



# COMUNICACIÓN PÚBLICA E IMAGEN MEDIÁTICA EN EL ÁMBITO LOCAL: EL CASO DE LA POLICÍA LOCAL DE GRANADA

**José Antonio Moreno Rodríguez**

Intendente de la Policía Local de Granada. Doctorando en  
Criminología por la Universidad de Granada.

**España**

**Resumen:**

La privación de libertades por la pandemia del coronavirus ha puesto de manifiesto la importancia de una correcta comunicación pública. Este artículo pretende estudiar la imagen de la Policía Local de Granada en la prensa local y en sus cuentas institucionales de Twitter. Para ello, se ha recurrido a una estrategia metodológica mixta. Por un lado, se ha aplicado un análisis de contenido cuantitativo para localizar encuadres periodísticos. Y, por otro lado, se ha aplicado un algoritmo no supervisado LDA para estudiar los diferentes temas presentes en los perfiles de Twitter. Los resultados muestran que la prensa ofrece una imagen excesivamente coercitiva de la policía local. En comparación con los mensajes de Twitter se detecta una dualidad informativa a la hora de seleccionar y filtrar la información. En definitiva, este artículo pretende ser una primera aproximación empírica a un fenómeno escasamente abordado en España.

**Palabras clave:**

policía local, Granada, comunicación, prensa, Twitter.

**Abstract:**

Deprivation of liberty by the coronavirus pandemic has highlighted the importance of proper public communication. This article aims to study the image of the Local Police of Granada in the local press and on their institutional Twitter accounts. A mixed methodological strategy has been used to do this. On the one hand, a quantitative content analysis has been applied to locate journalistic frames. And, on the other hand, an unsupervised LDA algorithm has been applied to study the different topics present in Twitter profiles. The results show that the press provides an overly coercive image of the local police. Compared to Twitter messages, an informative duality is detected when selecting and filtering information. In short, this article is intended to be a first empirical approach to a phenomenon sparsely addressed in Spain.

**Key words:**

local police, Granada, communication, press, Twitter

**Sumario:** I. Introducción. II. La Policía y los medios de comunicación. III. Metodología. IV. Resultados. V. Conclusiones.

## Introducción

Las progresivas transformaciones que han ido sufriendo los cuerpos de policías locales no han pasado inadvertidas para el mundo académico. En este sentido, las ciencias sociales ya han arrojado datos empíricos acerca de diversas cuestiones, como los estilos de liderazgo policiales (ÁLVAREZ-SOLVES *et al*, 2012), su articulación como actores políticos (JAIME y TORRENTE, 2017) o su papel en la seguridad urbana (FERNÁNDEZ FERRERÍA, 2019). Esta relevancia científica ha ido acompañada al cada vez más relevante lugar que ocupan las plantillas de policía local en España, tanto a nivel jurídico como sociológico. En consecuencia, se debe destacar que es el tercer cuerpo con mayor número de agentes, superando las plantillas de las policías autonómicas<sup>1</sup>. Esta incidencia directa en la sociedad española tiene su origen en las transformaciones que sufrieron las administraciones locales con la llegada de la Transición.

Un elemento central en el nuevo entorno de las policías locales es el ámbito de la comunicación, tanto externa como interna. Por un lado, porque los medios de comunicación ocupan una poderosa posición fuera del sistema político a la hora de proyectar ciertas imágenes sobre los ciudadanos. Y, por otro lado, porque una buena comunicación estratégica resulta crucial ya que, como señala LOVELL (2002), la propia imagen de la policía viene determinada por el suministro de información que hace el mismo cuerpo sobre la criminalidad y no tanto por las tasas de criminalidad en sí. De este modo, se hace más acuciante la necesidad de incorporar en las organizaciones policiales una correcta y eficaz oficina de comunicación. Principalmente, porque en el ámbito local se puede reproducir la idea tan repetida en el entorno militar: si los cuerpos de policía pierden su capacidad a la hora de proyectar una imagen positiva de sus labores pueden llegar a perder su fuerza operativa ante la opinión pública. Un ejemplo muy ilustrativo es el caso del Departamento de Policía de Oakland (California, Estados Unidos). A través de entrevistas los residentes de la localidad californiana manifestaron que la policía no representaba para ellos una autoridad legítima e incluso suponía una amenaza hacia ciertos colectivos, como la población afroamericana (ARMALINE, VERA SÁNCHEZ y CORREIA, 2014).

En el caso español existe un vacío académico en cuanto a la imagen de las policías locales en los medios de comunicación y la proyección de estas hacia la ciudadanía. Por este motivo, el presente trabajo pretende realizar una primera aproximación a este fenómeno de estudio de una manera descriptiva, pero sin abandonar el rigor metodológico. Para ello, esta investigación centra su objeto de estudio en la Policía Local de Granada. Este cuerpo de policía cumple dos requisitos esenciales a juicio del investigador. 1) Una estructura y funcionamiento lo suficientemente amplio como para tener una cobertura continua y considerable en la prensa local. 2) Una oficina de comunicación presente en las redes sociales más importantes, en este caso Twitter.

Para llevar a cabo este estudio se plantea una estrategia metodológica mixta. Por un lado, se realizará un análisis de contenido convencional a través de la teoría de encuadres de la

---

<sup>1</sup> Los datos pueden consultarse en el boletín estadístico del personal de administraciones públicas.

prensa municipal granadina (concretamente *Ideal*, *Granada Hoy* y *Ahora Granada*). Y, por otro lado, se estudiará las principales temáticas de las cuentas de Twitter vinculadas al cuerpo policial (@PoliciaGr y @Policia\_Granada) a partir de procesos automatizados; concretamente el algoritmo no-supervisado *Latent Dirichlet Allocation* (LDA). Resaltar que este estudio posee una clara vocación comparativista.

El documento queda estructurado de la siguiente forma. Tras la presente introducción, se abordará el fenómeno de los cuerpos policiales y los medios de comunicación. Posteriormente, se explicará el diseño metodológico del trabajo. Cierra este documento dos últimos apartados dedicados a realizar los análisis correspondientes y a extraer las principales conclusiones.

## La policía y los medios de comunicación

Resulta imposible ahondar en la relación entre policía local y medios de comunicación sin mencionar los modelos policiales. Los distintos modelos de organizaciones policiales se han clasificado en tres grandes grupos (BROTAT, 2014). Esta clasificación corresponde a la tendencia evolutiva de las diferentes bases ideológicas de las formas de gobierno: 1) modelo gubernativo. 2) modelo profesional. 3) Y, el modelo comunitario o de proximidad. Ninguno de ellos se representa en su estado puro, pues unos y otros se alimentan de un progreso evolutivo de mejora, retomando las bases del otro sin hablar de los distintos submodelos. Entre los que podemos destacar: el modelo de tolerancia cero, la prevención situacional, la policía orientada a los problemas, la policía guiada por la inteligencia, entre otros.

