

Las estrategias de control social formal como seducción

Formal social control strategies as seduction

SILVIA RODRÍGUEZ EGAÑA (UNIVERSITAT DE BARCELONA)

srodrez2@gmail.com - ORCID: 0000-0000-0000-0000

Resumen: Este artículo aborda la forma en que las políticas de seguridad y los cuerpos policiales adoptan estrategias que provienen del campo del marketing y la comunicación. La seguridad se extiende como marco narrativo sobre un contexto marcado por la desaparición de la sociedad como red de protección, la caducidad de los grandes relatos políticos y la escasez de alternativas. En una realidad hiperconsumista, mediatizada por internet y las redes sociales, los cuerpos encargados del control social formal trabajan generando identificación a través de la proyección de imágenes y la creación de vínculos y complicidades. Mediante estas estrategias seductoras, se desdibuja su papel represivo, neutralizando la apariencia de los antagonismos políticos. Surge entonces la necesidad de preguntarnos sobre las estrategias de resistencia frente a esta seducción y si el uso de las mismas (la batalla de las imágenes) pone en riesgo la posibilidad de la crítica y la materialización de alternativas.

Palabras claves: seguridad, policía, marketing, privatización, seducción

Abstract: This paper addresses the way in which security policies and police forces adopt strategies that come from the field of marketing and communication. Security is extended as a narrative framework in a context marked by the disappearance of society as a protection network, the expiration of the great political narratives and the scarcity of alternatives. In a hyper-consumerist reality, mediated by the internet and social networks, the agencies in charge of formal social control work by generating identification through the projection of images and the creation of links and complicities. Through these seductive strategies, their repressive role is blurred, neutralizing the appearance of political antagonisms. Thus, it is necessary to ask ourselves about the strategies of resistance to this seduction and whether the use of these strategies (the battle of images) jeopardizes the possibility of criticism and the materialization of alternatives.

Keywords: security, police, marketing, privatization, seduction

Introducción: neoliberalismo, inseguridad social y policía

Las políticas neoliberales han traído consigo la privatización de lo público, la precarización de las condiciones de vida y la responsabilización individual del proyecto de vida y de la inclusión/exclusión (Wacquant, 2011). La desregularización producida por la crisis económica y el desmantelamiento del estado del bienestar, han supuesto la aceleración de un gobierno de “inseguridad social” de corte neoliberal (Wacquant, 2010). La expansión de lógicas de competencia dentro del cuerpo social y la introducción en las subjetividades del eje libertad/seguridad como productor de prácticas y discursos, nos alejan de la idea de igualdad y desdibujan la conexión entre desigualdad e inseguridad (Foucault, 2009, 275-304). La seguridad se presenta como marco interpretativo de la realidad y de los fenómenos sociales. Es sobre este marco, que se diseñan e implementan políticas públicas y se forman opiniones, encauzando el malestar o el descontento. El marco securitario aplicado a los problemas políticos y sociales, los vacía de contenido y anula el potencial movilizador de los conflictos, propiciando además, la colaboración de la ciudadanía con unas instituciones públicas que gestionan y reprimen la pobreza y la precariedad (Wacquant, 2010). La externalización de servicios y la privatización suponen inyecciones de dinero público al sector privado, gestor del encargo público que durante el estado del bienestar consistió en generar una red solidaria de sustento social (o al menos lo pretendió a nivel discursivo). Las políticas neoliberales en este ámbito tienen por objetivo la gestión de la exclusión, prescindiendo de cualquier horizonte de justicia social, lo que implica una pauperización de la “seguridad social” (entendida como garantías solidarias sociales de un mínimo de vida digna), una precarización de nuestras vidas y

una responsabilización individual de esta precarización con el desmantelamiento progresivo de un sistema de protección social, común a la ciudadanía. Ejemplo de esto pueden ser los copagos en la sanidad pública, la reforma laboral o la privatización de servicios como “parques médicos”, así como las licitaciones y concursos de recursos de servicios sociales especializados en los que diferentes entidades, fundaciones y cooperativas que compiten por la gestión de presupuestos con lógicas de eficiencia (del Pino y Pérez, 2016). A estos fenómenos sociales no solamente se les aplica una lógica securitaria, sino que se les implementa una lógica de control. Esta idea conecta con los dispositivos de seguridad foucaultianos, como circuitos que hacen circular un fenómeno determinado por unos cauces controlables (Foucault, 1991, 127-162). No es posible erradicar la pobreza pero sí paliar sus efectos, hacerla circular dentro de un circuito que minimice su impacto.

La policía es el instrumento con el que cuenta el Estado para gobernar la sociedad civil y es además depositaria del poder coercitivo del Estado. No obstante, ha tratado de presentarse siempre como igual a la ciudadanía y separada del Estado en las democracias liberales. Es un mito liberal equiparar policía con ciudadanía, como un instrumento de ésta para ejercer el control de abajo hacia arriba y preservar un “sentido común” que no es más que el reflejo del orden social (Neocleous, 2022).

Autores como Baudrillard plantean ya desde las últimas décadas del siglo XX que vivimos en la era de la seducción de las imágenes, lo importante no es lo que sucede sino la imagen que proyectamos de aquello que sucede (Baudrillard, 1987). La era de la disciplina da paso a la de la seducción.

La sociedad de seducción es aquella en la que la economía constituye la

actividad social dominante, en la que la lógica de la venta y la compra moldea la casi totalidad de la existencia: no se distingue de la sociedad de mercado (Lipovetsky, 2020, 165).

La seducción no es solamente una forma de potenciar el consumo, sino que al convertir todas las esferas de la vida, el cuerpo de los individuos y sus mentes, funciona también como un instrumento de control. Esto no se da únicamente través de la producción de imágenes, sino a través de la relación y la apelación constante a lo afectivo para generar filiación: “Tanto en su polo ‘pasivo’ (ser seducido) como en su polo ‘activo’ (querer gustar), la seducción es ante todo una potencia productora de fuerzas deseantes e imaginarias, la causa de acciones reales en el mundo” (Lipovetsky, 2020, 14).

En este contexto, la comunicación toma un papel protagonista dentro de esta función de control. Sin embargo, el contexto comunicativo en el que nos situamos va más allá de los discursos y los medios de comunicación de masas, dado que moviliza individuos y colectivos a través de imágenes y campañas e interacciones por redes sociales. El uso de internet y las redes sociales cambia el modelo comunicativo y abre nuevas posibilidades de relación con los públicos (Fernandez, 2014).

