inclusivo (víctimas); y los delincuentes o disturbadores del orden público, esos otros, sobre los cuales las cámaras deben focalizar su atención. La “tranquilidad” prometida, por su parte, se asimila a ese orden público, cuyo mantenimiento es el objetivo mismo de este tipo de políticas, que asocian la seguridad barrial con la ausencia de delitos. De aquí que el discurso del PRO contribuya a reproducir la persecución del sujeto desviado alzada desde los medios masivos en un escenario en que predomina la criminología del otro (Garland, 2005).

5. CONCLUSIONES

Los contextos electorales son momentos conflictivos donde se plasman las preocupaciones sociales y los imaginarios políticos contemporáneos. En la campaña de 2007 el mito de una ciudad peligrosa es tangible en los spots macristas. Incendios, inundaciones, inseguridad por doquier, calles intransitables. El temor de los vecinos hace de Buenos Aires una ciudad no deseada. Y las políticas de Estado existente son entendidas como ineficaces. El PRO juega en su campaña en esta doble promesa. Si en el Estado hay eficacia, hay seguridad. Un voto entendido como símbolo de la esperanza, de un horizonte de seguridades. Un voto capaz de aportar a un Buenos Aires que sí puede estar bueno. Como sostiene Williams: “En su impaciencia, un cuerpo gobernante podrá imponer a menudo, mediante

distintas formas de presión, una conformidad aparente. Llegado el caso, la experiencia ulterior puede hacerla efectiva; ese hecho es la tentación más marcada de cualquier política dominativa: que los sucesos justifiquen lo que en principio la gente no aceptará” (2001: 259).

Unos años más adelante, en 2011, la reelección de Macri buscará nuevos horizontes discursivos. La inseguridad, de hecho, no constituye el elemento discursivo prioritario como sí lo había sido en 2007. La eficacia ya está en marcha, la Ciudad está en movimiento. La inseguridad, el por hacer, se convierten en seguridad, en “haciendo”, en Policía Metropolitana, en más cámaras de seguridad, en la puesta en marcha de un Plan Integral de Seguridad. Cuando esto sucede, cuando se habla desde la propia gestión, la guerra se torna más silenciosa y repercute como un murmullo en la paz.

Vimos que, según Simon (2011), las campañas locales y nacionales norteamericanas se caracterizaron en las últimas décadas por discursos centrados en la guerra contra el delito. No obstante, el análisis permitió verificar que en una elección local en Argentina, como lo fue la campaña de Mauricio Macri en 2011, la construcción de los dirigentes lejos estuvo de erigirse a partir de la definición explícita de una lucha contra la delincuencia. Esto no implica que la cuestión no esté presente. El temor a la criminalidad aparece solapado tras la definición de la necesidad de proseguir, tras una gestión del mismo signo electoral, con el camino de libertad y orden.

En tanto el discurso de campaña se aleja de un horizonte confrontativo y el posicionamiento busca reforzar la dimensión significativa del consenso y el diálogo, la apelación a la imagen de guerra lejos parece ser la más adecuada. Más bien, los spots de campaña revisados promueven una discursividad en torno de la gestión eficiente en pos de revivir una ciudad para nosotros los vecinos. La seguridad urbana se concibe como responsabilidad vecinal de sujetos privados que desconfían de la aplastante intervención del Estado Nacional y se unen para administrarla en función del propio costo-beneficio. De allí que en la discursividad configurada en la campaña del PRO los candidatos se identifiquen con la experiencia de victimización de una vecindad de la que ellos mismos buscan formar parte. Víctimas de los fantasmas que pueden atacarnos tanto desde la confrontación política, como desde la embestida criminal.