En la exposición de motivos de la actual Ley Orgánica de Cuerpos y Fuerzas de Seguridad (LO, 2/1986 de 13 de marzo) se apuesta de forma manifiesta por el establecimiento del modelo de proximidad. Este modelo orientado a las funciones asistenciales aparca las institucionales (coercitivas) ahondando la vocación de servicio público donde, sin lugar a dudas, se encuadra la comunicación. Esta afirmación ya ha sido señalada anteriormente en estudios científicos. Según GUILLÉN-LASIERRA (2015) el modelo deberá integrar las siguientes características: 1) Utilizará todas las vías posibles para informar al público. 2) Ofrecerá a la población personas concretas de contacto en función del territorio donde residan o lleven a cabo sus actividades o en función del tema específico de que se trate. 3) Informará frecuentemente de las operaciones policiales. 4) La estadística policial será de libre acceso para la ciudadanía y normalmente contendrá información detallada a nivel territorial. 5) Se promoverán reuniones con las asociaciones de vecinos y de todo tipo siempre que sea necesario para tratar temas relacionados con la seguridad. 6) Se cuidarán los mecanismos de presentación de quejas por parte del público. 7) Participación activa de la ciudadanía en las estrategias policiales. 8) Puesta en marcha de mecanismos de control de las actuaciones policiales. 9) Participación activa de la ciudadanía en distintas formas de voluntariado. 10) Y, finalmente, la utilización de encuestas de victimización. (pp. 312-316). En definitiva, las características señaladas se pueden integrar en la afirmación de ERICSON y HAGGERTY (1997): “Es necesario que haya comunicación que fomente la empatía más que la confianza y que haga sentir a la gente que es parte de algo” (pp. 71).

Por supuesto, la comunicación estratégica de las organizaciones policiales se encuentra fuertemente condicionada a la seguridad subjetiva percibida por los ciudadanos. Desde la

criminología y otras ciencias se han hecho esfuerzos considerables en señalar los entresijos que subyacen dentro del concepto de seguridad subjetiva (ROBERT, 2006; DÍEZ-NICOLÁS, 2011). Por citar algún ejemplo encontramos el estudio de VIDALES-RODRÍGUEZ (2012) que remarca la diferencia entre la preocupación por el delito y el miedo al delito. No obstante, se puede decir que existe unanimidad científica y profesional en señalar lo establecido por GARCÍA-ESPAÑA y PÉREZ JIMÉNEZ (2005) hace más de 15 años: No existe una correlación directa entre las oscilaciones de las tasas reales de delincuencia con la inseguridad percibida por los ciudadanos. De ahí, que el papel de los medios de comunicación se ha advertido como un factor esencial en la elaboración de políticas públicas orientadas a la seguridad. Todo ello, sin olvidar que la policía es un actor que también posee sus lógicas e intereses políticos y corporativos concretos (JAIME-PÉREZ, 2017). Elemento doblemente importante cuando hablamos de que dichas políticas sean dictadas desde el primer nivel político que organiza la vida colectiva, en este caso los Ayuntamientos (y por lo tanto ejecutadas por las policías locales). Los trabajos de SANZ-MULAS (2016) señalan que los medios se han convertido en protagonistas del análisis de la política criminal siendo considerados como unos de los principales actores del giro punitivista de nuestro sistema penal. El proceso, selección y filtración de noticias relativas a cuestiones asociadas a la seguridad ciudadana influye, aunque escasamente abordado, a las organizaciones policiales.

Empero, sí encontramos análisis que se hayan preocupado en la comunicación estratégica de los organismos policiales. Por supuesto, se debe señalar que estos análisis son escasos dentro de la academia española a pesar de que ya existe un corpus teórico considerable a nivel internacional (ELLIS y MCGOVERN, 2013; O'CONNOR y ZAIDI, 2020, entre otros). Los limitados trabajos existentes en España advierten un éxito considerable de la comunicación estratégica de los cuerpos policiales existentes en el país. Por un lado, porque las cuentas de las organizaciones policiales españolas publican más mensajes de media que otros grandes organismos policiales internacionales, lo que se ha traducido en audiencias considerables comprometidas con dichas cuentas oficiales (RODRÍGUEZ-ANDRÉS y LÓPEZ-GARCÍA, 2019). Por citar un ejemplo, el promedio de mensajes diarios de las cuentas de Twitter de los Mossos d'Escuadra y la Policía Municipal de Madrid es superior al de la Gendarmería francesa o la Polizia di Stato italiana, entre otros. Y, por otro lado, el lenguaje inclusivo y especialmente humorístico instaurado en dichas cuentas ha permitido exportar una imagen moderna y altamente digitalizada, incluso de una organización tradicionalmente militarizada como es el caso de la Guardia Civil (PADILLA-CASTILLO, 2016). En definitiva, los postulados de FERNÁNDEZ-GUERRA (2014) en la obra *@policía: las historias de un éxito: Cómo funciona el Twitter de la Policía*, se han convertido en inspiradores de la comunicación estratégica del resto de cuerpos, ya que fue el Cuerpo Nacional de Policía el primero en crear una cuenta de Twitter en marzo de 2009. Afirmación que se apoya, además, en la buena opinión pública que posee la policía española en los diferentes estudios del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Si antes se afirmaba que la comunicación estratégica de los cuerpos policiales (de carácter estatal) en España todavía es un área de estudio escasamente analizada, en el caso de las policías locales esta realidad es más acuciante. La explicación la podemos encontrar en la atomización de dichos cuerpos lo que se traduce en maneras de funcionamiento y relaciones con la comunidad muy distintas. Por ello, este trabajo se centra en el caso de la Policía Local de Granada, un cuerpo con un tamaño considerable (más de 500 agentes) que diseñó un plan de comunicación estratégica ambicioso hace más de 4 años. Plan que

en su exposición de motivos detallaba “Las nuevas tecnologías basadas en principios de la Web 2.0 nos pueden permitir a la Policía Local de Granada poder recuperar nuestro motivo principal de existencia que no es otro que la proximidad a la ciudadanía” (POLICÍA LOCAL DE GRANADA, 2016).

Por lo tanto, este estudio posee una triple dimensión, con una marcada vocación comparativista, que aporte datos empíricos a este campo todavía escasamente abordado. En primer lugar, analizar la imagen de la Policía Local de Granada a través del prisma de la prensa local granadina. En segundo lugar, mostrar los datos de actuaciones de dicho cuerpo desde el establecimiento del Estado de Alarma por la pandemia del coronavirus. Y, en tercer lugar, estudiar el comportamiento de las dos cuentas de Twitter que posee el cuerpo de seguridad municipal.