La seducción en el capitalismo contemporáneo de las redes sociales se basa, además, en el marketing, el branding y el marketing de la experiencia, rasgo que se ha trabajado en relación a la comunicación política (Lipovetsky, 2020). En este sentido, abordamos la forma en que la policía, institución encargada del control social formal, no solamente se vale de la producción del marco narrativo securitario de interpretación de la realidad, de las redes sociales, Internet y los medios de comunicación para producir su propia imagen, crear experiencias, vínculos e identificación con la

ciudadanía, dado que estos mismos vínculos son, en sí mismos, una herramienta para el control social formal, en cuanto que seducen a sus públicos, logran encauzar el malestar o los sentimientos de injusticia que podrían derivar en conductas de quiebre del orden social, y en cuanto que realizan una producción simbólica que preserva un orden material e inmaterial.

Foucault dedica un cierto espacio a la policía en su análisis político y asocia su aparición a la emergencia de las ciudades y al objetivo de mantener el orden dentro de éstas. En una primera fase de su trabajo define a la policía como: “el conjunto de medidas que hacen que el trabajo sea, a la vez, posible y necesario para todos aquellos que no podrían vivir sin él” (Foucault, 2000, 48). La época clásica trae consigo una moral del trabajo que desacraliza la pobreza y la locura y la considera un elemento de desorden que es necesario apartar en lugares de encierro en los que la religión se torna únicamente moral y ha de ir de la mano de la ley civil. La policía es aquí el equivalente civil de la religión. En *Vigilar y Castigar*, encontramos una idea de policía, situada en el siglo XVIII y que debe ser coextensiva al cuerpo social. La policía se ocupa de todas las minucias de la vida, de vigilar y disciplinar todas las actividades humanas. Su instrumento es la normativa y supone una meta-disciplina que se ejerce no solamente de arriba hacia abajo, sino de abajo hacia arriba: los vecinos también pueden pedir la intervención de la policía (Foucault, 1976, 197-200).

El objetivo de la policía es el individuo y su integración en el todo social (Foucault, 1976 p.87). En ese sentido es próximo al poder pastoral cuyo ámbito es la totalidad de la vida de los individuos que forman una comunidad. Basándose en el teórico alemán von Justi, Foucault señala dos dimensiones de la policía: una negativa de represión y prohibición y otra positiva que consiste en acrecentar

la vida social y la potencia del Estado. Además, la policía no solamente se ocupa de las actividades del individuo como ser viviente, sino que le atribuye un suplemento de vida, “la felicidad de los hombres”. De ella ha de ocuparse y es un instrumento para aumentar la potencia del Estado. Con la racionalidad liberal, y la biopolítica, la policía pasa a realizar funciones meramente represivas y de auxiliar de la justicia (Foucault, 2006 pp 359-405).

Vamos a tratar de describir un nuevo pliegue sobre el trabajo de los cuerpos represivos y de las políticas de seguridad, cuyas campañas de comunicación no se basan ya únicamente en el miedo, sino en la creación de vínculos de identificación con la ciudadanía. La policía excede su función represiva a la que queda relegada a partir del siglo XIX, descrita por Foucault empleando instrumentos y estrategias del mudo del marketing y la comunicación (Fernandez, 2014) con el fin de encauzar y producir conductas.

Entendemos por seducción de la represión, las estrategias que buscan trabajar en el plano del imaginario social y de los vínculos y que son adoptadas por cuerpos de policía o instituciones que se distinguen por su carácter negativo (represivo). Las herramientas procedentes del marketing y la comunicación aplicadas a los cuerpos de seguridad, junto con la elaboración de marcos interpretativos de la realidad remitentes a una lógica de seguridad, acompañados de la hiperindividualización y la competencia derivada de las nuevas tecnologías aplicada a la vida cotidiana y a las instituciones públicas, son una parte de lo que entendemos como seducción dentro del control social y del control social formal.

Por un lado, todo conflicto es un asunto de seguridad y por el otro, los cuerpos de seguridad producen en el imaginario social para no representar el antagonismo entre la ciudadanía y el poder del estado, sino para ocupar el lugar de expertos en una materia que se

reclama como fundamental en el marco de la gobernanza, al mismo tiempo que los agentes se muestran como héroes o personas comunes y corrientes que generan empatía a través de las redes sociales. A esto podemos añadir las ficciones televisivas (“Policías: en el corazón de la calle” o “El comisario”) o programas dedicados a una labor enfatizada de los cuerpos de seguridad (“Policías en acción” o “Fronteras”, entre otros).

Todos estos elementos se dan en un contexto en el que las categorías modernas respecto a la identidad en todas sus dimensiones (también política) dejan de ser operativas. El marketing y la comunicación ofrecen así, maneras de crear identificación con la ciudadanía, una identificación que ha de producirse de forma constante puesto que es precaria y que ha de apelar a la experiencia individual y cotidiana y alejarse de discursos políticos y de posturas ideológicas.

Son todos estos elementos los que componen lo que entendemos por seducción en el marco de la política de seguridad: todas las estrategias y acciones que van destinadas a operar en el plano imaginario y simbólico para crear filiación, vínculo, atractivo, complicidad e identificación por parte de la ciudadanía hacia las políticas represivas y los cuerpos represivos. Cuando las redes de solidaridad social están en vías de extinción, el contenido de las políticas de bienestar social se sustituye por la seducción.

Desde la aparición de las encuestas de victimología, se hace patente una separación entre la seguridad objetiva y subjetiva, siendo a veces la segunda causa de la primera (Galdón, 2019). La asunción de la seguridad como hecho socialmente construido junto con la conciencia de la imposibilidad de erradicar el delito y la necesidad de mantenerlo en unos cauces aceptables acordes con los miedos y ansiedades de los perfiles socio-económicos y culturales (Garland, 2010), cristaliza en

políticas preventivas de presencia-ausencia de cuerpos policiales en base a los diferentes perfiles ciudadanos que son tenidos en cuenta como públicos fragmentados en función de las diferentes zonas urbanas. La seguridad es subjetiva y tiene más que ver con el consumo de medios de comunicación de masas, internet y demás producciones que se dan en el plano de lo imaginario (Galdón, 2019) y que están ligadas al perfil socioeconómico y cultural.

Vemos cómo progresivamente, el plano simbólico y visual va ganando importancia, en detrimento de cambios sustanciales en las políticas de seguridad o en las políticas sociales, destinadas a provocar cambios reales y estructurales. La legitimación va más allá de lo argumental y lo discursivo y se juega en el plano del imaginario social, los afectos, la empatía, la identificación tanto comunitaria, como individual que genera complicidad. La comunicación toma el protagonismo y los esfuerzos se centran en los mensajes emitidos, su recepción y el impacto que tienen en los públicos. Las políticas de seguridad se diseñan en base a la experiencia que sus diferentes públicos esperan consumir. Los cuerpos de seguridad producen su imagen en base a estrategias de marca que persiguen gustar y emocionar, a través de la idea de seguridad que se vuelve atractiva en sí misma.

