

COMPARECENCIA DE LA INSPECTORA JEFA DE SECCIÓN DE PRENSA Y REDES SOCIALES DE LA OFICINA DE PRENSA Y RELACIONES INFORMATIVAS DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE LA POLICÍA, DÑA. CAROLINA GONZÁLEZ GARCÍA, ANTE LA PONENCIA CONJUNTA DE ESTUDIO SOBRE LOS RIESGOS DERIVADOS DEL USO DE LA RED POR PARTE DE LOS MENORES EL DÍA 16 DE MAYO DE 2013.

La señora **INSPECTORA JEFA DE SECCIÓN DE PRENSA Y REDES SOCIALES DE LA OFICINA DE PRENSA Y RELACIONES INFORMATIVAS DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE LA POLICÍA** (Dña. Carolina González García): El grupo de Redes Sociales está enmarcado dentro de lo que es la Oficina de Prensa y Relaciones Informativas de la Policía Nacional y gestiona los distintos perfiles de la Policía Nacional en Twitter, Facebook, Youtube y Tuenti.

Voy a informarles del trabajo que realizamos dentro de la Oficina de prensa, principalmente para concienciar a los ciudadanos de los riesgos que puede conllevar el uso de las redes sociales, y las campañas de prevención que hacemos dentro de nuestros perfiles. Como les he comentado, esta gestión se realiza dentro de la oficina de prensa. Nosotros, además, llevamos a cabo toda la labor de comunicación, planificación, preparación y coordinación de las comunicaciones y las relaciones de la Policía Nacional con los medios de comunicación social.

La Oficina de prensa mantiene además un contacto directo y permanente con los agentes especializados de la Brigada de Investigación Tecnológica, para intercambiar informaciones de interés que nosotros conozcamos gracias a nuestra actividad en estas Redes.

Les adelanto en mi presentación algunos datos de nuestro trabajo en 2012, como el número de tuits que hemos difundido, vídeos que damos con consejos en YouTube o requerimientos que tenemos de los medios de comunicación, muchos de ellos para hablar sobre este papel que tenemos importante en las redes sociales.

Pero para comenzar voy a hacerles un repaso de cuáles son las redes en las que estamos presentes y mantenemos actividad, ya que realmente éstas son en las que ahora mismo estamos, pero tenemos de cara al futuro inmediato, y a la espera de su evolución, perfiles creados en nuevas plataformas en las que de momento no tenemos actividad, pero dada la rápida evolución de las redes sociales posible que es breve estemos ya con acciones de comunicación en otras plataformas.

Hace unos cinco años que la oficina de prensa de la Policía Nacional decidió dar un salto adelante, innovar en las estrategias de comunicación que teníamos y adentrarnos en lo que son las tecnologías de la información y las redes sociales como una herramienta más de lo que era el gabinete de prensa. Queríamos ofrecer confianza, credibilidad, más transparencia de la actuación de la Policía. Esa era nuestra primera intención.

Comenzamos a trabajar con la puesta en marcha de un canal de YouTube, [youtube.com/policia](https://www.youtube.com/policia); comenzamos en 2006, pero cuando se hizo visible al público fue en 2010. En él incluimos vídeos de operaciones policiales, pero también campañas específicas contra la violencia de género, consejos para una navegación segura en Internet, consejos para los mayores. Tenemos actualmente unos 145 vídeos subidos con más de 3.400.000 visionados. Esto nos sitúa en la primera institución pública en número de visionados y de impacto.

En marzo de 2009 iniciábamos también nuestra andadura en Twitter, la red social de *microblogging*. Éramos la primera institución pública en tener un perfil. Ser los primeros nos hizo trabajar con cierto desconocimiento de la

utilidad real, pero nos hemos convertido en la primera institución pública en número de seguidores, sobrepasamos los 500.000; y somos el segundo cuerpo policial del mundo, tan solo detrás de FBI. Nosotros pusimos esta cuenta de @policia con la intención de que fuera una herramienta más de la oficina de prensa para difundir nuestras informaciones sobre operaciones policiales, sobre despliegues o unidades especializadas. Y ,de hecho, durante el primer año el 80% de nuestros seguidores eran medios de comunicación, periodistas, *bloggers* o personas vinculadas con los *mass media*. Pero nos dimos cuenta de las posibilidades que nos estaba ofreciendo esta red social y comenzamos a ampliar mucho más nuestra actividad.

Sólo para que se hagan una idea, nuestra evolución en Twitter es la siguiente: en 2010 teníamos 3.000 seguidores; en 2012, 217.000; y en 2013 ya estamos actualmente sobrepasando los 460.000 seguidores. Cuando llegamos a los 10.000 seguidores nos dimos cuenta de que nuestros mensajes no sólo iban dirigidos al que era nuestro interlocutor habitual, es decir, periodistas, sino que detrás de @policia había ya un público mucho mayor, mucho más heterogéneo.