## Metodología

La revisión bibliográfica realizada ha dejado de manifiesto la importancia de una correcta estrategia comunicativa (retroalimentada con el papel de los medios de comunicación tradicionales) para los cuerpos policiales. Como se ha mencionado, los trabajos que abordan el caso de las policías locales son muy escasos. Realidad que refleja la importancia de investigaciones como la desarrollada ya que tiene un impacto sustancial en la praxis política. En otras palabras “La gestión del conocimiento en los gabinetes municipales debe transformarse en un proceso mediante el cual se obtenga, organice y convierta la información elaborada por los medios de comunicación en un activo intangible, a disposición de los responsables de las instituciones municipales” (CAMPILLO-ALHAMA, 2013). De ahí, que el objetivo general del trabajo sea conocer la cobertura que realiza la prensa local acerca de la policía municipal y la comunicación institucional desarrollada por el cuerpo policial en Twitter. Además, se plantean otros objetivos específicos: Conocer si existe una descompensación entre la cobertura y las actuaciones policiales y explorar las diferencias entre las distintas cuentas que representan a la policía local.

El presente artículo pretende responder a las siguientes preguntas de investigación:

P1: ¿Cómo ha sido la cobertura realizada por la prensa granadina sobre las actuaciones policiales?

P2: ¿Existe una equilibrada información entre la cobertura de la prensa y el número real de actuaciones policiales?

P3: ¿Cómo ha sido la comunicación realizada por las dos cuentas de Twitter asociadas a la Policía Local de Granada?

El caso de estudio se centra en los medios de comunicación, concretamente prensa escrita, de la ciudad de Granada y su cuerpo de policía local, cuentas de Twitter durante el periodo del primer estado de alarma en España por la pandemia de la COVID-19. Concretamente se ha escogido el periodo desde el 14 de marzo de 2020 hasta el 31 de octubre de ese mismo año. Se ha seleccionado una etapa suficientemente amplia para obtener datos significativos en un periodo de alta actividad para los cuerpos y fuerzas de seguridad. De hecho, LÓPEZ-GARCÍA (2020) señala que el gobierno privilegió la presencia de noticias y portavoces pertenecientes a los cuerpos de policía y fuerzas militares.

El caso de estudio resulta muy pertinente ya que Granada es una ciudad media (919.168 habitantes según los últimos datos del Instituto Nacional de Estadística) con una plantilla de policía local considerable que supera los 500 agentes y que ha sufrido una revolución tecnológica y digital considerable en los últimos años. Se han analizado 3 diarios locales, *Ideal*, *Granada Hoy* y *Ahora Granada*, cuyas noticias se han extraído de la base de datos de *MyNews*. Como muestra la tabla 1 la población total de noticias es de 2.515 unidades de las cuales se han analizado 1.030. Se ha realizado una afijación proporcional de cada uno de los medios con un margen de error de 2,35% (lo que valida la fiabilidad de la muestra). El muestreo utilizado ha sido probabilístico y aleatorio. En cuanto a las cuentas de Twitter asociadas a la policía local se han escogido tanto la cuenta oficial @PoliciaGr (Policía Local de Granada. Cuenta Oficial) y el anterior perfil que ejerció como tal durante la jefatura pasada @Policia\_Granada (Un policía local de Granada 2.0). La muestra total de tweets es de 6.476 unidades.

**Tabla 1.** Población y muestra

Medio	Noticias que informan sobre Policía Local	Porcentaje que representan de la muestra	N.º de noticias seleccionadas de la muestra
<i>Ideal</i>	1097	43.61	430
<i>Granada Hoy</i>	937	37.25	370
<i>Ahora Granada</i>	581	23.10	230
<b>Total</b>	2515	100	1030

Fuente: elaboración propia.

El presente artículo ha sido elaborado a partir de una aproximación metodológica mixta. Por un lado, el análisis de las noticias se ha realizado bajo la premisa de la teoría de encuadres (también conocidas como *framing*). La codificación se ha realizado a partir de las premisas propuestas por Entman (1993), concretamente a partir de la definición del problema. El motivo es la importante imagen que han tenido los cuerpos policiales, sobre todo en las fotografías de la prensa española durante el desarrollo de la pandemia (ARGUIÑANO y GOIKOETXEA-BILBAO, 2020) y por el papel que desarrollan en la gestión de conflictos. Además, se debe señalar que el papel que asume la policía puede ser clave en la cobertura de conflictos, tanto como un actor potencialmente solucionador o generador. Un ejemplo es como algunos medios de comunicación europeos encuadraron el referéndum de independencia de Cataluña de 2017 como un conflicto entre la sociedad catalana y la policía española (PONT-SORRIBES *et al.* 2019). En definitiva, se ha realizado un clásico análisis de contenido según las pautas de KLAUS KRIPPENDORFF (1990) que combina perfectamente lo cuantitativo con lo cualitativo.

En cuanto al análisis de Twitter el volumen de datos ha obligado a decantarse por un análisis automatizado de estos. Concretamente, se ha utilizado el algoritmo no-supervisado LDA (*Latent Dirichlet Allocation*) para localizar los principales temas de cada cuenta analizada. Estos temas o también denominados *topic models* “son modelos matemáticos estocásticos debido a la existencia de incertidumbre al momento de formular respuestas o salidas de dichos modelos, es decir, esto implica que los resultados o salidas son probabilidades” (GONZÁLEZ *et al.* 2017). Como señala HOVY (2020), los *topic modelling* son los modelos probabilísticos más utilizados en análisis automatizados

dentro de las ciencias sociales. Además, los modelos LDA han arrojado resultados muy buenos en análisis sobre Twitter (GARCÍA-MARÍN y LUENGO, 2019) y funcionan realmente bien en textos uniformes.

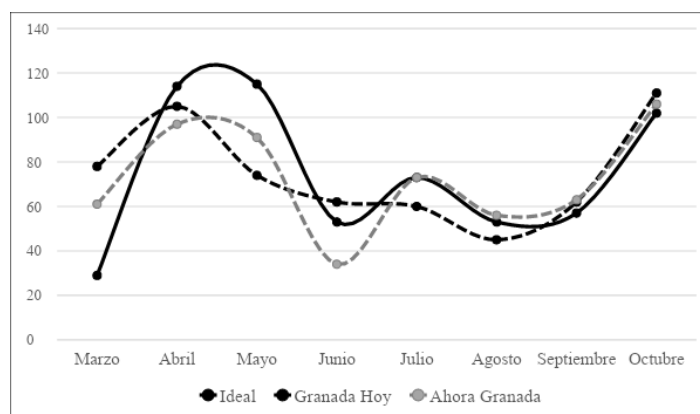
Finalmente, se debe resaltar que se ha realizado una revisión de datos secundarios extraídos de las bases internas de la Policía Local de Granada durante los 8 meses estudiados. Esta estadística recoge más de 23.816 actuaciones policiales realizadas dejando fuera los requerimientos a la sala del 092 que se resolvieron sin la necesidad de intervención directa. La base de datos utilizada estaba altamente fragmentada así que se ha optado por la sencillez. Debido a la gran cantidad de categorías existentes se ha limitado su número a 8 (*accidente tráfico, botellón, estacionamiento prohibido, fiestas viviendas, incumplimiento estado de alarma, ruidos molestos en vía pública, ruidos molestos en vivienda y locales y otros*) para facilitar la comprensión de los datos al lector y arrojar un análisis más claro y conciso.

