

Estudio del uso de Twitter en las policías española y holandesa. Comparación con el caso mexicano

Study of the use of Twitter by the Spanish and Dutch police. Comparison with the Mexican case

Miriam Abril Pérez López*

Karla Guadalupe Patiño Osorio**

RESUMEN

En el presente trabajo se pretende examinar el desarrollo que ha tenido la policía de España para generar la participación ciudadana, así como el éxito en establecer interacciones totalmente directas con el ciudadano a través de plataformas virtuales. De igual forma, se estudiará cómo

la policía holandesa adoptó este modelo de comunicación directa. Para finalizar, se realizará una comparación con el caso mexicano, a fin de analizar y saber qué tan viable podría resultar adoptar un modelo de comunicación igual o similar para la policía de México.

Introducción

En el actual mundo globalizado, la producción, codificación y diseminación de información y conocimiento han llegado a constituirse en pilares para la innovación tecnológica y el crecimiento económico. Simultáneamente, la difusión a escala planetaria y comunicación (TIC) y de las redes informáticas, ha puesto en marcha un proceso de conectividad sin precedentes en la historia humana, el cual ha permitido multiplicar las posibilidades de generar y socializar información y conocimiento, eliminando progresivamente las barreras espacio – temporales. Quizás el fenómeno más sintomático de estos cambios es Internet, red de redes que ha tenido un impacto sustantivo en los procesos económicos en la cultura y en la generación de nuevas modalidades de interacción, comunicación e intercambio de experiencias entre los distintos actores, instituciones y movimientos sociales (Yáñez, & Villatoro, 2005, p. 7).

Si bien las nuevas tecnologías revolucionaron las instituciones gubernamentales y evolucionaron los procesos burocráticos, las redes sociales se han convertido en amplios lazos de comunicación directa entre las instituciones u órganos gubernamentales y el

* Estudiante de la Licenciatura en Ciencias Políticas y Administración Pública de la Universidad Autónoma del Estado de México. Área de acentuación: Procesos electorales, partidos políticos y cultura política.

** Estudiante de la Licenciatura en Ciencias Políticas y Administración Pública de la Universidad Autónoma del Estado de México. Área de acentuación: Comunicación política.

ciudadano, siendo hoy en día algunos de los medios de información más importantes utilizados a nivel internacional, ofreciendo cualquier tipo de mensaje de cualquier lugar en tiempos mínimos. De ahí la importancia de examinar aquellos gobiernos que han explotado dichos medios de comunicación, para ofrecer un mejor servicio a sus ciudadanos a través de las plataformas virtuales.

Considerado como uno de los elementos esenciales de cualquier gobierno, el Poder Judicial es una de las ramas gubernamentales, complicadas, por el hecho de ser parte de la “burocracia de calle”; aquellos que pertenecen a esta, tienen contacto con la sociedad ampliamente, manteniendo todo el tiempo una relación con el ciudadano. Debido a esto, los órganos gubernamentales han tenido que ingeniárselas para crear y fortalecer las interacciones “policía-ciudadano”, así como fomentar la participación ciudadana en el ámbito judicial. Es por ello que para este estudio compararemos el uso de las plataformas virtuales que utilizan los gobiernos de España, Holanda y México.

Decidimos tomar como referencia el caso de la policía española, siendo el más exitoso al hacer uso de la plataforma social Twitter, para generar empatía con sus ciudadanos y fomentar la interacción y participación ciudadanas.

Para este análisis, es preciso entender la llegada y la alta tendencia sobre el uso de redes sociales para aproximarse más al ciudadano, a través de medios comunicativos sociales con perfiles creados por los departamentos de policías, según sea el caso (Meijer, & Torenlid, 2014).

Caso de la Policía Nacional de España en Twitter

Como lo menciona la plataforma digital del gobierno de España, la Policía Nacional es un instituto armado de naturaleza civil con estructura jerarquizada, que tiene como misión proteger el libre ejercicio de los derechos y libertades, y garantizar la seguridad ciudadana, con el fin de salvaguardar la seguridad y soberanía de los ciudadanos. La Policía Nacional crea un nuevo vínculo virtual con la población con el objetivo de permitir un contacto directo con la misma, donde la policía pueda aproximarse más a la ciudadanía con una visión distinta y más amigable que genere una mayor confianza. “@Policía”, la cuenta de Twitter de la Policía Nacional, es gestionada por un equipo de diez personas—ocho policías y dos periodistas—y dirigida por Carlos Fernández Guerra. Esta plataforma nació hace siete años y hoy en día es la cuenta policial con mayor número de seguidores a nivel mundial.

