

REDES SOCIALES EN LA RELACIÓN DE LAS FUERZAS Y CUERPOS DE SEGURIDAD CON LA CIUDADANÍA

Abel Monfort

Doctor en Ciencias de la Información. Universidad Complutense de Madrid
Profesor de Reputación y Ética Empresarial. Centro Universitario Villanueva
abel@abelmonfort.com
www.abelmonfort.com



El uso de redes sociales por parte de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado no es un instrumento de denuncia propiamente dicha. Sin embargo, sí que se ha convertido en una herramienta que propicia la escucha activa, acerca a la ciudadanía la labor que realizan estos profesionales y permite aconsejar e incluso formar a la sociedad en prácticas beneficiosas para su seguridad personal. De hecho, y como se comentará en estas líneas, el uso de redes como Twitter sirve para obtener información que facilita la lucha contra el crimen en nuestro país. No obstante, y aunque este no sea el tema de análisis de este artículo, también es cierto que su utilización masiva ha planteado nuevos retos en cuanto a los delitos que deben perseguir policías e investigadores.

Es importante destacar la función formativa, preventiva y de atención a la ciudadanía de las redes sociales, puesto que las estas no han sustituido, ni es su intención, a los teléfonos específicos para emergencias o la necesidad de acudir a la comisaría para presentar una denuncia. Por otro lado, entre sus ventajas, sí que se puede asegurar que permiten recabar información que es derivada a los grupos específicos de las diferentes Fuerzas de Seguridad para que analicen la viabilidad de una ulterior actuación. Es común que, a través de los seguidores de las redes sociales institucionales, se pueda observar algún tipo de acontecimiento o fenómeno que se repite y, por lo tanto, actuar en consecuencia. Es ejemplo, los delitos informáticos.

Los orígenes del interés por la presencia activa en redes sociales son muy variados. Por citar alguno de los muchos ejemplos, Mark Payne, inspector jefe de la Policía del Condado de West Midlands

(Reino Unido) asegura que los inicios de su uso en Birmingham, Wolverhampton y Coventry, poblaciones que integran al Condado, perseguían un único objetivo: conectar con la gente joven. Además, cuando comenzaba todo el fenómeno social media, la Policía de esta región del centro de Inglaterra se dio cuenta de que su escasa preparación en el medio era una rémora para el ejercicio de su profesión. De hecho, Payne cuenta anecdóticamente cómo años atrás tuvieron acceso a un video grabado vía móvil en el que se presenciaba un asesinato. Cuando se quiso profundizar en el caso observaron que sus comisarías tenían “capado” el acceso a sitios como Facebook, Twitter, etc. Por lo tanto, antes de iniciar la investigación tuvieron que dedicarse a la burocrática tarea de conseguir permiso para el acceso a la red por parte de todos los oficiales.

Tiempo después de este incidente no hay ningún oficial en West Midlands que no tenga acceso continuo a una conexión online y que no sea alentado para su participación activa en el medio. Es decir, en la actualidad ninguna situación vinculada con el uso de redes sociales implica unos recursos y conocimientos que entorpezcan el desarrollo normal de su trabajo. Es más, avisan de que si no hubiera sido por su presencia en Facebook no hubieran podido tener éxito en multitud de investigaciones.

Este es un ejemplo de tantos en el que se puede ver cómo las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad han podido hacer uso de las principales ventajas de las redes sociales. Entre otras, la de explicar a la ciudadanía la razón de ser de su trabajo y la de prevenir delitos. Al final, un beneficio subrayable es la capacidad de integrarse en las nuevas formas de comunicación, fomentando la transparencia y el acercamiento a la sociedad y a la prensa. Sin embargo, lo cierto es que una segunda derivada lleva a su capacidad de detección de delitos y su posterior resolución.

Beneficios de las redes sociales en la prevención y detención.

Efectivamente, además de la mejora de

la percepción en los ciudadanos, la relación directa entre Fuerzas y Cuerpos de Seguridad con la sociedad y la difusión de conocimiento en torno a la seguridad, las redes sociales también han servido para prevenir el crimen. En 2012, en Estados Unidos, más de 40 departamentos de policía ya utilizaban Youtube para subir vídeos con el objetivo de comunicarse con sus públicos y atrapar criminales. Por ejemplo, en Filadelfia han mantenido un programa que se denomina “Video Villanos” en el que suben a Youtube todas las grabaciones en las que no se ha podido encontrar a los sospechosos de una actividad ilícita y, por lo tanto, se solicitan pistas a la comunidad para atraparlos. Lo mismo ha hecho la Policía de Kansas, que asegura que este tipo de medidas ha sido de gran ayuda para su división de investigación de robos.