Los paquetes estadísticos utilizados para el análisis han sido *Orange Data Mining* (DEMŠAR *et al.* 2013), bajo *Python*, y *SPSS*.

## Resultados

La presencia de la policía local en los boletines de prensa diarios posee una importancia dual. Primero, porque dicha institución no escapa a las implicaciones socio-políticas de otros asuntos insertados en la agenda mediática. Sin ir más lejos, se puede citar los discursos mediáticos criminalizadores hacia ciertas tipologías de inmigrantes, como los llamados “MENA” y sus implicaciones en la seguridad (GÓMEZ-QUINTERO *et al.* 2021). Y, segundo, porque los diarios locales son los que más información transmiten a los ciudadanos sobre las actividades diarias de las jefaturas municipales; siendo este elemento altamente significativo ya que la prensa local suele crear un arraigo y fidelidad mayores entre sus suscriptores por la cercanía de estos y sus atributos emocionales (MARÍN, 2019).

**Gráfico 1.** Visibilidad de la Policía Local de Granada en la prensa local



*Fuente:* elaboración propia.

El primer elemento para ver la relevancia mediática de un actor, político o no, es ver su continuidad en la prensa. En otras palabras, medir su grado de *noticiabilidad*. El gráfico 1 es muy ilustrativo al respecto. Como se puede observar, la Policía Local de Granada tiene una presencia constante en los medios de comunicación locales. Por supuesto, se



debe recordar que el periodo de estudio está fuertemente marcado por el protagonismo de las fuerzas y cuerpos de seguridad, aunque, a nuestro juicio, dicho protagonismo no está condicionado a los efectos de la pandemia de la COVID-19.

La fluctuación de noticias puede dividirse en tres periodos bien delimitados. 1) Una primera etapa caracterizada por un importante incremento de noticias (marzo-mayo). Algo lógico ya que este periodo coincide con los primeros meses de la aplicación del Real Decreto 463/2020 segundo Estado de Alarma decretado en la España democrática tras el Real Decreto 1673/2010, de 4 de diciembre. 2) Una etapa de decrecimiento moderado con una pequeña subida en lo que podríamos catalogar como un clásico crecimiento estacional (junio-septiembre). 3) Una última etapa de ascenso progresivo con niveles cercanos a las cifras alcanzadas durante el primer periodo coincidiendo con los prolegómenos a la declaración del tercer Estado de Alarma expuesto en el Real Decreto 926/2020, de 25 de octubre. El primer análisis realizado entra dentro de los parámetros esperables no solo por las funciones policiales de hacer cumplir las normas regladas durante el periodo de estudio sino por la paralización de otras actividades mediáticamente relevantes sobre todo durante la primera etapa que conllevó un confinamiento total de toda la población española.

**Gráfico 2.** Encuadres bajo la definición del problema en las noticias referentes a Policía Local.



*Fuente:* elaboración propia.

A continuación, se expone de manera descriptiva los resultados del análisis de prensa realizado. El gráfico 2 tiene como objetivo responder a la primera pregunta de investigación (P1) planteada anteriormente. La revisión inicial de la muestra ha llevado a definir 4 encuadres utilizados por la prensa granadina a la hora de informar sobre la Policía Local de Granada. Cada uno de ellos supone la aplicación de rutinas periodísticas muy concretas y de herramientas específicas, como datos y estadísticas. Anteriormente, se expuso que se ha optado por la definición del problema como operacionalización principal. Esta cuestión no es casual, ya que la policía es un organismo dedicado a la

gestión y resolución de conflictos sociales. Dicho de otra manera “aquella encaminada a limitar los comportamientos individuales en función de lo que puedan perjudicar al resto de la sociedad o reglamentándolos de la manera que mejor puedan contribuir a la buena convivencia colectiva” (MARTÍN-FERNÁNDEZ, 1992).

El primero de los encuadres, *detenciones*, posee una presencia muy importante en los tres medios de comunicación y supone el tratamiento de la información desde el punto de vista más coercitivo de todos, la privación de libertad. Su presencia es mayoritaria tanto en *Ahora Granada* (36,08%) como *Granada Hoy* (27,54%). Estos datos demuestran la excesiva noticiabilidad de los hechos delictivos en una ciudad que posee unas tasas de criminalidad realmente bajas (GÓMEZ-MIRA, 2020)<sup>2</sup>, a pesar de ser superior a otras ciudades andaluzas. Aunque, se debe advertir que un volumen considerable de este tipo de noticias están fuertemente ligadas a delitos contra la seguridad vial, salud pública e incumplimientos reiterados de las normas establecidas en el Estado de Alarma, además de por supuesto robos: “Detenido al tener una requisitoria judicial por circular sin carné, 31/10/20, *Ahora Granada*”, “Persecución policial para dar el alto a un coche con tres personas por saltarse el aislamiento en Granada, 07/04/20, *Granada Hoy*”, “Dos detenidos al día de media en Granada por tráfico de marihuana en lo que va de 2020, 08/07/20, *Ideal*”.

El segundo de ellos, *infracciones*, es un encuadre parecido al anterior. Se centra en la problemática de ilícitos administrativos que no suponen la privación de libertad del ciudadano y por tanto incluye aquellas actividades incívicas y molestas sancionables. El diario *Ideal* es el que más piezas informativas dedica a este tipo de informaciones (26,3%), aunque también ocupa una posición significativa para los otros medios. Los datos más interesantes para la investigación podrían delimitarse en este punto, ya que si incluimos los datos del encuadre anterior llegamos a una conclusión clarificadora. La presencia de actuaciones coercitivas por parte de la Policía Local de Granada ocupa casi la mitad de la cobertura realizada por la prensa local. Estas frecuencias explican el por qué algunos autores achacan a los medios de comunicación una visión demasiado punitivista de la realidad criminológica española: “Desmadres durante la noche y madrugada en pleno centro de Granada, 11/10/20, *Ideal*”, “Se encierran en un pub donde estaban de fiesta cuando la Policía Local acudió por ruidos, 10/06/20, *Ahora Granada*”, “La fiebre del sábado noche en Granada se salda con 90 denuncias de la Policía, 11/10/20, *Granada Hoy*”.