El marco securitario, el derecho a la seguridad o la seguridad de los derechos

En este contexto de desaparición de la sociedad como garantía de seguridad material, en el año 2000 entramos en el relato del giro securitario, y especialmente a partir de la caída de las torres gemelas, introduciendo el temor de la amenaza a la ansiedad por competir. El concepto de riesgo desarrollado por Ulrich Beck, ha contribuido también a esa

neutralización del conflicto: devuelve el peligro a una esfera individual, difunde el esquema seguridad-riesgo como marco interpretativo de la realidad social, dando pie a debates sobre la seguridad y el control de riesgos (Beck, 2006). La seguridad gana fuerza como discurso rentable y como demanda de la ciudadanía. En un contexto de “política social individual”, de responsabilización individual y de competencia entre individuos, los ciudadanos demandan más policía y reivindican su “derecho a la seguridad” por encima de derechos sociales y libertades políticas. La gestión de la pandemia ha sido en gran parte tratada como un problema de seguridad ciudadana: limitación del derecho a la reunión, de circulación y de vida social, bajo el llamamiento a la solidaridad y los constantes mensajes de peligro y pánico. Resulta sorprendente cómo, en paralelo, los debates sobre la privatización de la sanidad no han ocupado un lugar tan relevante en la arena pública, incluyendo la financiación pública de las investigaciones para las vacunas llevadas a cabo por farmacéuticas que no liberan sus patentes. Las redes de protección social son una forma solidaria de garantizar una necesidad universal, la autolimitación de los derechos individuales supone más bien una privatización de la gestión de la pandemia, que ha de realizarse de manera individual. De la idea de competencia entre empresarios de sí, pasamos a la idea de la vida del otro como amenaza a la propia y nos convertimos en gestores de nuestra propia vulnerabilidad.

Autores del campo de la sociología del derecho como Baratta, realizan una crítica de la seguridad entendida como derecho (Baratta, 2000). Para este autor existen dos maneras de entender la seguridad en relación al derecho, bien como un derecho en sí mismo o bien como protección de los derechos. Este último abordaje consiste en garantizar la seguridad de los derechos, es decir, blindar el

acceso a las necesidades básicas de todos los ciudadanos. Siguiendo a Baratta, el modelo europeo consiste en el primero de los enfoques mencionados, teniendo un impacto en la opinión pública y rentabilizando el peso de la demanda securitaria desde la comunicación política. La tendencia que promueve este modelo, según el autor, es la de la reducción de la seguridad a la política criminal, la privatización de la seguridad y la conversión de los ciudadanos en policías. Frente a este modelo se situaría el modelo comunitario de derecho a la ciudad, en el que la política criminal es una parte subsidiaria de las políticas de seguridad que están destinadas a proteger todos los derechos de la ciudadanía y en especial a paliar la exclusión. En dicho modelo, los ciudadanos no se convertirían en la policía, sino que los policías se convertirían en ciudadanos (Baratta, 2000).

El paradigma comunitario se ha empleado para introducir ciertos cambios en las políticas de seguridad que, sin embargo, operan más en el plano subjetivo y simbólico, que en el plano operativo y de garantía de derechos. Hemos asistido a una implementación de la policía de proximidad en paralelo al desmantelamiento de políticas distributivas de carácter más social y una sofisticación y cercanía en la imagen de la policía, a medida que han ido avanzando políticas neoliberales que han privatizado el acceso a los derechos y limitado los derechos políticos y de protesta contra la precarización acelerada desde la crisis de 2008 (la Ley Orgánica 4/15, de treinta de marzo, de Protección de la Seguridad Ciudadana o "ley mordaza").

La seguridad como servicio que el Estado debe proveer surge ante la evidencia del fracaso de políticas más reactivas que se implementan en Estados Unidos durante los años ochenta y que consisten principalmente en el aumento de las penas. Estas nuevas políticas se basan en el paradigma del *homo*

economicus (las personas que delinquen, lo hacen siguiendo su propio interés, por lo que, si delinquir deja de ser beneficioso, no tomarán la decisión de hacerlo) y, por tanto, trabajan en la prevención situacional y en las oportunidades de delinquir del entorno del individuo. Comienzan así, programas multiagenciales en los que se da una asociación entre lo público y lo privado y se introduce la lógica securitaria preventiva en ámbitos donde antes no existía. Encontramos ejemplos como los del "agente tutor" en centros educativos (García. S y Ávila. D, 2015, 83) Desde la criminología crítica, Garland, afirma que la principal diferencia de las políticas neoliberales, que comienzan a emerger en los años ochenta, con las políticas criminológicas del Estado del Bienestar, es que estas últimas trataban de edulcorar la desigualdad con discursos basados en una idea de justicia social y sus políticas actuaban sobre los sujetos persiguiendo objetivos de eficacia en la erradicación del delito: para acabar con el delito, hay que cambiar las condiciones sociales de desigualdad entre individuos, frente a la visión del delito como inevitable y las actuaciones sobre el contexto para acabar con la oportunidad de delinquir (cámaras de video vigilancia, como ejemplo) que se corresponden con lo que desde la criminología crítica, se ha llamado "giro actuarial" de la seguridad, que consiste en la centralidad de las lógicas de gestión, sustituyendo la idea de seguridad por la de gestión de riesgo (Garland, 2010).

Policía y plataformas digitales: colaboración ciudadana

La transición institucional de un modelo jerárquico a un modelo de gobernanza incorpora el uso de Internet como forma de participación ciudadana en las instituciones públicas. La tecnología digital permite nuevas formas de toma de decisiones que se han

designado como multiagenciales o bidireccionales ya que permiten fomentar las interacciones entre las instituciones y la ciudadanía, además de una mayor transparencia y control de la ciudadanía hacia las instituciones. Es lo que viene a llamarse “gobierno abierto” y que se desarrolla bajo un paradigma de eficiencia en la gestión y con el objetivo de mejorar la calidad de vida de los ciudadanos que tienen acceso a la participación a través de esos medios, además de fomentar la legitimidad institucional (García, J, 2014). Los valores del gobierno abierto son los de transparencia, colaboración y participación, conceptos amplios y abstractos en constante reelaboración. En 2011, aparece la Alianza para el Gobierno Abierto que aglutina a diferentes gobiernos nacionales y locales en la asunción de estos valores y formas de hacer, y que aspira a un modelo de gobernanza global.