En las zonas más rurales también han sabido canalizar las bondades de estas herramientas. Es destacable un ejemplo de la policía de Greenville (Carolina del Sur, Estados Unidos) que utilizó Facebook para denunciar la existencia de un delincuente que había atracado, consecutivamente, más de tres gasolineras. A través de las redes sociales pudieron emitir un mensaje que rápidamente fue etiquetado con “me gusta” por más de 6.400 personas. Esta característica de la red social permitió llegar a más de 25.000 vecinos del lugar de manera indirecta. Dado el éxito de la medida, todas las pequeñas comisarías y otros organismos del orden en el área de Greenville están conectadas, hoy en día, a Twitter o Facebook para poder estar más vinculados y relacionados con la comunidad.

Esta implantación de redes sociales es un proceso paulatino que se está integrando en todos los Cuerpos y Fuerzas de Seguridad de las principales democracias occidentales. A principios de este año, USA Today informaba sobre la utilización de redes sociales en Cuerpos de Seguridad a partir de una encuesta realizada por International Association of Chiefs of Police. Según ésta, el uso de social media para investigaciones criminales es muy común, ya que el 85% de las 500

agencias de seguridad analizadas aseguran recurrir a redes sociales y tener una política de uso al respecto. Entre las cuales, más del 80% subraya que no sólo se utilizan para comunicación, sino para resolver crímenes en su jurisdicción. El incremento en el uso de estos medios es extremadamente interesante. Sobre todo, si se tiene en cuenta que en 2012 la misma encuesta detectó que sólo el 48,6% de los organismos estaban en redes sociales y tenían una política para su utilización.

España no supone una excepción. Entre los diferentes operativos en los que las redes sociales han tenido un papel protagonista destaca la persecución contra la pornografía infantil en Internet. Sin embargo, la denominada "TweetRedada" ha sido uno de los casos de éxito con mayor relevancia mediática en lo que respecta a la lucha contra el crimen a través de redes sociales. A principios de 2012, la Policía Nacional abrió una dirección de correo electrónico, antidroga@policia.es, y a través de Twitter invitó a la ciudadanía a que denunciara todo tipo de actuaciones vinculadas con el narcotráfico. Como consecuencia, las unidades periféricas antidroga pudieron iniciar cientos de investigaciones. De hecho, entre los resultados del primer mes ya se observó su futuro éxito, obteniendo efectos positivos gracias a la detención de 10 personas, la incautación de 10 kilogramos de cocaína y cientos de intervenciones sobre pequeñas dosis y menudeo.

Recientemente se informó de que, hasta la fecha, esta iniciativa ha permitido detener a más de 300 personas. Todo ello, gracias a la excelente labor de coordinación de la Policía y a la participación ciudadana. Sin embargo, hay que destacar que esta participación sólo pudo ser promovida mediante la repercusión que proveyó un medio tan seguido por millones de usuarios como es Twitter. Por ejemplo, una de las intervenciones por motivo de "TweetRedada" permitió que la Policía se incautara de 227 kilos de cocaína mediante la información obtenida a través de la afamada red social. Debido a informaciones previamente recabadas en este canal, las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad consiguieron interceptar un envío de droga con destino a un polígono industrial en La Mula (Zaragoza). Desde ahí, sería repartido masivamente en Madrid. Una vez más fue el eco provocado en internet el que facilitó que la colaboración ciudadana informara mediante mensajes directos a la Policía Nacional.