*Asuntos sociales* es un encuadre centrado en las consecuencias y la labor social que realiza la policía. Este encuadre también puede encontrarse en otras temáticas, como la inmigración o el desarrollo local. Es un encuadre radicalmente diferente a los otros dos ya que aporta una visión más cercana y humana de la labor policial que podría catalogarse como la función principal de la policía. La visibilidad de este encuadre es relativamente frecuente (llega a ser el más utilizado por *Granada Hoy* con un 31,35%) aunque es muy inferior al uso de encuadres coercitivos, realidad que resulta un hándicap para la construcción de un modelo real y sostenible de proximidad: “Desalojadas 40 personas por un incendio en el parador de Granada situado en la Alhambra, 07/10/20, *Granada Hoy*”, “Agentes de la Policía Local visitan a niños de las colonias de verano de la Obra

---

<sup>2</sup> Los datos pueden consultarse también en las bases de datos del Ministerio del Interior.

Social del Padre Manjón, 11/08/20, *Ideal*”, “Más de mil agentes y 423 controles vigilarán Granada durante el puente, 31/10/20, *Ahora Granada*”.

Finalmente, el encuadre *asuntos internos*, que hace referencia a las problemáticas orgánicas del cuerpo es el menos utilizado ya que en ninguno de los tres casos supera el 10%. No obstante, su utilización puede catalogarse como problemática debido a la estrecha relación existente entre los gobiernos locales y la estructura interna de la policía. Se podrían citar múltiples ejemplos, como la elección del Jefe del Cuerpo, las comisiones de servicio o el cumplimiento de ratios de agentes. En último lugar, se han incluido en *otros* toda información que no cumplía con los requisitos de encuadres anteriores.

**Tabla 2.** Actuaciones Policía Local de Granada (marzo-octubre 2020)

Tipología	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Totales
<i>Accidente Tráfico</i>	9 8	27	53	122	155	128	161	<b>180</b>	<b>924</b>
<i>Botellón</i>	6 4	15	165	144	173	189	<b>272</b>	226	<b>1248</b>
<i>Estacionamiento Prohibido</i>	141	40	94	160	167	133	<b>236</b>	206	<b>1177</b>
<i>Fiestas Viviendas</i>	3 7	18	58	45	23	18	98	<b>200</b>	<b>497</b>
<i>Incumplimiento Estado de Alarma</i>	203	307	<b>437</b>	99	59	51	107	188	<b>1501</b>
<i>Ruidos Molestos Vía Pública</i>	7 1	24	83	227	<b>315</b>	295	277	110	<b>1402</b>
<i>Ruidos Molestos Viviendas y Locales</i>	355	362	446	366	244	240	<b>781</b>	690	<b>3464</b>
<i>Otros</i>	1508	1273	1653	1962	1844	1673	<b>1996</b>	1724	<b>13633</b>
<b>Totales</b>	<b>2477</b>	<b>2066</b>	<b>2989</b>	<b>3125</b>	<b>2980</b>	<b>2727</b>	<b>3928</b>	<b>3524</b>	<b>23816</b>

*Fuente:* elaboración propia a partir de los datos internos de la Policía Local de Granada.

La segunda pregunta de investigación busca responder si existe una equilibrada cobertura sobre las intervenciones policiales. La tabla 2 muestra de forma agrupada la estadística policial de intervenciones durante los 8 meses analizados. Dicha estadística se encontraba excesivamente fragmentada por lo que se han agrupado las categorías que, a juicio del investigador, son las más ilustrativas. A primera vista se puede resaltar la gran cantidad de intervenciones relacionadas con actos incívicos. Especialmente relevantes son, las denuncias por el consumo de bebidas alcohólicas en la vía pública (*Botellón*) y los ruidos molestos en viviendas y locales. No obstante, los datos pueden resultar engañosos. La sala del 092 recibe en la actualidad de forma continuada más de 300 requerimientos (telefonemas) al día de los cuales casi el 50% se solucionan sin intervención directa. En

otros términos, más de la mitad de las llamadas están vinculadas con asuntos de información y no con resoluciones coercitivas.

Los datos en términos absolutos pueden, por tanto, distorsionar la realidad diaria de la Policía Local de Granada. Por lo tanto, el análisis realizado nos lleva a la conclusión de que no existe una cobertura equilibrada entre las actuaciones reales y la cobertura de las mismas. Esta cuestión debería servir como base sobre qué modelo policial quiere instaurarse en España. Especialmente, porque una excesiva cobertura de elementos coercitivos puede llegar a modificar la percepción pública de la criminalidad y por tanto alterar los ritmos de la agenda política en cuanto a la policía del futuro. Especialmente, porque los gabinetes de policía son los primeros actores en el proceso de *gatekeeping* siendo una de las fuentes oficiales más utilizadas por la prensa (RODRÍGUEZ-CÁRCELA, 2016).

**Tabla 3.** Análisis LDA de los tweets de la cuenta oficial de la Policía Local de Granada (@PoliciaGr)

<i>Prioridad</i>	<i>Topic 1</i>	<i>Topic 2</i>	<i>Topic 3</i>	<i>Topic 4</i>
1	"#Juntosloconseguiremos"	"Oficial de Policía"	"Tienen"	"#Coronavirus"
2	"Signo de manos aplaudiendo"	"@gr_policialocal"	"Más"	"Covid-19"
3	"Bíceps Flexionado"	"atención"	"Pasar"	"Casa"
4	"Signo masculino"	"Coche de Policía"	"Información"	"Andalucía"
5	"Signo Femenino"	"Marzo"	"Salir"	"@AndaluciaJunta"
6	"#Quedateencasa"	"Día"	"Ciudad"	"Sobre"
7	"Todos"	"Persona"	"Teléfono"	"Positivos"

Fuente: elaboración propia.

**Tabla 4.** Análisis LDA de los tweets de la antigua cuenta oficial de la Policía Local de Granada (@Policia\_Granada)

<i>Prioridad</i>	<i>Topic 1</i>	<i>Topic 2</i>	<i>Topic 3</i>	<i>Topic 4</i>	<i>Topic 5</i>
1	"Sol"	"Sobre"	"Automóvil"	"Quemar"	"Más"
2	"Temperatura"	"Pasar"	"Conducir"	"Oficina"	"Mínimo"
3	"Mejor"	"Estación"	"Cuando"	"Confinamiento"	"#Coronavirus"
4	"Cara con lágrimas de alegría"	"Hora"	"Sabes"	"Botellón"	"#Fase3"
5	"Llegar"	"Coche"	"Normativa"	"@Aytogr"	"#Covid19"
6	"Juntos"	"Móvil"	"Nosotros"	"Cuesta"	"#Nolotiresporlaborda"
7	"Final"	"@Policia_Granada"	"Contacta"	"Denuncia"	"· Rapidtest"

*Fuente:* elaboración propia.

Por último, la tercera pregunta de investigación tenía como objetivo responder a cómo ha sido la comunicación institucional realizada por la plataforma Twitter (P3). Un elemento que puede llamar la atención son la existencia de dos cuentas asociadas al organismo policial. En la actualidad *@PoliciaGr* actúa como la cuenta oficial desde julio de 2019. Anteriormente dichas funciones eran realizadas por la cuenta *@Policia\_Granada* hasta el cambio de gobierno en dicho año. La decisión interna creó cierta polémica llegando incluso a ser noticia en el caso de *Granada Hoy*: “Adiós a la cuenta de Twitter de la Policía Local, *Granada Hoy*, 31/07/19”.