Dentro del ámbito de la seguridad, las políticas de gobierno abierto se presentan como formas de mejorar la percepción de la ciudadanía hacia las instituciones públicas, además de paliar la corrupción a través del *open data* de las instituciones, las herramientas de autoprotección (a través de diálogos abiertos con los cuerpos de seguridad por *WhatsApp*) y el reconocimiento de las víctimas. La colaboración entre los institutos de investigación, las empresas privadas y los ciudadanos particulares genera una sensación de complicidad entre estos actores que participan en la elaboración de estrategias de seguridad.

En materia de seguridad las políticas de *open government* desarrollan principalmente aplicaciones de cooperación ciudadana, tanto para localizar a importantes fugitivos europeos (Europe’s most wanted fugitives, aplicación web desarrollado por la Europol), como para el control de la “delincuencia” en el espacio público (Alertcops es la *app* diseñada por el ministerio del interior para alertar, a través de geolocalización de situaciones que

puedan derivar en violencia y que da aviso directo a la Policía Nacional y la Guardia Civil). La alianza para el gobierno abierto publicó en 2020 una guía para la gestión de la pandemia en la que las redes sociales jugaban un importante papel en la percepción de la ciudadanía. De aquí nacen las aplicaciones móviles para el rastreo de los contagiados, diseñadas por los diferentes Estados, que recomiendan su uso a la ciudadanía. Estas aplicaciones han abierto debates sobre el *big data* y el derecho a la privacidad. Aunque los gobiernos aseguran que los datos personales se tratan de manera anónima, su funcionamiento rastrea los teléfonos que han estado cerca del teléfono que envía la noticia del contagio y que han tenido encendido su *bluetooth*.

El *open government* facilita la colaboración entre la ciudadanía y las instituciones en materia de seguridad ciudadana:

Un solo individuo, grupo o empresa, por desconocido que sea, puede conseguir impacto en el gobierno, sin necesidad de buscar el respaldo del resto de la sociedad. La apertura de las instituciones a la participación consolida su legitimidad democrática, más aún cuando se muestran interesadas en realizar una escucha activa (Villaplana Jimenez. Fr, 2021).

Si bien esto produce legitimación democrática, vemos a través de esta cita y de los ejemplos descritos una individualización de esa participación que se da entre el ciudadano o la empresa y las instituciones públicas, dejando fuera la participación política basada en la solidaridad de personas que comparten intereses, malestares u opresiones frente a las instituciones o al poder. Podemos decir que la participación política se acaba individualizando, atomizando o privatizando. A través del paradigma “democrático” del gobierno abierto, cada ciudadano puede (y por lo tanto

es responsable de hacerlo o no), gestionar de forma individual su comunicación con las instituciones públicas.

Estas políticas, vienen de la mano de la asociación público-privada a la que hemos hecho referencia y que por tanto implementa el modelo empresa dentro de los servicios públicos, modificando los contenidos de las políticas de seguridad y dando importancia a otros aspectos como la comunicación, el marketing, la coproducción o la segmentación de la ciudadanía en públicos. Por otro lado, la introducción de nuevas tecnologías y de internet en las instituciones públicas ayuda a crear una sensación de transparencia (*open government* y *open data*) y participación individualizada (a través de plataforma,) que además produce datos acerca del comportamiento de la ciudadanía, segmentada en grupos que forman comunidades de consumidores proactivas en la coproducción y diseño de servicios (en este caso, políticas de seguridad).

La coproducción (o co-creación) es un concepto surgido del mundo del marketing y aplicado a los servicios públicos que consiste en involucrar a los beneficiarios de un servicio en el diseño de éste (Kotler, 2021). De la misma forma que Doritos, involucra a sus consumidores habituales en el diseño de sus envases, la policía implica a los vecinos (o a los que considera y se consideran vecinos) en los diseños de sus planes de seguridad (mesas de seguridad ciudadana), reforzando la sensación de comunidad y participación. Los viejos instrumentos publicitarios o propagandísticos, conviven con estas nuevas herramientas de comunicación. Por un lado, el populismo punitivo de los medios canaliza la angustia pública y ensalza la imagen del Estado como protector y castigador. Por el otro, tenemos la comunicación individualizada de internet, en la que los cuerpos represivos, como servicio público, se presentan como amigos en Facebook y nos regalan consejos para ser

autónomos en la gestión de nuestra seguridad individual frente a otros individuos y colectivos que aparecen como amenazas y de los que tenemos la responsabilidad de protegernos. Internet permite además, una comunicación directa e individualizada: “hablarles de uno en uno” (Vaquero, 2012 y López i Cuesta, 2012), lo que garantiza un control mucho más exhaustivo de los efectos de la imagen proyectada de la institución de seguridad.

Policía y redes sociales

El uso de las redes sociales y la gestión de reputación de marca nos ofrece un ejemplo de las estrategias policiales de reducción de la conflictividad, que se basan en la proyección de su imagen como proveedor desenfadado y entretenido de paz social y bienestar, es decir, de las estrategias de control social en un plano simbólico e imaginario. Garantizar una percepción social de los conflictos alejada de disfunciones sistémicas es una de las prioridades del Estado para reducir la conflictividad. Enmarcar un problema como en su dimensión estructural implica, por un lado resaltar los aspectos negativos de un fenómeno y resolver los fallos del sistema que producen dicho problema (Domínguez Figueirido y Virgili i Abelló, 2004). El humor y el entretenimiento son aliados eficaces para la consecución de estos objetivos.

Las redes sociales de algunos cuerpos policiales (los de la Policía Nacional y la Guardia Civil, por ejemplo), resultan ilustrativas de las estrategias de comunicación en redes sociales y la importancia de los “intangibles empresariales”. En el año 2014, la Policía Nacional invirtió una importante suma de dinero en contratar a un *community manager* para gestionar su Twitter, lo cual choca con la escasez de ayudas (430€ de RAI), la necesidad de infraestructura o de campañas para frenar la desigualdad. Dicho profesional, que no es

policía, ni experto en seguridad pública, explica en su libro *@policía*, los secretos del éxito de su trabajo, en los que insiste en la importancia de trabajar sobre los intangibles empresariales (Fernández, 2014). En el mundo de la empresa, estos son los elementos inmateriales que generan afectos y filiación entre los consumidores y la marca. La estrategia es ahora la del *branding*. La cuenta de twitter fue creada por la Policía Nacional con el fin de comunicarse con los medios de comunicación y otras instituciones. Sin embargo, a los pocos meses de su apertura, contaban ya con 10.000 seguidores que no eran más que ciudadanos de a pie. Es en este momento en el que el *community manager* del cuerpo de seguridad se plantea trabajar sobre esta cuenta como soporte a la reputación de marca de este cuerpo de seguridad.