Las mitologías construidas en un contexto de campaña dan cuenta de un espacio conflictivo donde se plasman las preocupaciones sociales y los imaginarios políticos contemporáneos. La campaña refuerza un horizonte de administración de los riesgos en el cual la vida que se preserva es la del nosotros: el futuro es el de las vidas que se ubican al interior de nuestro territorio. El territorio protegido es el de la Ciudad de Buenos Aires, en términos locales. Más allá de su frontera, la otredad. Pero dentro de nuestro mapa se circunscriben zonas resguardadas de la violencia que se cuele dentro de la cotidianeidad de los vecinos de la ciudad. En este sentido, hemos visto que la finalidad de la videovigilancia es localizar y reducir las pequeñas y cotidianas incivildades así como las oportunidades delictivas propagadas en la ciudad, particularmente en zonas frecuentadas por las potenciales víctimas. El ejercicio de gobierno que recuerda la campaña alude, entonces, a la búsqueda de la seguridad local, ubicando a los fantasmas como un abyecto exterior a la territorialidad ciudadana. El fantasma de un otro confrontativo y violento no debe advertirse dentro de los parámetros de un ilusorio orden interno.

BIBLIOGRAFÍA

BARREIROS, R. y CINGOLANI, G. (2007). «Lo mediático y el discurso político. El análisis discursivo». *Oficios Terrestres, Comunicación, interculturalidad y migraciones*, 19, pp. 102-111.

BECK, U. (2000). «Retorno a la teoría de la sociedad del riesgo». *Boletín de la A.G.E.*, 30, pp. 9-20.

Disponible en <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1122543>.

Consultado el 26 de mayo de 2014.

CALZADO, M. (2004). «Discursos sociales y prácticas punitivas. Las construcciones significantes de la opinión pública en las asambleas del Plan Nacional de Prevención del Delito», *Delito y Sociedad* 20, pp. 137-157.

DI GIORGI, A. (2005). *Tolerancia Cero. Estrategias y prácticas de la sociedad de control*. Barcelona, Virus Editorial.

FOUCAULT, M. (2004). *Nacimiento de la biopolítica. Curso en el Collège de France 1978-1979*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

FOUCAULT, M. (2006). *Seguridad, territorio y población*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

FOUCAULT, M. (2010). *Historia de la sexualidad I. La voluntad de saber*. Buenos Aires, Siglo XXI Editores.

GARLAND, D. (2005). *La cultura del control. Crimen y orden social en la sociedad contemporánea*. Barcelona, Gedisa.

KESSLER, G. (2009). *El sentimiento de inseguridad. Sociología del temor al delito*. Buenos Aires, Paidós.

KESSLER, G. (2011). «La extensión del sentimiento de inseguridad en América Latina: Relatos, acciones y políticas en el caso argentino». *Revista de Sociología e Política* 40 (19), pp. 83-97.
Disponible en <http://www.scielo.br/pdf/rsocp/v19n40/07.pdf>. Consultado el 26 de mayo de 2014.

KOSKELA, H. (2000). «The gaze without eyes: video-surveillance and the changing nature of urban space». *Progress in Human Geography* 24 (2), pp. 243-265. DOI 10.1191/030913200668791096.
Disponible en <http://phg.sagepub.com/cgi/doi/10.1191/030913200668791096>. Consultado el 26 de mayo de 2014.

LAGOS, M., y DAMMERT, L. (2012). *La Seguridad Ciudadana. El problema principal de América Latina*. Lima, Latinobarómetro.

Latinobarómetro Informe 2011. Santiago de Chile: Corporación Latinobarómetro.
Norris, C., Mc Cahill, M. y Wood, D. (2004): "The growth of CCTV: a global perspective on the international diffusion of video surveillance in publicly accessible space", *Surveillance & Society CCTV Special 2/3* (2), pp. 110-135. Disponible en [http://www.surveillance-and-society.org/articles2\(2\)/editorial.pdf](http://www.surveillance-and-society.org/articles2(2)/editorial.pdf). Consultado el 26 de mayo de 2014.