Las tablas 3 y 4 muestran los resultados extraídos del análisis LDA de las dos cuentas de Twitter. Este tipo de algoritmos se han consolidado como una técnica eficaz para detectar grupos latentes de palabras que describen temas existentes en un texto. Por defecto, el algoritmo otorga una gran multitud de posibilidades para agrupar los tópicos existentes (desde uno hasta doce). Por esta razón es fundamental que los investigadores decidan qué número de temas arrojan resultados más clarificadores y relevantes para la investigación. En este caso, el número se ha limitado a cuatro en el caso de *@PoliciaGr* y cinco en *@Policia\_Granada*.

La orientación del perfil oficial es claramente informativa con un lenguaje sencillo y aséptico. Un ejemplo es la importancia de *hashtags* utilizados por diversos organismos públicos como *#juntosloconseguiremos* o *#quedateencasa*. En esta línea no resulta sorprendente la gran cantidad de alusiones a la cuenta de la Junta de Andalucía (*@AndaluciaJunta*) que diariamente informa sobre la tasa de incidencia acumulada y el número de contagiados. En este sentido, se puede considerar que la cuenta oficial posee una clara vocación pública sin incidir en la labor represiva que tanto espacio tiene en los medios de comunicación locales. No obstante, se puede decir que amplifica, que no fomenta, esta visión al citar de forma periódica la información en la prensa.

1. RECUERDA!/? Cambiamos de quincena y con ella el coche de acera. Que no se te olvide antes de las 9 de la mañana. CAMBIA EL COCHE <https://t.co/VODBy4BBFd> (*@PoliciaGr*, 01-11-20).
2. Al volante evita toda distracción. Hazlo antes de salir o al llegar. *#Notelajuegos* <https://t.co/vA4XDfaefE> (*@PoliciaGr*, 04-09-20).
3. Parte oficial del gobierno andaluz sobre *#COVID-19*. Son 13.023 los casos positivos de *#coronavirus* en *#Andalucía*. *@AndaluciaJunta* <https://t.co/Ek1WDvxZLB> (*@PoliciaGr*, 26-04-20).
4. RT *@granadadigital*: La *@Gr\_PoliciaLocal* interpone 1.358 denuncias y detiene a 36 personas en dos meses de confinamiento. Más detalles. (*@PoliciaGr*, 16-05-20).

En cuanto a la antigua cuenta oficial *@Policia\_Granada* su participación en la red social puede definirse como mucho más activa. El análisis LDA muestra unos temas más diferenciados que en el caso anterior. Como se puede observar, el factor sancionador también se encuentra presente, aunque su formulación es totalmente diferente. Este perfil

no solo es mucho más dinámico a la hora de publicar mensajes, sino que informa de forma concisa sobre las normativas de ciertos problemas estructurales de la ciudad, como el caso del llamado *Botellón*. Por supuesto, el peso de *hashtags* y amplificación de otras cuentas oficiales es menor debido a que actualmente no funciona como un canal de información oficial de la Policía Local de Granada. Empero, se debe señalar el frecuente uso de fórmulas humorísticas para difundir una imagen más positiva del cuerpo policial. Elemento frecuentemente señalado como una clave de éxito de otros perfiles asociados al Cuerpo Nacional de Policía y la Guardia Civil. Además, de tener una comunicación más fluida con los distintos usuarios que mencionan a la cuenta para informarse sobre diversas cuestiones.

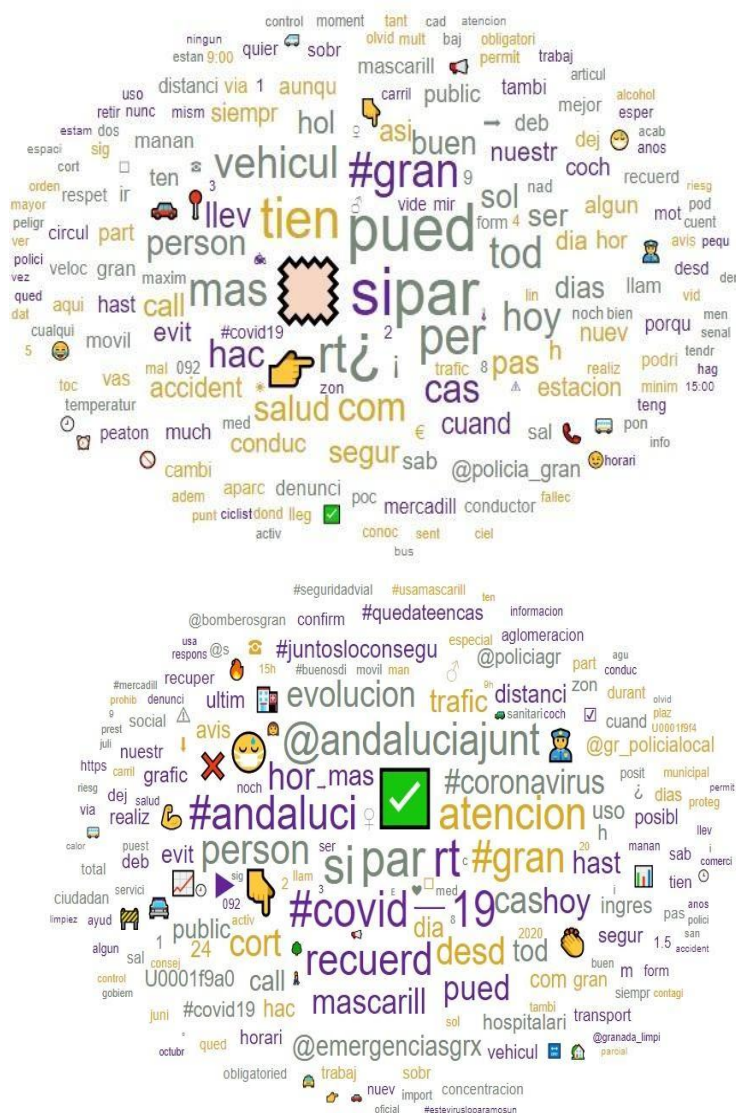
5. ¿Esta noche toca fiesta en casa...? Música, copas, voces, os olvidáis del #COVID19 y encima las ventanas abiertas por el calor y el humo. ¿Y la salud? ¿Y el descanso de tus vecinos? Piénsalo...<https://t.co/dn9feUacof> (@Policia\_Granada, 09-10-20).

6. Excusa nivel cuñado 2.0 alegada en #Granada. “Dejo la basura tirada para no dejar en paro a los barrenderos”. <https://t.co/v4DnR8fzTZ> (@Policia\_Granada, 27-06-20).