Los objetivos de la cuenta twitter fueron, según su *community manager*, los mismos que los de la organización: proporcionar seguridad a la ciudadanía y trabajar especialmente en materia de prevención y concienciación. Otro de los objetivos fue conseguir más visibilidad y lograr un cambio de imagen de una organización que dispone de escaso reconocimiento social y ha sido tradicionalmente percibida como estanca, cerrada y poco propensa al diálogo (Fernández Martín, 1990). Según lo recogido en el libro del *community manager* de la Policía Nacional, acerca del éxito de su gestión de la cuenta de *twitter*, los objetivos de la cuenta son los de trasladar su labor de servicio público a Internet, sensibilizar y concienciar (mejorar la seguridad de los ciudadanos), informar sobre la actualidad policial y la institución en sí misma, servir de atención directa al ciudadano, potenciar la reputación en línea de la institución, aumentar la confianza en la seguridad de internet y en la labor de las fuerzas de seguridad y generar utilidad policial, abrir un canal de colaboración ciudadana basado en el enfoque de que los protagonistas en materia

de seguridad son las personas y no los agentes de policía.

El público al que iba dirigido era la población en general, aunque se dirigía especialmente a un público joven, sector más asiduo en el uso de las redes sociales (Fernández, 2014). El lenguaje, el tono, los temas y los ganchos son, según Fernández, factores que se han de tener en cuenta para la garantía de una comunicación eficaz:

El sentido del humor junto con la pasión, son las herramientas más empáticas para acercarse al ciudadano e impactar con informaciones y contenidos sobre seguridad. (...) Credibilidad, impacto, utilidad, interés, contenido, actualidad, ironía y provocación se mezclan en cada mensaje (Fernández, 2014, 219 y 220).

Siguiendo lo expuesto por el *community manager* de estos cuerpos de seguridad, la colaboración ciudadana es más una forma de crear comunidad a través de la co-creación de seguridad y la participación, que un instrumento para la investigación policial (Fernández, 2014).

La incorporación de la figura de un *community manager* a la institución y la entrada de ésta a las redes sociales de internet ha permitido romper con esa imagen policial que generaba desconfianza y que iba, por lo tanto, en detrimento de la labor policial, cuyo éxito depende en una grandísima parte de la percepción subjetiva de la seguridad por parte de la ciudadanía, así como de proyectar una imagen amigable.

Para este objetivo, Fernández ha puesto énfasis en un lenguaje y un tono entretenido, rompedor, provocador, humorístico, emotivo y en unos canales de participación efectivos. “La Policía aporta al ciudadano credibilidad, proximidad, compromiso, complicidad y buen rollo” (Fernández, 2014, 100).

Se trata, a fin de cuentas, de garantizar una experiencia satisfactoria en el uso de estas redes sociales, proporcionar satisfacciones, que al compartirlas se intensifiquen. Hablamos, por tanto, de satisfacción y no de legitimación, satisfacción que sin embargo tendrá también un papel en el plano imaginario y de la representación. El trabajo sobre la reputación online de la marca (en este caso institución de Estado) repercute directamente en la percepción ciudadana de la policía y su grado de confianza.

En la calle: la presencia-ausencia en barrios, la policía de proximidad, la co-creación y la policía comunitaria

Tal y como hemos planteado en la introducción, uno de los mitos liberales ha sido el de separar la policía del Estado y presentarla como un poder “de abajo arriba”, como parte de la ciudadanía y de su “sentido común”. En este sentido, las herramientas comunicativas sirven para reforzar esta idea, así como las propias actuaciones de la policía en base a su derecho a emplear la discrecionalidad (Neocleous, 2022).

Una de las estrategias de control que crece desde los años noventa, es la de la policía de proximidad. Se trata de un modelo que bebe del paradigma anglosajón de policía comunitaria que consiste en agentes de barrio que patrullan a pie, conocen a los vecinos y se involucran en los problemas de los barrios:

Una filosofía de vigilancia que promueve estrategias de resolución de problemas basadas en la comunidad para abordar las causas subyacentes de la delincuencia y el desorden, el miedo al delito y proporciona seguridades. Es un proceso mediante el cual se comparte el control del delito o se coproduce con el público, y un medio para desarrollar la comunicación con el público

mejorando así la calidad de vida de las comunidades locales y la construcción de la legitimidad policial (Virta, 2006, 52).

De esta forma se busca fortalecer el sentido de ciudadanía y de servicio a la comunidad por parte de la institución policial.

Tras la evidencia de los fracasos de las políticas de Tolerancia Cero o de “a la tercera va la vencida”, surge una estrategia basada, no solo en la prevención situacional, sino también en la prevención situada en el territorio, caracterizada por una intervención en red con otros actores sociales y por una manera de hacer más proactiva. Mayoritariamente, se trata de un cambio filosófico, un cambio en la forma de patrullar y en la presencia-ausencia de los cuerpos en el espacio público.

De estos paradigmas nacen figuras como la de los mediadores que tratan de disuadir acciones ilegales, comportamientos “incívicos” y en ocasiones de desobediencia política, mostrando la cara “amable” de la seguridad ciudadana bajo la que se oculta el disenso político o problemas estructurales de acceso a recursos materiales, simbólicos o a derechos.

En el terreno del orden público, durante el año 2011, los Mossos d'Esquadra crean el área de medicación o “gestión negociada del conflicto”, inspirada en modelos de países europeos como el suco de “gestión de la paz social”. Si la mediación situada en los barrios consiste en regular la convivencia, la mediación de esta paz social consiste en la “gestión del orden público”. Esto implica dotar de formación a los agentes antidisturbios para “dialogar” con los manifestantes (por ejemplo) e informar de las cargas inminentes por redes sociales. Según el especialista en Orden Público del Instituto Seguridad Pública de Catalunya Marc Pons, este modelo se basa también en conocer quiénes son los manifestantes, cómo se organizan y qué quieren para

“facilitar” a protestas dentro de los límites de lo aceptable.

En el ámbito de la “gestión de la convivencia”, propio de las policías locales, las estrategias de proximidad son diferentes en función de los perfiles poblacionales de los barrios, dado que la seguridad se entiende como algo subjetivo, sujeto a percepciones y creencias. Son, por lo tanto, cambiante en los diferentes segmentos de público. Una de estas estrategias es la de la co-creación, que se basa en implicar a los vecinos en la gestión de sus planes de seguridad.