MOUCHON, J. (1999). *Política y medios: los poderes bajo la influencia*. Barcelona, Gedisa.

OSZLAK, O. (2003). «El mito del Estado mínimo: Una década de reforma estatal en Argentina». *Desarrollo Económico* 168 (42), pp. 519-543. Disponible en: <http://www.oscaroszlak.org.ar/images/articulos-espa-nol/El%20mito%20del%20Estado%20minimo%20una%20dec%20de%20ref%20es%20en%20Arg.pdf>. Consultado el 26 de mayo de 2014.

- SARTORI, G. (1998). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Buenos Aires, Taurus.
- SCHMITT, C. (2001). «El concepto de lo político», en *Teólogo de la política*. México: Fondo de Cultura Económica.
- SIMON, J. (2011). *Gobernar a través del delito*. Barcelona, Gedisa.
- SOZZO, M. (2000). «Seguridad urbana y tácticas de prevención del delito», *Cuadernos de Jurisprudencia y Doctrina Penal* 10, pp. 103-136.
- SOZZO, M. (2009). «Gobierno local y prevención del delito en Argentina», *Urvio Revista Latinoamericana de Seguridad Ciudadana* 6: 58-73. Disponible en http://www.flacsoandes.org/urvio/img/Inves3_URV6.pdf. Consultado el 26 de mayo de 2014.
- VERÓN, E. (1987). *La semiosis social*. Buenos Aires, Gedisa.
- VÍLCHEZ, L. (1989). *Manipulación de la información televisiva*. Barcelona, Paidós.
- WILLIAMS, R. (2001). *Cultura y Sociedad*. Buenos Aires, Nueva Visión.

WEBS CONSULTADAS:

- Partido Propuesta Republicana (PRO). Ciudad de Buenos Aires: PRO. Consultas realizadas hasta el 10 de marzo 2014. (<http://pro.com.ar/>)
- Partido Propuesta Republicana (PRO). “Más seguridad en los Barrios”. Ciudad de Buenos Aires: PRO. Consulta Mayo 2013. (<http://pro.com.ar/compromisos/seguridad/>)
- Partido Propuesta Republicana (PRO). “Más seguridad para adultos mayores”. Ciudad de Buenos Aires: PRO. Consultas realizadas hasta el 10 de marzo 2014. (<http://pro.com.ar/compromisos/adultos-mayores/>)
- Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Consultas realizadas hasta el 10 de marzo 2014. (<http://www.buenosaires.gob.ar/>)
- Mauricio Macri Sitio Oficial. Consultas realizadas hasta el 10 de marzo 2014. (<http://www.mauriciomacri.com.ar/>)
- Canal Youtube Mauricio Macri. 2008. “Dialogar nos une”. Ciudad de Buenos Aires: Pro. Consulta Mayo 2013. (<http://www.youtube.com/watch?v=U5DNqdFftJI&feature=plcp>)

Canal Youtube Mauricio Macri. 2008. "El 10 de Julio votó por la Ciudad". Ciudad de Buenos Aires: PRO. Consulta Mayo 2013.

(<http://www.youtube.com/watch?v=UU9TPBuhIUQ&feature=plcp>)

Canal Youtube Mauricio Macri. 2008. "Somos una fuerza joven con ganas e ideas nuevas". Ciudad de Buenos Aires: PRO. Consulta Mayo 2013.

(<http://www.youtube.com/watch?v=5kU23gTvKm8&feature=plcp>)

Canal Youtube Mauricio Macri. 2008. "La Ciudad nos une". Ciudad de Buenos Aires: PRO. Consulta Mayo 2013.

(<http://www.youtube.com/watch?v=rpeQpGNkOWU&feature=plcp>)

Canal Youtube Mauricio Macri. 2008. "Spot de TV que muestra algunas de las acciones del Gobierno de la Ciudad en Educación". Ciudad de Buenos Aires: PRO. Consulta Mayo 2013.