En el caso de la "TweetRedada", todo comenzó mediante una denuncia que alertaba sobre la existencia de ciudadanos dominicanos que distribuían droga en Madrid. A partir de esta información, los investigadores pudieron ir uniendo piezas y llegaron a identificar a las personas, su funcionamiento y los métodos con los que contaban para introducir la droga en España. Fue un duro trabajo y de muchos meses, pero permitió seguir la pista de uno de los principales implicados y de la empresa que se ocultaba tras el tráfico de drogas. Con perspectiva, se puede afirmar que gracias a esa primera denuncia a través de Twitter y al posterior trabajo de los Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado se pudo saber de la llegada del contenedor al Puerto de Barcelona. Posteriormente, se desataron las consecuencias que permiten afirmar el éxito policial de la operación. En cierta medida, fue Twitter y la corresponsabilidad ciudadana los que hicieron constar que se iba a producir una entrega de 227 kilos de cocaína escondida entre pieles de bovino provenientes de República Dominicana.

Nuevos servicios y posibilidades en torno a las redes sociales: servicio de Alertas a través de Twitter

Otro de los usos que se ha implantado en los últimos tiempos a través de las nuevas tecnologías es el servicio de alertas. Se trata de una herramienta planteada para ciudadanos e instituciones con el objetivo de informar a la población de manera inminente sobre situaciones de relevancia extrema. La forma de utilizar estas alertas es relativamente simple: hay que tener una cuenta en Twitter y acceder a la dirección <https://twitter.com/policia/alertas>

Tras realizar este paso, el sistema da tres opciones de visualización:

- El envío de un SMS al móvil cuando se produce una situación de emergencia.
- La visualización de un mensaje destacado en la pantalla de inicio de Twitter. Marcado en color especial y con el icono de una campana.
- El aviso a través de una alerta en la pantalla del móvil mediante la aplicación de Twitter.

En los dos últimos casos hace falta ser seguidor de @policia en tu cuenta de Twitter y tener las alertas activadas en el móvil (en la última opción). En la primera opción sólo se requiere ser usuario de

Twitter.

El servicio de alertas de Twitter está planteado para casos excepcionales, ya sean actos terroristas, catástrofes o situaciones de emergencia masiva. Esta característica, recientemente inaugurada en España, también está presente en otros países como Estados Unidos o Australia. De hecho, 14 organizaciones australianas se han adherido al sistema para poder informar en tiempo real sobre incendios u otros temas de interés general para la población. En Reino Unido también es usado por agencias medioambientales para informar sobre posibles riesgos de inundaciones. El tiempo dirá si otras instituciones españolas se adherirán al servicio o es Policía Nacional quien gestionará todo la aplicación.

Twitter, Policía y denuncia social

Asimismo, existen otros usos de Twitter que merecen consideración. Este es el caso de la Policía de Manchester, que utiliza la red social para informar pormenorizadamente de todo lo que acontece en su jornada de trabajo. La historia es curiosa, puesto que su implantación fue una reacción a la posible reducción presupuestaria a la que se enfrentaba el cuerpo. De esta manera, decidieron mostrar a instituciones y políticos que la labor que realizan los oficiales de Manchester es muy superior a lo que habitualmente se piensa.

Consecuentemente, la Policía de Manchester informa de todos y cada uno de los incidentes que reciben diariamente. Su intención es mostrar todo lo que realizan, más allá del clásico "atrapar ladrones". Por eso, "tuitean" sobre situaciones que no han llevado a ninguna situación trágica, que han podido ser relativamente variopintas, pero que han implicado un esfuerzo. En definitiva, pueden parecer anécdotas al final del día que no entrañan daño severo para ningún implicado pero, según informaba el diario británico The Guardian, acarrear mucho tiempo, recursos y complejidad. Este es el objetivo que perseguía la Policía de Manchester: dar a conocer la amplitud de su trabajo. Al fin y al cabo, su forma de administrar la red social se originó como mecanismo de defensa ante aquellos que no conciben lo público como un todo que trabaja por afrontar los retos y dificultades de la sociedad y quieren poner en tela de juicio sus necesidades (en este caso a través de recortes en el presupuesto).

Comunicación personal o general.

Hay otras ciudades que han concebido la comunicación en redes sociales de una manera menos institucional y han habilitado a oficiales para que se encarguen de representar a toda la policía local. Este es el caso de algunas localidades de Reino Unido, donde diversos agentes cuentan con el beneplácito de sus respectivas comisarías para poder "tuitear" en representación de sus compañeros. Sin embargo, la falta de preparación en una actividad tan determinante como el cargo de portavoz puede ser un factor desencadenante para los problemas.