Esta forma de funcionar, que puede dar una imagen de mayor grado de democracia en la gestión, no deja claro quiénes son considerados vecinos con derechos de participación y fomenta la separación entre los que participan, cuyos intereses estarán protegidos, y los que no participan y quedan excluidos o suponen la encarnación de la amenaza en el peor de los casos. Encontramos ejemplos de ello en las mesas de co-creación de seguridad. A fin de cuentas, los participantes de las mesas de co-creación son en su mayoría miembros de juntas vecinales o asociaciones que tienen ahora, además, contacto directo con las instituciones públicas (Ávila y García, 2015. Pp 199-227). Estos investigadores concluyen que, en la mayor parte de territorios, estas estrategias comunitarias de participación acaban limitándose a un papel simbólico que proyecta una imagen de los cuerpos de seguridad más democrática para aquellos vecinos llamados a participar en el diseño de planes para reprimir y excluye a los vecinos que no comparten sus intereses, actitudes o formas de vivir.

Las estrategias comunitarias recogen las necesidades expresadas por vecinos llamados a la participación y trabajan en el plano de la seguridad subjetiva. Un ejemplo de ello, es la prevención situacional basada en cámaras de videovigilancia que no funcionan o que nadie mira para proporcionar sensación de

seguridad a comerciantes, o bien la presencia de patrullas de policía en franjas horarias en las que hay “público”, es decir en las que los vecinos pueden verlas y su ausencia en franjas horarias de mayor inseguridad objetiva.

Otra de las estrategias antes mencionadas, es la de la penetración de la policía en ámbitos en los que antes no disponía de presencia, como en el terreno de lo social, lo sanitario o lo educativo. En el primer caso, asistimos a una desaparición de servicios sociales destinados a contener la exclusión y al fomento de un trabajo en red entre los agentes sociales y policiales. Recogiendo lo señalado por Débora Ávila en “Entre el riesgo y la emergencia: “la nueva protección social en el marco del dispositivo securitario neoliberal” (Ávila y García, 2015), el efecto producido es que la policíaedulcora su lenguaje, maquilla la vertiente represiva de su labor y los agentes sociales acaban adoptando lógicas securitarias. Ambas partes mutan y se van acercando a una misma función en relación a la contención de la desigualdad y el malestar social que se aleja cada vez más de un horizonte político y de justicia para acercarse a un planteamiento enmarcado en la seguridad ciudadana. La policía comunitaria y de proximidad se basa entonces en políticas preventivas y en un discurso “comunitario” que desdramatiza la delación ciudadana e involucra a las personas en la gestión de su propia represión.

Imaginario securitario

Hemos planteado al inicio del artículo que los conflictos pasan por un marco interpretativo securitario a la hora de hacer políticas públicas. Es necesario tener en cuenta la forma en que se producen estos marcos en el imaginario social. Siguiendo el planteamiento de Debray, vivimos en la era de la *video-esfera* donde la imagen es una herramienta básica del poder, que tiene, además, la capacidad de estar

en todas partes (Debray, 1995). Sabemos que las estrategias preventivas comunicativas, no solo conviven con las represivas, sino que necesitan de éstas para producir imágenes. La represión se vuelve espectáculo y se consume en redes sociales y en medios de comunicación.

Las estrategias basadas en el populismo punitivo tienen dos vertientes. Por un lado, lo que Garland (2005) llama el *acting-out*: canalizar la angustia social ante un fenómeno con imágenes represivas en los medios. Y por el otro, la de ensalzar la imagen del Estado como máximo y único protector, maquillando la evidencia de la multiagencia y el asociacionismo. Estas son estrategias que se realizan a través de los medios de comunicación de masas tradicionales. Sin embargo, el sentimiento de pertenencia y de comunidad que se crea en las mesas vecinales también necesita el ritual del castigo al *ellos* (que es pura imagen y solo sirve para invocar esta separación). Un castigo a la amenaza que satisface la necesidad de seguridad y de pertenencia al lado “bueno”, “seguro” y “responsable” de la sociedad. Judith Butler (2010) trabajó esto en sus escritos sobre las imágenes de los prisioneros de guerra en Guantánamo, difundidas por los medios en Estados Unidos, en las que aparecían guardias humillando y torturando prisioneros no considerados como humanos. La difusión de esas imágenes constituye una ampliación del límite de lo socialmente aceptable.

Respecto a la centralidad de la imagen en la política y las políticas, además del control social, podemos remitirnos a las imágenes producidas durante el confinamiento del Covid. Por un lado, los medios de comunicación emitieron imágenes de ataúdes, hospitales de campaña y demás panoramas dantescos y generadores de alarma social. Por otro lado, las colas con metro y medio de distancia entre personas y las mascarillas de diferentes formas, componen un paisaje humano

postapocalíptico y peligroso que contribuye a la sensación de miedo.

En relación con internet y las redes sociales, se crea una imagen atractiva, de pertenencia, o al menos se desdramatiza la delación y se consumen las imágenes de represión que se comparten y difunden en las redes sociales personales de los usuarios individuales.

Por último, es necesario mencionar los contenidos de ficción televisiva en series como “El comisario”, así como en eprogramas que hacen seguimiento de las supuestas rutinas de los agentes de policía, en los que no siempre aparecen como agentes de proximidad, sino que en ocasiones, la represión acaba siendo un espectáculo televisivo. En este sentido, podemos hablar de un consumo de imágenes represivas, tanto en los medios de comunicación, como en la realidad de los barrios, así como en las redes sociales. Diremos que estas imágenes resultan seductoras, trabajan en el plano simbólico e imaginario distribuyendo sentidos, creando una separación imaginaria entre quienes son reprimidos y quienes consumen de forma satisfactoria las imágenes de la represión, potenciando su demanda.

Conclusiones

La policía es la institución encargada del control social formal. Lo ejerce de manera negativa, regulando los comportamientos individuales o colectivos mediante la creación de sistemas de vigilancia, la imposición de sanciones a las conductas desviadas, aplicadas de forma inmediata o mediante la incoación de procesos penales (Reiner, 2010). En el capitalismo contemporáneo donde todas las actividades y ámbitos pasan por el mercado y el consumo (Lipovetsky, 2020), vemos cómo las políticas de seguridad y los modelos policiales, no solamente se adaptan a lógicas gerenciales

neoliberales, sino también a la necesidad de seducir.

Sabemos desde Foucault (2006) que el poder no solamente reprime, sino que también produce vida, moldea conductas y subjetividades. Como hemos visto, a partir del surgimiento del liberalismo, el autor aparta a la policía de cualquier tarea que no sea la de reprimir y ser auxiliar de la justicia. Ahora nos hemos centrado en cómo la faceta represiva del Estado (la policía), seduce, en un contexto hiper individualizado, en el que la participación política se da a través de una *app* y las comunidades son públicos fragmentados en base a perfiles de consumo. Decimos que el papel “integrador” del individuo dentro del Estado del que disponía la policía en la época de la razón de Estado, se da ahora a través de la creación de contenido, de la comunicación, del marketing y de la identificación.