(<http://www.youtube.com/watch?v=1vsISlOrUyM&feature=plcp>)

Canal Youtube Mauricio Macri. 2008. "Bajamos la mortalidad infantil". Ciudad de Buenos Aires: PRO. Consulta Mayo 2013.

(<http://www.youtube.com/watch?v=vAqKm5sfm-o&feature=plcp>)

Canal Youtube Mauricio Macri. 2008. "Elegir". Ciudad de Buenos Aires: PRO. Consulta Mayo 2013. (<http://www.youtube.com/watch?v=jWz1gDBMZkk>)

Canal Youtube Mauricio Macri. 2008. "Contamos con tu voto". Ciudad de Buenos Aires: PRO. Consulta Mayo 2013.

(<http://www.youtube.com/watch?v=0V2weMsOygY>)

Canal Youtube Mauricio Macri. 2008. "Votó por la Ciudad que querés". Ciudad de Buenos Aires: PRO. Consulta Mayo 2013.

(http://www.youtube.com/watch?v=jkJsWeL_Zg4)

Canal Youtube Mauricio Macri. 2008. "Mauricio Macri en el Cierre de Campaña". Ciudad de Buenos Aires: PRO. Consulta Mayo 2013.

(<http://www.youtube.com/watch?v=5SISsSwZa6M>)

Canal Youtube Mauricio Macri. 2008. "Mauricio Macri en el Cierre de Campaña en Plaza Mafalda". Ciudad de Buenos Aires: PRO. Consulta Mayo 2013.

(<http://www.youtube.com/watch?v=c1RLrdIpE-k>)

Canal Youtube Mauricio Macri. 2008. "Mauricio Macri en el Cierre de Campaña en Boedo". Ciudad de Buenos Aires: PRO. Consulta Mayo 2013.

(http://www.youtube.com/watch?v=QS7JnUPC_Co)

Latinobarómetro. Banco de Datos en línea. “Informes Anuales” y “Análisis Online”. Santiago de Chile: Corporación Latinobarómetro. Consultas realizadas hasta Marzo 2014. (<http://www.latinobarometro.org/lat.jsp>)

Censo 2010. “Resultados Definitivos”. Argentina: Instituto Nacional de Estadística y Censo. Consultas realizadas hasta Marzo 2014. (<http://www.censo2010.indec.gov.ar/index.asp>)

PARA CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

CALZADO, Mercedes; LIO, Vanesa; FERNÁNDEZ, Mariana (2014): “El concepto de inseguridad en las campañas electorales latinoamericanas. El caso del PRO en la Ciudad de Buenos Aires (2007-2011)”, *Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, nº 13, pp. 211-237.
DOI: http://dx.doi.org/10.5209/rev_MESO.2014.n13.49438

RECIBIDO: 26 de mayo de 2014.

ACEPTADO: 20 de octubre de 2014.

Las autoras**(*) Mercedes Calzado**

Es Licenciada en Ciencias de la Comunicación, magíster en Investigación Social y doctora en Ciencias Sociales por la Universidad de Buenos Aires (Argentina). Es docente de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires e investigadora Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) y del Instituto de Investigaciones Gino Germani.

() Vanesa Lio**

Es Licenciada en Ciencias de la Comunicación (Universidad de Buenos Aires) y magíster en Comunicación Pública y Política (Università di Pisa). Es becaria del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) e investigadora del Instituto de Investigaciones en Humanidades y Ciencias Sociales (IDIHCS, Universidad Nacional de La Plata). Actualmente realiza el Doctorado en Ciencias Sociales (UBA).

(*) Mariana Fernández**

Es Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Buenos Aires. Investigadora del Instituto de Investigaciones Gino Germani (Facultad de Ciencias Sociales, UBA). Actualmente es becaria tipo 1 del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas (CONICET) y se encuentra realizando el Doctorado en Ciencias Sociales en la UBA.