7. Mira atentamente al péndulo y repite conmigo: “No conduciré si he bebido alcohol y/o consumido drogas”. Hazlo por ti, hazlo por tod@s <https://t.co/y6mkfeLmFZ> (@Policia\_Granada, 26-06-20).

8. @antonio1054 Evidentemente no podemos controlarlo todo al igual que siempre habrá conductores que conduzcan ebrios, por mucho que intentemos tomar medidas al respecto...La solución no es policial, pasa por una educación de todos, incluidos muchos de los titulares de tarjetas PMR. Saludos. (@Policia\_Granada, 02-06-20).

## 9. Figuras 1 y 2. Nube de palabras de las cuentas @Policia\_Granada y @PoliciaGr



*Fuente:* elaboración propia.

El análisis descriptivo realizado nos permite tener una imagen general de cómo es la comunicación pública institucional de la Policía Local de Granada. Las figuras 1 y 2 refuerzan, de manera visual, la frecuencia de términos empleados por ambas cuentas. En definitiva, se pueden inferir dos conclusiones.

Primero, hay que destacar que no existe un equilibrio entre las informaciones que se realizan desde las cuentas de Twitter y los diarios de prensa. Cuestión que debe resaltarse ya que, como se explicó en el marco teórico, son las policías las principales fuentes de información de los medios de comunicación. Por lo tanto, se puede decir que existen fallos estructurales entre el emisor de la información (policía) y el mediador de los mensajes (prensa) que se filtran a la opinión pública. Algo ya expresado por GARCÍA-MARÍN: “El equipo de prensa [en este caso el gabinete de comunicación] no debe ser una oficina aislada del resto de la institución y tiene que tener contacto directo y permanente con los más altos cargos ejecutivos de la misma” (2017: 56); sobre todo

cuando hablamos de asuntos tan trascendentales como la seguridad pública de los ciudadanos.

Y, segundo, los problemas estructurales de las propias policías locales. Sin ser exhaustivos se pueden detectar deficiencias que afectan a la propia operatividad del cuerpo. En este caso concreto se puede citar cómo el cambio de usuario en la cuenta oficial de Twitter provocó tal malestar en la ciudadanía granadina que incluso fue noticia en la prensa local. Sin ir más lejos, actualmente la antigua cuenta oficial cuenta con un mayor número de seguidores (16,5 mil) que la que actualmente se encuentra operativa (7.389). Este claro ejemplo de politización orgánica es uno de los hándicaps ampliamente señalados por los defensores de la reforma de los policías locales plasmados en diversos trabajos científicos (CAMPOS-DOMÉNECH, 2015).

## Conclusiones

Existe prácticamente unanimidad dentro de la comunidad científica acerca de la importancia de una correcta comunicación para legitimar la acción policial ante los ciudadanos. KATRIN HOL (2011) ya señaló la importancia de los gabinetes de prensa en su relación con los medios de comunicación en la tesis *The role of mass media and police communication in trust in the police: New approaches to the analysis of survey and media data*. Sin embargo, como se ha señalado anteriormente, la fragmentación de las policías locales en España dificulta su estudio desde las ciencias sociales. Realidad que pone de manifiesto un problema más allá del debate académico ya que la policía local es la más cercana a los ciudadanos en sus problemas cotidianos.

El objetivo del artículo era estudiar y comparar la comunicación que se realiza por la prensa local (*Ideal, Granada Hoy y Ahora Granada*) de la Policía Local de Granada y por esta misma en sus redes sociales, concretamente en Twitter. La premisa de la que partía este estudio era que los medios de comunicación exportan una realidad excesivamente rigorista y coercitiva de la policía local. Para saber si esta rutina mediática tenía un fundamento sólido se ha realizado también una revisión de datos secundarios sobre las actuaciones policiales llevadas a cabo. Todo ello teniendo como telón de fondo un periodo de excepcionalidad, como es la pandemia provocada por el SARS-Cov2, con un papel protagonista de las fuerzas y cuerpos de seguridad en la vida cotidiana del país (marzo-octubre 2020).

La primera pregunta de investigación aspiraba a conocer cómo ha sido la cobertura de la prensa local. Los resultados obtenidos son muy claros al respecto. La prensa local granadina pone mayoritariamente el foco en actuaciones represivas llevadas a cabo por la Policía Local de Granada. En los tres diarios analizados más de la mitad de la cobertura se centra en la detención de delincuentes o la imposición de sanciones administrativas. Es cierto, que las medidas excepciones del Estado de Alarma han conllevado medidas de compleja interiorización al coartar libertades y derechos fundamentales. Pero también lo es que las policías locales han ocupado una importante labor social en todo el país, especialmente en pequeños municipios donde el componente local está muy arraigado.

En cuanto a la segunda pregunta de investigación podemos establecer que no existe una cobertura equilibrada de la realidad criminológica de la ciudad de Granada. Ya que como se ha mencionado anteriormente más de la mitad de las intervenciones son resueltas sin



necesidad de mover efectivos policiales. Aunque, es cierto que el municipio granadino tiene como principal problemática social las actividades incívicas relacionadas con el consumo de alcohol y ruidos molestos. Sin embargo, los resultados dejan, a nuestro juicio, un escenario de mejora muy importante para el gabinete de comunicación del cuerpo ya que los modernos conceptos de *policía de proximidad* o de *barrio* demuestran la importancia que tienen las comunidades y asociaciones locales en el trabajo diario de las policías locales (GIL-FRANCO, 2014).

La última pregunta de investigación centraba su atención en las cuentas de Twitter. En general el análisis automatizado a través del algoritmo no supervisado LDA muestra resultados muy diferentes a los expuestos anteriormente. En general, se puede establecer que los perfiles de Twitter además de ser una necesidad imperiosa ante la progresiva digitalización de la sociedad poseen una clara vocación informativa. El problema que se subyace de fondo probablemente radica en los criterios, excesivamente dependientes de condicionantes políticos, a la hora de estructurar qué comunicación se quiere transmitir a los ciudadanos. Más allá de problemáticas orgánicas internas los datos muestran un desequilibrio importante ente la comunicación institucional y la pública. Esta desproporción informativa deja patente que si se desea acercar la imagen de la policía local a los ciudadanos la información que se expone a estos no puede ser contradictoria ni bidireccional. Hándicap que lleva poniéndose de manifestó ya en otros estudios sobre este cuerpo (VALBUENA-CABALLERO, 2021) que remarcan la necesidad de optimizar los elementos de los flujos informativos.

En conclusión, este artículo pretende aportar una pequeña aproximación empírica sobre el entramado comunicativo de las policías locales, en este caso concreto Granada. Por supuesto, las necesidades informativas de cada cuerpo están fuertemente ligadas a la realidad criminológica del municipio. Sin embargo, este estudio tiene como objetivo no solo aportar datos que permitan reflexionar sobre el actual modelo policial, sino que detecte las pautas a mejorar en las futuras reformas que se realicen sobre este. Reformas no solo necesarias sino en el centro de la actualidad del debate político.