A lo largo de nuestro recorrido, nos hemos centrado en algunos aspectos nuevos del control social formal que se corresponden con el contexto actual a nivel tecnológico, cultural, social y político. Además de los aspectos anteriormente mencionados (neutralización de los conflictos, difuminación de antagonismos gobierno-gobernados siguiendo con la lógica del gobierno mínimo, populismo punitivo y espectacularidad de la represión, penetración de la policía en ámbitos sociales, reducción de los problemas sociales a problemas de seguridad e individualización de la responsabilidad social) existe un elemento que se repite en los tres bloques abordados. Se trata del propio marco securitario a la hora de elaborar la experiencia. Si el trabajo de la policía parte de una idea de seguridad que es subjetiva, el trabajo de los cuerpos de seguridad tendrá una dimensión simbólica e imaginaria que implica la producción de imágenes de seguridad/inseguridad que trabajan en el plano de los afectos, los sentimientos y las emociones. A más recortes en derechos y libertades,

mayor empleo de la identificación, de la comunicación individualizada (*apps*), de la fragmentación de públicos y de la presencia en medios de comunicación.

Hemos visto la proyección de la imagen de marca a través de las redes sociales, la producción de imágenes espectaculares a través de los medios de comunicación, así como la creación de un marco narrativo de interpretación de la realidad a través de la producción de imágenes de los mismos medios de comunicación. También la presencia-ausencia de patrullas en el espacio público o las mesas de co-creación producen imágenes de la realidad funcionales al sistema neoliberal y logran involucrar a la población en el diseño de su propia represión. Llegamos así a preguntarnos si la represión (el control social formal al que se dedica la policía) sirve como material de producción imaginaria y constituye una imagen del mundo en la que los sentidos están ya distribuidos dentro de los marcos del *homo economicus*.

Existen numerosos estudios sobre el etiquetaje en medios de comunicación y la producción de la imagen de los perfiles de amenaza, de enemigo y de víctima en el imaginario social. El trabajo de Judith Butler (2010) acerca de los marcos de la experiencia en la guerra “contra el terrorismo islámico” en Estados Unidos, va un paso más allá y plantea cómo la difusión de ciertas imágenes, no solamente señala a colectivos como “enemigos”, deshumanizándolos y situándolos del lado de lo monstruoso, sino que amplía el horizonte de lo aceptable a nivel social, respecto a la violencia de los Estados, de los objetivos políticos de creación de consenso y de la aceptación de lo que percibimos como posible frente a la decisión política de hacer la guerra (Butler, 2010).

Recogiendo a Garland (2005), las políticas neoliberales de recortes y privatización de la desigualdad vienen acompañadas por un

ethos conservador de culpabilización y criminalización de la exclusión. En este caso, estamos ante un nuevo pliegue. Ante este giro conservador susceptible de ser blanco de críticas desde un discurso basado en la justicia social, la producción de una imagen de la policía próxima a la comunidad la dotan de un halo democrático que disipa las críticas al tratamiento securitario y represivo de problemas políticos y de justicia social derivados de las políticas públicas de distribución de los recursos (o ausencia de éstas) y de la represión de la participación y la manifestación política.

Tal y como señala Sonia Andolz, politóloga y experta en seguridad, en el artículo publicado en el “El Quince de Público” en abril de 2011, los cambios se dan a nivel comunicativo. Se refería a la diferencia entre las declaraciones del Conseller de Interior en funciones Miquel Sàmper en las que pidió perdón por la actuación de los Mossos en la represión de las protestas por el encarcelamiento de Pablo Hasel, en comparación con el discurso de Interior en 2011, respecto al desalojo de plaza Cataluña de los activistas del 15-M. En el mismo artículo, Jaume Bosch, exdiputado ICV y experto en seguridad refuerza la misma línea, declarando que la diferencia reside en la persona que habla frente a la ciudadanía cuando hay críticas.

Recogiendo estas declaraciones situadas en el contexto securitario, fragmentado y mediado por la tecnología digital del *yo*, podemos afirmar que la política no es tanto acción, sino comunicación o que la comunicación acaba siendo acción política. Las políticas de seguridad tendrán entonces que crear una satisfacción consensuada, convirtiéndose ellas mismas en acto comunicativo, generadoras de relaciones con una ciudadanía fragmentada en públicos, individualizada y en permanente riesgo y competencia. ¿Cómo transformar el temor derivado de la precariedad producida por un mercado laboral inseguro, la ausencia

de protecciones sociales, el miedo a la pobreza, al desempleo y a la violencia, en demanda de seguridad ciudadana? ¿Cómo convertir las posturas disidentes, críticas o de denuncia en este contexto desigual en una amenaza o en un obstáculo para la vida de los mismos individuos o colectivos excluidos por dicho contexto?

Las estrategias de control necesitan ser asimiladas por las personas que componen el cuerpo social en sus prácticas cotidianas individuales y más mínimas. La comunicación constante con la ciudadanía atemorizada expresando sus angustias, consultas y dudas sobre su propia seguridad, opaca la dimensión política y social de cualquier fenómeno, garantizando ahora también el control social formal. El contacto constante y la emisión de imágenes y mensajes de forma continuada, acaba delimitando no solamente lo que es o no aceptable, sino que precinta el mundo (o nuestra imagen del mundo) estableciendo los límites de lo real y lo posible. De alguna forma, hay una consciencia de la reversibilidad del poder en el plano simbólico, en eso que estamos llamando seducción. Siguiendo a Baudrillard cuando caracteriza el ejercicio del control contemporáneo

La seducción es más inteligente, lo es de forma espontánea, con una evidencia fulgurante (no tiene que demostrarse, no tiene que fundarse) está inmediatamente ahí, en la inversión de toda pretendida profundidad de la realidad, de toda psicología, de toda anatomía, de toda verdad, de todo poder. Sabe, es su secreto, que no hay anatomía, que no hay psicología, que todos los signos son reversibles. Nada le pertenece, excepto las apariencias (Baudrillard, 1987, 11).

Y es en el plano de las apariencias, en el que vemos esforzarse a los cuerpos de seguridad, cuya función represiva ya cuenta con su potencial seductor. Por un lado, muestran una imagen del cuerpo policial alejada de la idea de

represión y por el otro, generan una imagen a la que identificarse que delimita una manera de ser deseable, atractiva y desenfadada (a la par que “despolitizada” o más bien obediente).

Siguiendo a Gruzinski (1994), en la guerra de las imágenes, la proliferación de las imágenes en una era de expansión comunicativa no implica necesariamente la democratización de las mismas.