En 2012, el Her Majesty's Inspectorate of Constabulary (HMIC), algo así como los asuntos internos de la policía británica, obligó al cierre de varias de estas cuentas por considerar que la actuación que habían desempeñado en internet no cumplía con los "los altos estándares que se espera de sus oficiales y trabajadores", según afirmaba el propio HMIC en un comunicado. De hecho, uno de los portavoces de esta oficina subrayaba que "nadie va a ser inhabilitado por el uso de las redes sociales pero es necesario marcar unas directrices".

Esta es precisamente la cuestión central sobre la decisión de abrir o no una cuenta en Twitter, Facebook, Youtube o cualquier otra red social con capacidad de impactar en la sociedad. Muchas organizaciones o instituciones se plantean cómo acometer el proyecto y cuál debe ser el contenido central de los mensajes que se emitan. En España existe un claro ejemplo de buen hacer. Se trata de la cuenta en Twitter de Policía Nacional (@policia), que utiliza las herramientas social media de manera ejemplar. De hecho, tal es su nivel de profesionalidad y eficacia que expertos nacionales e internacionales han avalado su actuación. Es más, tanto la afamada BBC News, que analizaba este ejemplo español bajo el titular "Cracking crime with Twitter in Spain" (algo así como "Dando caña al crimen en Twitter en España"); como la relevante agencia de noticias Reuters, que titulaba "Spanish police get serious on crime using Twitter jokes" ("La policía española se pone seria con el crimen apelando al humor en Twitter") han destacado una fórmula que ha servido para hacerse con público difícil de impactar y al que sólo era posible llegar mediante técnicas de comunicación convencionales y presupuestos elevados.

Policía Nacional. Caso de interés

mundial

La cuenta del Cuerpo Nacional de Policía en la red social Twitter abrió sus puertas, o sus tweets, en marzo de 2009. Desde su inicio ha vivido un espectacular crecimiento que lo ha llevado a tener más de 850.000 seguidores. De hecho, se ha convertido en el canal en Twitter de fuerzas de seguridad más seguido del mundo. Hasta ahora mantenía cierta rivalidad con el FBI norteamericano, pero finalmente ha sido la Policía Nacional quien ha adelantado a la oficina federal de investigación.

El secreto de la Policía Nacional ha sido alejarse de convencionalismos en el medio, rehuir de comunicaciones basadas en notas y comunicados tradicionales de prensa; y trabajar con un lenguaje coloquial, con respuestas rápidas y largas jornadas de trabajo. Consecuentemente, han hecho de Twitter un vehículo bidireccional, que permite comunicarse con la ciudadanía pero también escuchar las inquietudes, dudas o preocupaciones del importante espectro de la población que es usuario habitual de esta red. En cualquier caso, y como todo en la vida, la fórmula de su éxito no nació de la nada, si no que fue mediante un paulatino descubrimiento de lo que realmente interesaba a los ciudadanos. Progresivamente, se pasó de utilizar Twitter como un canal de comunicación destinado a los medios de comunicación y facilitador de información institucional, a un canal cuyo meta principal era la formación, prevención y atención.

No obstante, son numerosos los tipos de mensajes que deben contestar, tales como dudas de padres sobre el uso adecuado de internet, problemas de drogas, vandalismo, cuestiones que muchos ciudadanos desconocen y que gracias a la rápida velocidad de contestación que ofrecen las redes sociales son resueltas con agilidad. Además, y conviene decirlo, también se reciben felicitaciones y saludos por parte de los vecinos o ciudadanos.

Uno de los principales problemas a los que se enfrenta cualquier persona o institución que busca la presencia pública en las redes son los denominados trolls o difamadores, aquellos que disfrutan alterando al que está al otro lado de la pantalla. En estos casos, lo idóneo es dejar pasar estos mensajes y no entrar en su juego, puesto que lo habitual es que busquen el autobombo o el aparecer citados en un canal institucional de tal

relevancia como el que puede representar cualquier cuenta de Twitter de los Cuerpos o Fuerzas de Seguridad del Estado.