La clave del éxito de este vínculo es la comunicación de quienes lo conforman: los ciudadanos y los policías. La relación policías-ciudadanos se ha generado a través de un lenguaje coloquial y directo, y una comunicación de impacto con la población. Por ello, este portal cuenta con las famosas “tuit-redadas”, que es una campaña en contra de la droga, la cual consiste en la participación tanto del policía como del ciudadano, en la cual los ciudadanos dan la voz de alarma y gracias a ello, este cuerpo de seguridad ha logrado detener trescientas cincuenta sospechas de tráfico de estupefacientes, incautando más de cuatrocientos kilogramos de droga, convirtiéndose en una policía de 3.0. Tienen como objetivo serle útil al ciudadano, a través de tuits informativos con mensajes innovadores e ingeniosos para obtener una comunicación directa. Este modelo de comunicación es el ejemplo máximo de servicio público por la confianza y la interacción totalmente directa con el ciudadano, siendo este el factor más importante y la clave del éxito. Esta plataforma virtual ha logrado que más de dos millones de usuarios interactúen de manera simultánea en asuntos gubernamentales y no solamente siendo partí-

cipe de una interacción, sino manteniéndose informados conscientemente y formándose como ciudadanos activos en temas de su gobierno.

Caso de la policía de Holanda en Twitter

Albert Jacob Meijer y René Torenlid (2014, pp. 6-9) nos proporcionan un análisis de un estudio de caso de la policía holandesa, en el cual realizan una investigación acerca de cómo la comunicación externa hoy en día es tarea de los departamentos de comunicación, pues gracias a las nuevas tecnologías la policía mantiene una autonomía en la comunicación externa con los ciudadanos. Cabe destacar que Twitter es una de las plataformas sociales con mayor fuerza en Holanda y en el mundo, por lo que esta llegó para transformar el trabajo tradicional de la policía centralizada. Este medio social fue adoptado y explotado por Holanda de gran manera con el fin de lograr una cercanía con la ciudadanía; este gobierno le ha dado uso para fortalecer su contacto con el ciudadano, aumentar la legitimidad, salvaguardar la seguridad, fomentar una participación política activa y dar a conocer la imagen policial a través del conocimiento y seguimiento de crímenes, a través de tuits meramente informativos, en los cuales solicitan la participación del ciudadano, considerándose un canal real de participación, pero ¿cómo lograron entablar esta interacción y que los ciudadanos respondieran?

En 2009, el Departamento de Policía construyó cuentas de Twitter creadas por los funcionarios del Departamento de Comunicaciones para los agentes de policía elegidos al azar, a través del portal en línea “Polite 2.0”, donde se crearon mil cuentas, de las cuales permanecen aproximadamente novecientas; se entrevistaron a tres agentes y a un trabajador del Departamento de Comunicaciones (los cuales contaban con el mayor número de seguidores) y las entrevistas consistieron en el tipo de contenido de sus tuits con el objetivo de poder cuantificar e investigar el nivel de centralización y cuántos ciudadanos alcanzan el mensaje. Para este análisis se tuvo que realizar una comparación entre las cuentas centralizadas, o sea, las que ya pertenecían a la policía de la región y las descentralizadas, aquellas que se crearon informalmente para evaluar en qué medida se controlan a nivel central; estas cuentas “híbridas” estaban basadas en los nombres y las referencias policiales. Cabe destacar que gracias a esto, la interacción y participación de los ciudadanos se ha elevado; Twitter ofrece información pública en cuestión de segundos, siendo considerado hoy en día una matriz para el creciente desarrollo de zona. Gracias a este estudio, se llegó a la conclusión de que los usuarios de Twitter sienten más afección a estas cuentas cuando el diálogo es “desinstitucionalizado” y realmente se entabla una interacción.