## Referencias bibliográficas

- Álvarez-Solves O, Lila M y Castillo I (2012), “Los estilos de liderazgo de la Policía Local de la Comunidad Valenciana: una aproximación desde la Teoría del Liderazgo Transformacional”, *Anales de Psicología*, 28(2): 548-557.
- Arguiñano JL y Goikoetxea-Bilbao U (2020), “Análisis de los titulares y fotografías de portada en España en el contexto de la crisis del coronavirus: protagonistas, frames y lenguaje bélico”, *Revista de Comunicación y Salud*, 10(2): 1-23.
- Armaline WT, Vera Sánchez CG y Correia M (2014), ““The Biggest Gang in Oakland”: Re-Thinking Police Legitimacy”, *Contemporary Justice Review*, 17(3): 375-399.
- Brotat R (2014), *La seguridad urbana: entre la seguridad ciudadana, el civismo y la convivencia en espacios públicos*, Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Campillo-Alhama C (2013), “Gestión de la información y su evaluación en los gabinetes de comunicación municipal”, *El Profesional de la Información*, 22(6): 515-521.
- Campos-Doménech (2015), *La Policía Local como policía integral básica en el sistema policial español*, Valencia: Universitat de València.
- Demšar J, Curk T, Erjavec A, Gorup C, Hočevcar T, Milutinovič M, Možina M, Polajnar M, Toplak M, Starič A, Štajdohar M, Umek L, Žagar L, Žbontar J, Žitnik M y Zupan B (2013), “Orange: Data Mining Toolbox in Python”, *The Journal of Machine Learning Research*, 14(1): 2349-2353.
- Díez-Nicolás J (2011), *La seguridad subjetiva en España. Construcción de un Índice Sintético de Seguridad Subjetiva (ISSS)*. Madrid: Ministerio de Defensa.
- Ellis J y McGovern A (2016), “The end of symbiosis? Australia police-media relations in the digital age”, *Policing and Society*, 26(8): 944-962.
- Entman, R (1993), “Framing: Toward clarification of a fractured paradigm”, *Journal of Communication*, 43(3): 51-58.
- Ericson RV y Haggerty KD (1997), *Policing the risk society*. Toronto: Toronto University Press.
- Fernández-Guerra C (2014), *@policía: las historias de un éxito: Cómo funciona el Twitter de la policía*. Madrid: Aguilar.
- Fernández-Ferreira EE (2019), “Evolución del concepto de seguridad. De lo local a lo global”, *Cuadernos de Gobierno y Administración Pública*, 6(1): 3-22.
- García-España E y Pérez-Jiménez F (2005), *Seguridad ciudadana y actividades policiales*. Málaga: Informe ODA.
- García-Marín J (2019), “Comunicación política institucional”, en Martínez R (ed.), *Comunicación política en seguridad y defensa: España y América Latina*, Barcelona, Centre for International Affairs (CIDOB).
- García-Marín J y Luengo O (2019), “Populist Discourse in the 21<sup>st</sup> Century. The Definition of Otherness on Twitter in the cases of Spain, Bolivia and Venezuela”, en Hidalgo-Tenorio E, Benítez-Castro MA y De Cesare, F (coord.), *Populist Discourse: Critical Approaches to Contemporary*, Londres: Routledge.
- Gil-Franco AJ (2014), *Competencia local en materia de policía y régimen jurídico de los cuerpos de policía local*, Madrid: UNED.
- Gómez-Mira N (2020), “El confinamiento apenas reduce la criminalidad en Granada: sigue primera de Andalucía en número de homicidios”, *Granada Hoy*.
- Gómez-Quintero J.D, Aguerri J y Gimeno-Monterde C (2021). “Representaciones mediáticas de los menores que migran solos: Los MENA en la prensa española”, *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 29(66): 95-105.
- González C, Varela S y Miguel S (2017), “Aplicación de algoritmos no supervisados para la detención de tópicos de investigación”, en *V Jornadas de Intercambio y Reflexión*

*acerca de la Investigación en Bibliotecología*, Buenos Aires: Universidad Nacional de La Plata.

- Guillén-Lasierra F (2015), *Modelos de policía y seguridad*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Hohl K (2011), *The role of mass media and police communication in trust in the police: New approaches to the analysis of survey*, Londres: London School of Economics and Political Science.
- Hovy D (2020), *Text analysis in Python for social scientist*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Jaime O y Torrente D (2017), “Los desafíos de la Policía como actor político en España”, *Revista Española de Ciencia Política*, (45): 147-172.
- Jaime-Pérez O (2017), “Comunicación en seguridad pública: la interacción entre políticos, policías, medios de comunicación y sociedad”, en Martínez R (ed.), *Comunicación política en seguridad y defensa: España y América Latina*, Barcelona, Centre for International Affairs (CIDOB).
- Krippendorff K (1990), *Metodología de análisis de contenido: teoría y práctica*, Barcelona: Paidós.
- Ley Orgánica n.º 2. Boletín Oficial del Estado, Madrid, España, 13 de marzo de 1986.
- López-García G (2020), “Vigilar y castigar: el papel de militares, policías y guardias civiles en la comunicación de crisis del COVID-19 en España”, *El Profesional de la Información*, 29(3).
- Lovell J (2002), *Media Power and Information Control: A Study of Police Organizations and Media Relations*, Newark: Rutgers University.
- Marín B (2019), *La tiranía del clic*, Madrid: Taurus.
- Martín-Fernández M (1992), “Policía, profesión y organización: hacia un modelo integral de policía en España”, *REIS: Revista de Investigaciones Sociológicas*, (59): 205-222.
- O’Connor CD y Zaidi H (2020), “Communicating with purpose: Image work, social media and policing”, *The Police Journal: Theory, Practice and Principles*.
- Padilla-Castillo G (2016), “Redes sociales institucionales de éxito: los casos de @policia y @guardiacivil en España”, *Opción*, (12): 85-109.
- Policía Local de Granada (2016), “Redes Sociales en la Policía Local de Granada”, *Policía Local de Granada*.
- Pont-Sorribes C, Perales-García C, Mauri-Ríos M y Tulloch CD (2019), “The coverage of international press in framing the Catalan sovereignty process: Analysis of ten leading EU and US newspapers 2010-17”, *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, 11(2): 209-226.
- Rodríguez-Andrés R y López-García JM (2019), “Aproximación al uso de las redes sociales por las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad en España en perspectiva internacional”, *Index.Comunicación*, 9(1): 127-148.
- Rodríguez-Cárceles R (2016), “Las fuentes informativas en el periodismo de sucesos. Análisis en la prensa escrita”, *Correspondencias & Análisis*, (6): 197-218.
- Robert P (2006), “Seguridad objetiva y seguridad subjetiva”, *Revista Catalana de Seguretat Pública*, (16): 91-102.