Dado el éxito de la cuenta @policia, se van a destacar una serie de características que conviene mencionar para todos aquellos Cuerpos u organismos que se estén planteando la apertura de un canal de este tipo. El artífice de todo el importante recorrido del equipo de Policía Nacional en redes sociales es Carlos Fernández Guerra, quien ha sido entrevistado en numerosas ocasiones dado el éxito de su cuenta en la red social. Recientemente, según informaba El Mundo con motivo de la última Social Media Week Barcelona, explicó que el 50% de su tiempo lo destina a planificar y preparar los mensajes que colgarán en Twitter, el restante 50% lo dedican a responder a las más de 2500 menciones que reciben diariamente.

Antes de implementar este canal de microblogging parece oportuno echar un vistazo a las características que son subrayables en la profesionalidad de Policía Nacional en Twitter:

- Hablar el mismo "idioma" que el público destinatario del mensaje: una manera de conectar con la ciudadanía y alejarse de la sobriedad de las Comisarías es entender sus posibilidades formativas y de prevención a través de un lenguaje que conecte con los públicos. Hay que recordar que los usuarios de Twitter son personas que generalmente acuden a ellas con afán lúdico, de lo contrario accederían a web especializadas, publicaciones de información general u otro tipo de contenidos. Por ello, parece que lo correcto es hablar en un lenguaje que conecte con estas expectativas.

En Policía Nacional tienen un sistema que parece haber surtido efecto. Se trata de mantener un tono ligero pero adecuado a las horas del día. Así, conjugan la información más técnica con un discurso comprensible. Para ello, hablan de su quehacer diario pero alejado de lo que normalmente se ve en los informativos. Además, adaptan el contenido al "horario laboral". Por eso, por las mañanas y tardes lanzan mensajes de interés general pero con sobriedad, mientras que al caer la tarde se relajan, aprovechando para lanzar mensajes más livianos

sobre conductas y hábitos que eduquen en la protección y prevención desde un punto de vista menos formal y con toques de humor explícitos.

Esta forma de hablar no viene de serie ni es arbitraria. Todo encargado de emitir un mensaje a través de la cuenta de Twitter de Policía Nacional ha recibido una formación específica, haciendo de la redacción en redes sociales una especialización en materia de seguridad que adquiere las funciones de gabinete de comunicación tradicional. Por todo ello, su recurso al humor es administrado con buen gusto, entre mensajes que se centran en información de servicio público, noticias o imágenes policiales, puntos esenciales del mantenimiento de la seguridad online o la consulta concreta de dudas de los usuarios.

Servicio de alertas: dada la cercanía que provocan las redes sociales, Policía Nacional también da avisos sobre eventos especiales (eventos deportivos, manifestaciones, etc.). Por ejemplo, cuando ocurrió el trágico accidente ferroviario de Santiago de Compostela, avisaron a sus seguidores de la necesidad de donar sangre. Muchos de sus mensajes con relación a este tema llegaron a ser reenviados más de 17.000 veces. Aunque esta característica será suplantada por el servicio de alertas previamente detallado, es un aspecto interesante para policías autonómicas y locales que no tengan acceso, de momento, a ese servicio ofertado por Twitter.

Afán global: No todos los cuerpos pueden estar interesados en esta característica, pero lo cierto es que al menos las Autonomías y localidades con un flujo mayor de visitantes extranjeros deberían planteársela. Policía Nacional abrió en 2011 un canal específico de habla inglesa para facilitar la información a aquellos turistas o interesados que quisieran estar al día de la realidad española en materia de seguridad o simplemente por precaución ante un viaje inminente al país.

Esta idea, que puede parecer muy ambiciosa para cuerpos locales, puede ser un instrumento más de generación de Turismo de calidad. Al fin y al cabo, gran parte de la costa española llena sus playas con ciudadanos de otras partes del

mundo que pueden ver reforzado su apego al turismo nacional gracias a una medida tan simple como esta.

La importancia de lo visual. Otra forma de atraer la atención de los ciudadanos es aportar una información acompañada de contenido audiovisual. Esta es una máxima muy bien entendida por los responsables de contenido en redes sociales de la Policía Nacional. Así, además del canal en Twitter, cuentan con un perfil muy activo en YouTube. En esta plataforma ha sido famoso un video titulado "Una noche cualquiera de la Policía Nacional en el Distrito Centro de Madrid", en el que muestran una jornada de trabajo en esta localidad. Lo llamativo de la iniciativa es que no sólo lo limitan a una recreación de la encomiable labor que se realiza diariamente, sino que lo adornan con una canción atractiva que permite atraer la atención de los usuarios y mejorar la percepción ciudadana de la labor que realizan los policías. Concretamente, la canción es "Bad Boys", famosa por ser la banda sonora de la película con el mismo nombre.