Caso de la policía de México en Twitter

¿Cómo aplicaríamos este modelo de interacción con el ciudadano para nuestro país? Raramente, ¿es viable? Y si lo fuera, ¿los mexicanos harían un verdadero uso de este? Claramente la policía federal de México cuenta con su propia cuenta de Twitter, pero esto no quiere decir que realmente sea un canal de comunicación totalmente directa con el ciudadano, y si esta existiera, ¿el mexicano querría establecer una interacción directa con una de las instituciones más desconfiables para los ciudadanos? Un estudio realizado por Mitofsky para *El Economista* establece que solo 5 % de la población mexicana le tiene confianza a la policía, dejándola así como una de las instituciones con los más bajos niveles de confianza (*El Economista*, 2016), pero, inclusive, si a pesar de la fatal desconfianza

hacia esta institución por parte de la ciudadanía esta decidiera participar e interactuar con la policía federal, el porcentaje de acceso a internet por vivienda abarca a menos de la mitad del país,

de acuerdo con la ENDUTIH 2016, solo el 47% de los hogares a nivel nacional, tiene acceso a una conexión de internet fija o móvil, y aunque representa un incremento de 7.8 puntos porcentuales respecto del año anterior, aún sigue siendo bajo, informó el Instituto de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) (*El Sol de México*, 2017)

y solo el 39.1 % de la población hace uso de la red social Twitter, siendo en su mayoría niños, adolescentes y jóvenes sus usuarios (*El Economista*, 2016).

Conclusión

Los usuarios en Twitter a nivel mundial rondan entre los 28 y los 32 años, lo que nos hace pensar que son usuarios que fundamentalmente siguen cuentas para informarse e informar.

Es de reconocerse la labor y los logros realizados por parte del gobierno de España en el uso de las redes sociales como medio de denuncia y prevención, al igual que el apoyo y dinamismo que ha ejercido Holanda ante los retos presentados en una sociedad que cambió su forma de comunicar.

Mientras que no es de sorprendernos, pero sí de preocuparnos, que México siga viviendo a años luz del progreso y cercano a una nueva forma de responder las necesidades e inquietudes de la sociedad. El tema de la seguridad en México es un “problema” y como tal debería de ser tratado, es decir, como una prioridad y no como un asunto de tribunales ni de oficios. Aceptamos también que el mexicano promedio utiliza las redes sociales como medio de esparcimiento social, más allá de como un medio informativo o de denuncia. Pero el problema no son los mexicanos, sino quien los dirige, pues los cambios culturales para este punto del siglo XXI, ya deberían de radicar en las denuncias y exigencias sociales.

Concluimos afirmando que en México hay muchas cosas malas, más allá de la corrupción y la impunidad que tanto han dañado nuestro Estado de derecho. Pues al no ser capaces de adaptarnos a los nuevos modelos sociales y acartonándonos en los modelos antiguos que nos han impuesto en la política del siglo XX, seguimos generando respuestas burocráticas ante problemas que podrían solucionarse inmediatamente.

Bibliografía

- Bautista, S. (2017). Más del 50 por ciento de mexicanos sin acceso a internet: INEGI. *El Sol de México*. México. Recuperado de <https://www.elsoldemexico.com.mx/finanzas/tecnologia/616214-mas-del-50-de-mexicanos-sin-acceso-a-internet-inegi>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2005). Las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) y la institucionalidad social: hacia una gestión basada en el conocimiento. United Nations Publications.
- esRadiovideos (2015). Las claves del éxito del Twitter de la @Policía. Recuperado el 30 de mayo de 2017, de <https://youtube/pglpW3Eq8Kw>

- Hernández, L. (2016). Hilan siete años de bajas, en credibilidad. *El Economista*. México. Recuperado de <http://eleconomista.com.mx/sociedad/2016/11/27/hilan-siete-anos-bajas-credibilidad>
- Meijer, A. J., & Torenvlied, R. (2014). Organization of Government Communication: an Empirical Analysis of Twitter Usage by the Dutch Police. *SAGE Journals. The American Review of Public Administration* (pp. 1-19).
- Policía Nacional. Plataforma electrónica. España. Recuperado de <https://www.policia.es/>
- Prados, A. (2013). Cómo Twitter cambió a la policía en España. *BBC Mundo*. Recuperado de http://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/06/130613_tecnologia_twitter_policia_espana_ap