Podemos situar un ejemplo de lo expuesto en las últimas elecciones chilenas y su uso de las redes sociales para la campaña electoral (Vergara, 2022). Sabemos desde la postmodernidad y la globalización que los grandes discursos políticos, las imágenes-fuerza propias de la ideología, las categorías identitarias y la noción de sujeto, no sirven ya para dar cuenta de un contexto atomizado y fragmentado.

La conversión digital de la práctica totalidad de los ámbitos de la vida produce también un paisaje en constante cambio. Hemos visto cómo estos cambios se introducen en las instituciones públicas, además de, por supuesto, en el ámbito privado. Somos conscientes de cómo operan estos cambios en la subjetivación, el ámbito personal de producción de identidad, directamente ligado al ámbito político (sinóptico).

Sabemos que el poder es siempre reversible y que las estrategias son móviles. La guerra de las imágenes intensas y fugaces (marketing y comunicación) sustituye a la guerra ideológica de imagen estática. Se trata ahora de generar las imágenes que contengan mayor potencial movilizador, como estrategia necesaria. Sin embargo, existe una realidad material que es compleja, a la que estamos circunscritos y que necesitamos poder analizar para tomar decisiones. Las imágenes creadas por las empresas o por la comunicación política, se alejan de la propuesta artística que interpela y que no da un mensaje unívoco (a pesar de

que siempre sean susceptibles de ser subvertidas) ¿Es posible la crítica en un contexto totalizado en la pugna por imágenes atractivas? ¿Frente al deleite seductor del flujo incesante de imágenes descontextualizadas, corremos el riesgo de reproducir relaciones superficiales de consumo y podemos olvidarnos de problematizar nuestras vidas y nuestras luchas?

Referencias

- Ávila Cantos, D., & García García, S. (Eds.). (2015). *Enclaves de riesgo: gobierno neoliberal, desigualdad y control social*. Traficantes de Sueños.
- Baratta, A. (2000) “El concepto actual de seguridad en Europa” artículo presentado en el Congreso Internacional “Criterios para el análisis de la seguridad: estado actual de la investigación”, Escuela de Policía de Catalunya, 14 de junio de 2000, Barcelona.
- Baudrillard, J. (1987). *De la seducción* (E. Benaïroch, Trans.). Grupo Anaya Comercial.
- Beck, U. (2006). *La sociedad del riesgo: hacia una nueva modernidad*. Paidós.
- Butler, J. (2010). *Marcos de guerra: Las vidas lloradas*. Paidós.
- Castells, M. (2017). *Ruptura: la crisis de la democracia liberal*. Alianza Editorial
- Debray, R. (1995). El estado seductor: las revoluciones mediológicas del poder. Manantial.
- Del Pino, E., & Catalá Pérez, D. (2016). El welfare-mix español durante la crisis y la privatización del riesgo social: los casos de la sanidad, los servicios sociales y la atención a la dependencia. *Revista del CLAD Reforma y Democracia*, (66), 163-194. <https://www.re-dalyc.org/journal/3575/357550050006/html/>
- Fernández Guerra, C. (2014). *Policía: las historias de un éxito*. Aguilar.
- Foucault, M. (1976). *Vigilar y castigar: nacimiento de la prisión*. Siglo Veintiuno Editores.

- Foucault, M. (1991) "El juego de Michel Foucault", en Foucault, M. *Saber y verdad*, La Piqueta.
- Foucault, M. (2000). *Historia de la locura en la época clásica*. Fondo de Cultura Económica.
- Foucault, M. (2006). *Seguridad, territorio, población: curso en el Collège de France (1977-1978)* (M. Senellart, F. Ewald, & A. Fontana, Eds.; H. Pons, Trans.). Fondo de Cultura Económica.
- Foucault, M. (2009). *Nacimiento de la biopolítica: Curso del Collège de France (1978-1979)* (H. Pons, Trans.). Ediciones Akal.
- Galdon, G. (2019, April 19). *Inseguridades subjetivas | Barcelona Metròpolis | Ayuntamiento de Barcelona*. Ajuntament de Barcelona. Retrieved February 21, 2022, from <https://www.barcelona.cat/metropolis/es/contenidos/inseguridades-subjetivas>
- García, J. (2014). Gobierno abierto: transparencia, participación y colaboración en las Administraciones Públicas, en Revista Innovar, Vol. 24 (54): 75-88.
- García, S. (2015). Artesanías securitarias: coproducción vecinal del control y su subversión. In S. García García & D. Ávila Cantos (Eds.), *Enclaves de riesgo: gobierno neoliberal, desigualdad y control social* (pp. 199-227). Traficantes de Sueños.
- Garland, D. (2005). *La cultura del control/ The culture of control: Crimen Y Orden Social En La Sociedad Contemporánea/ Crime and Social Order in Contemporary Society*. Gedisa Mexicana S.A
- Gruzinski, S. (1994). *La guerra de las imágenes: de Cristóbal Colón a "Blade runner" (1492-2019)*. Fondo de Cultura Económica.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Tecnología para la humanidad*. LID Editorial.
- Lipovetsky, G (2020) *Gustar y emocionar*. Anagrama Argumentos.
- Neocleous.M (2022) *Maderos, chusma y orden social. Una teoría crítica del orden social*. Katakarak liburuak.
- Reiner, R. (2010). *The politics of the police*. Oxford University Press.
- Rubio, M. (2021, Abril). La estrategia de orden público, en el punto de mira. *El Quinze de Público*, (75), 4-5.
- Vaquero, A. (n.d.). *La reputación online en el marco de la comunicación corporativa: una visión sobre la investigación de tendencias y perspectivas profesionales*. Dialnet. Retrieved February 21, 2022, from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4081825>
- Vergara Maldonado, L. F. (2022). Elecciones en tiempos de pandemia: El caso chileno. *Journalacademy.net*, (6), 165-185. <https://journalacademy.net/index.php/revista/articulo/view/129>
- Villaplana Jiménez, F. R. (2021). Recursos digitales de colaboración y de seguridad pública. Mejorando la autoprotección ciudadana . RIPS: Revista De Investigaciones Políticas Y Sociológicas, 20(2). <https://doi.org/10.15304/rips.20.2.7989>
- Virta, S. (2006). Community Policing, en, McLaughlin E. y J. Muncie, *The Sage Dictionary of Criminology*. London: Sage.
- Wacquant, L. J. D. (2010). *Castigar a los pobres: El gobierno neoliberal de la inseguridad social*. GEDISA.
- Wacquant, L. (2011). Forjando el Estado Neoliberal Workfare, Prisonfare e Inseguridad Social. *Prohistoria: historia, políticas de la historia*, (16). <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/453049>.