Es normal que no todos aquellos cuerpos que quieran implantar estos sistemas cuenten con los conocimientos necesarios para gestionar tantos medios. Pero aprovechando un perfil en Twitter o Facebook se puede añadir con cierta regularidad alguna imagen o video que acompañe el mensaje expresado. En el caso de la Policía Nacional, sus "áreas temáticas" en Youtube se engloban en: "Así es la Policía Nacional", donde se incluyen breves reportajes sobre el funcionamiento de sus unidades; "Actuaciones y servicios de la Policía Nacional", donde describen audiovisualmente los operativos que realizan; y "Consejos de la Policía" en las que se aconseja a los ciudadanos en materia de seguridad.

En fin, que las recetas pueden estar servidas; la cuestión es hasta qué punto se está dispuesto a poner toda la carne en el asador.

En resumen, las características de la cuenta en redes sociales de Policía Nacional se pueden abreviar apelando al mencionado Carlos Fernández Guerra, quien tras ocho años de trabajo y siendo el único no policía del Cuerpo, asegura que la máxima del equipo de redes sociales es la

de dar Interés, Utilidad e Impacto (I+U+I). Es cuestión de tiempo que toda la Policía Autonómica y Local deba adherirse al carro de las redes sociales. Desde luego, tomar como ejemplo parte de la labor que realiza Policía Nacional puede ser un buen punto de partida.

Obviamente, la mejor fórmula siempre es la adaptada a las circunstancias propias. No obstante, comparar y contrastar es un método que nunca falla y la cercanía con los ciudadanos es una posibilidad que se sirve en bandeja gracias a las nuevas tecnologías. Una aspecto que no ha sido subrayado es que el presupuesto que requieren este tipo de estrategias es mucho más accesible que cualquier otro tipo de comunicación, sobre todo, tradicional.

Además del importante apoyo para la comunicación, prevención y escucha de la ciudadanía, Twitter ha servido para convertir a Policía Nacional en un cuerpo 3.0, tal y como sostiene Ignacio Cosidó, Director General de la Policía; renovando el Cuerpo para los retos del avanzado nuevo siglo y permitiendo nuevas vías para la lucha contra el crimen.

Destacadas presencias en Twitter

A continuación, se puede ver un cuadro comparativo respecto al número de seguidores y tweets enviados por los distintos Cuerpos y Fuerzas de Seguridad españoles. La metodología que se ha seguido para extraer esta información es simple: se ha acudido a Twitter y se ha puesto como palabra clave "policía" (a excepción de "Guardia Civil", Ertaintza, Mossos d'Esquadra y 112, que se han buscado de manera concreta) y "Ejército". A partir de ahí, se han seleccionado las cuentas que aparecían en los primeros puestos de los resultados de búsqueda. En la calificación se han eliminado aquellos que no habían enviado ningún Tweet o que aseguraban ser una cuenta "no oficial". Los datos son los siguientes:



Nombre Policía por Localidad/Territorio/Cuerpo	Delimitación territorial	Cuenta Twitter	Seguidores	Tweets
Rianxo	A Coruña	@PLRianxo	84	222
Ferrol	A Coruña	@ferrol092	529	328
Vitoria	Álava	@VG_Policia	2575	3535
Villarrobledo	Albacete	@plvillarrobledo	1143	634
Pilar de la Horadada	Alicante	@policiapilar	111	62
Benicorm	Alicante	@POLICIALOCAL	1061	423
Rafal	Alicante	@PoliciaRafal	260	262
Altea	Alicante	@Plaltea	360	2224
Orihuela	Alicante	@plorihuela	349	250
Novelda	Alicante	@PoliciaNovelda	340	387
El Ejido	Almería	@Policiaejido092	560	964
112	Andalucía	@E112Andalucia	14500	3407
Aragón	Aragón	@PoliciaAragon	170	140
Nava	Asturias	@PoliciaLovaNaI	349	1301
112	Asturias	@112Asturias	4196	934
Almendralejo	Badajoz	@PoliciaLocalAlm	2136	472
Villafranca de Barros	Badajoz	@policiavca	532	94
Badajoz	Badajoz	@policiabadajoz	2101	318
Montijo	Badajoz	@PoliciaMontijo	672	228
Pineda de Mar	Barcelona	@PL.PinedadeMar	554	301
Piera	Barcelona	@policiapiera	238	156
Manresa	Barcelona	@policiamanresa	847	1500
Castellas del Vallès	Barcelona	@plcastellar	593	128
Malgrat de Mar	Barcelona	@PoliciaMalerat	1117	1407
Santa Maria de Palautordera	Barcelona	@PL_Palautordera	521	249
Canet de Mar	Barcelona	@PL.CanetdeMar	585	1539
Palafolls	Barcelona	@PLPalafolls	399	132
Tona	Barcelona	@PLTona	521	444
El Puerto de Santa María	Cádiz	@PoliciaLocal092	1167	796
Chiclana de la Frontera	Cádiz	@POLICTAChiclana	619	340
112	Cantabria	@BomberCant112	8019	6954
Burriana	Castellón	@poli_burriana	366	433
112	Castilla y León	@emeey112	12200	4993
112	Catalunya	@112	17600	4390
Mossos d'Esquadra	Catalunya	@mossoscat	28600	6062
112	Ceuta	@112ceuta	3326	8333
Puertollano	Ciudad Real	@PuertoLocal092	2955	1382
Ciudad Real	Ciudad Real	@PLCiudadReal092	698	235
Velilla de San Antonio	Comunidad de Madrid	@PoliciaVelilla	114	43
Alcobendas	Comunidad de Madrid	@ALCBDS_Policia	676	2571
Pinto	Comunidad de Madrid	@policiapinto	554	424
Parla	Comunidad de Madrid	@PL_Parla	294	419
Fuenlabrada	Comunidad de Madrid	@PoliciaFuena	1268	347
Griñón	Comunidad de Madrid	@PoliciaGrinon	77	14
Madrid	Comunidad de Madrid	@policiademadrid	28200	4561
Alcorcón	Comunidad de Madrid	@PoliciaAlcorecon	2027	1264
Morata de Tajuña	Comunidad de Madrid	@PoliciaLMorata	56	41
Tres Cantos	Comunidad de Madrid	@policia3cantos	380	456
Campo Real	Comunidad de Madrid	@PLocalCampoReal	204	151
Torrejón de Ardoz	Comunidad de Madrid	@PoliLocalTorrej	19	1
112	Comunidad de Madrid	@112cmadrid	46300	10900
Puente Genil	Córdoba	@PoliciaPteGenil	1456	1563
Rute	Córdoba	@PoliciaRute	437	667
La Rambla	Córdoba	@PoliciaLaRambla	1289	1495
Guardia Civil	España	@Guardiacivil062	145000	3348
Policia Nacional	España	@policia	890000	8012
Ejército del Aire	España	@EjercitoAire	17700	863
Estado Mayor Defensa	España	@EMADmde	4381	451
Grupo Delitos Telemáticos G. Civil	España	@GDTGuardiaCivil	86700	693
Fuerzas Armadas Españolas	España	@reclutamientoES	19500	2462
Ejército de Tierra	España	@EjercitoTierra	28900	2148
Armada Española	España	@Armada_esp	18500	2227
112	Euskadi	@112_SOSDeiak	6199	5504
Ertzaintza	Euskadi	@ertzaintzaEJGV	5943	3765
112	Extremadura	@GobEx112	5203	1505

Lloret de Mar	Girona	@PLlloret	641	461
Tossa de Mar	Girona	@PoliciaTossa	514	200
Llagostera	Girona	@Pillagostera	548	451
Caldes de Malavella	Girona	@Plealdesmalavel	490	151
Jun	Granada	@PoliciaJun	3287	808
Jaca	Huesca	@policiajaca	273	153
112	Illes Balears	@112IllesBalears	8751	4627
Canaria	Islas Canarias	@CGPCanaria	929	3783
Mengíbar	Jaen	@PoliciaMengibar	217	36
Mancha Real	Jaen	@PLocalMReal	894	277
Baeza	Jaén	@Polilocalbaeza	496	236
Las Palmas de Gran Canaria	Las Palmas	@PoliciaLPA	9988	10000
Pajara	Las Palmas	@PoliciaPAJARA	208	422
Coín	Málaga	@policiacoin	460	212
Murcia	Murcia	@MurciaPolicia	2205	834
Blanca	Murcia	@PL_Blanca	31	11
112	Navarra	@navarra112	1838	145
Policia Foral de Navarra	Navarra	@policiaforalnav	2532	4732
Moaña	Pontevedra	@PLMoana	285	109
112	Región de Murcia	@112rmurcia	7448	1255
Santa Cruz de Tenerife	Santa Cruz de Tenerife	@PoliciaLocalSC	10000	3770
La Guancha	Santa Cruz de Tenerife	@policiaguancha	383	443
Huévar del Aljarafe	Sevilla	@PoliciaHuevar	315	217
Alcalá de Guadaíra	Sevilla	@pl_alcala	362	82
Deltbre	Tarragona	@PoliciaDeltbre	468	254
Ambosta	Tarragona	@PoliciaAmbosta	559	314
Bétera	Valencia	@PoliciaBetera	93	121
Gandia	Valencia	@PLGandia	777	262
Benetússer	Valencia	@PoliciaBntssr	371	805
Chiva	Valencia	@polilocalchiva	214	85
Valencia	Valencia	@policialocalvlc	2368	1172
Enguera	Valencia	@plocalEnguera	23	55

Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la red social Twitter. Fecha de realización: 1 de junio de 2014

Como se puede observar en la tabla, las cuentas que superan los 10.000 seguidores son las de la Policía de Santa Cruz de Tenerife, el 112 de Castilla y León, Andalucía, Catalunya y Comunidad de Madrid; y el Ejército del Aire, la Armada Española y la cuenta global de las fuerzas Armadas Españolas. La Policía local de Madrid y los Mossos d'Esquadra ocupan los puestos 4 y 5 con más seguidores.

Sin embargo, el top 3 con mayor número de seguidores es el formado por el Grupo de Delitos Telemáticos de la Guardia Civil (@GDTGuardiaCivil), con más de 86.000 seguidores; la Guardia Civil @GuardiaCivil062, con más de 145.000 seguidores y, encabezando la lista, Policía Nacional, que en el momento de la elaboración de la tabla era seguida por más de 890.000 usuarios de Twitter.

En cuanto al número de Tweets enviados, la cantidad de veces que la cuenta envía mensajes a sus seguidores, encabezan la lista: 112 Comunidad de Madrid (@112cmadrid) con casi 11.000

Tweets, la Policía de Las Palmas de Gran Canaria (@PoliciaLPA) con más 10.000 y el 112 de Ceuta (@112ceuta) que sobrepasa los 8.000.

Conclusiones

Las experiencias mostradas y los datos analizados demuestran que la inclusión de redes sociales en la relación Fuerzas y Cuerpos de Seguridad con la ciudadanía es un fenómeno imparable y a escala internacional. Los usos que se pueden dar a estas herramientas son extremadamente amplios y los beneficios altísimos.

La cuestión radica en afrontar la determinación por la transparencia, la corresponsabilidad y el deseo de dar a conocer el excelente trabajo que realizan estos profesionales. Una buena gestión de la comunicación debería tener en cuenta las características de su territorio y, a través de la escucha activa de los usuarios de internet, establecer una hoja de ruta que sea capaz de canalizar las necesidades comunicacionales del Cuerpo con las

expectativas de información de los públicos. De esta manera se favorecería una correcta relación y un incremento en la imagen pública que tienen las diferentes Fuerzas autonómicas y locales. El conocimiento del medio permitirá una aproximación que no sólo mejorará las relaciones entre unos y otros, sino que es susceptible de procurar el éxito en futuras operaciones estrictamente policiales.

Parece pertinente que las relaciones entre Fuerzas y Cuerpos de Seguridad con la sociedad no se limiten a las situaciones más dramáticas, propias del entorno de la Comisaría. Todo lo contrario, estos profesionales pueden formar parte activa de la vida de la ciudadanía, dando a conocer a través de las redes sociales la amplitud de servicios que ofrecen al conjunto de ciudadanos. Convirtiéndose así en una parte indispensable de la vida cotidiana en comunidad. Asimismo, los profesionales de la seguridad también encontrarán un vía más para comprender y afrontar los retos de este tiempo. ■