Entonces comenzamos a dar un giro a nuestro contenido y comenzamos a ofrecer consejos dirigidos a todos los ciudadanos, a los menores, a los más mayores y al público en general, sobre todo sobre el uso de las nuevas tecnologías; sobre los nuevos *gadgets*, como tabletas o *smartphones*; sobre los timos, estafas, fraudes que nos encontramos en la red; cómo actuar en caso de *grooming*, de *cyberbullying*, de *sexting*, de amenazas, de calumnias. También les informamos de qué es delito en la red, porque a lo mejor en muchas ocasiones estamos aconsejando para evitar ser víctima del *grooming*, del *cyberbullying*, pero en ocasiones también hay que asesorar a los menores para que no se conviertan en autores de delitos.

Hemos ampliado mucho más nuestro campo de actuación. Somos un referente a nivel internacional en materia de comunicación y de seguridad en

esta red. De hecho, Twitter se ha convertido en una herramienta de comunicación con el ciudadano y en una pieza clave en la retroalimentación y la colaboración ciudadana.

Desde otro de los perfiles que tenemos abiertos desde el curso 2010-2011 del Cuerpo Nacional de la Policía, junto con la Guardia Civil, es el canal de Tuenti “Contigo”. Esta red social, -que está dirigida a los jóvenes de 14 a 18 años, aunque actualmente podemos encontrar que hay menores de 11 o 12 años que están utilizando esta red-, se ha convertido en la favorita de los adolescentes, incluso por encima de Facebook. Gracias a www.tuenti.com/contigo hemos logrado acercar aún más el Plan director para la convivencia y mejora de la seguridad escolar, como han comentado tanto el director como el comisario. Este es un plan que tenemos activo por parte del Ministerio de Interior, y que ofrece a los jóvenes y a los adolescentes todo tipo de consejos e informaciones en las aulas, en el colegio. Nosotros lo que estamos haciendo es trasladarlo también a las redes sociales, informar de eso mismo que se lleva a los colegios desde la redes, y ofertándoles la posibilidad de que se pongan en contacto con los compañeros de Participación Ciudadana para acudir a sus colegios a ofrecerles charlas sobre todo tipo de cuestiones.

Más de 75.000 adolescentes se han unido a este canal en Tuenti, que está especialmente pensado para ellos y en el que además pueden informarse del acoso escolar, de las drogas, del alcohol, de las bandas juveniles, de los riesgos de Internet o incluso de la violencia de género, que también empieza a ser un problema entre estos adolescentes.

El plan “Contigo”, que es como se denomina nuestro canal en Tuenti, ofrece también una dirección de correo para contactar con los agentes y resolver cualquier tipo de duda. Hemos atendido ya más de 4.000 dudas y preguntas planteadas tanto por los jóvenes a través de este canal como por sus padres, y en algunas ocasiones también profesores. ¿Qué es lo que hacemos nosotros desde

este perfil? Pues contestar estas dudas, remitirles, si es conveniente, a las unidades especializadas o a una comisaría para que formalicen la denuncia, o ponerles en contacto con esos agentes de participación ciudadana.

Estamos ofreciendo consejos desde Tuenti para preservar la intimidad en la red, para navegar de forma segura. Hemos alertado del peligro de grabar imágenes de contenido sexual, y lo que conlleva su difusión; consejos para disfrutar de fiestas seguras (en Nochevieja, en carnaval, en fin de curso), los límites de una novatada al comienzo del año escolar. También les informamos sobre fraudes o timos, o hacemos test autoevaluadores, que están tan de moda, como “¿navegas seguro en la red?”. De lo que se trata es de ofrecerles información útil sobre problemas y riesgos que les afectan más a ellos, a los adolescentes, y de motivarlos para adoptar esas conductas seguras. Les felicitamos una información que les sea útil para el uso de Internet y para uso también de la telefonía móvil o del ocio digital, que también es un área de riesgo.

Es decir, el tanto por ciento de jóvenes y menores que navegan por Internet y que usan las redes es muy elevado. Es decir, el número de adolescentes expuesto a esos riesgos es también muy elevado. Pero si educamos a los menores y los orientamos en esas pautas saludables en la red, conseguiremos que no lleguen a ser víctimas o autores del ciberdelito. Es decir, criminalizar a la red: no es malo que los menores utilicen Internet; de hecho en cierto modo España se sitúa entre uno de los primeros países en utilizar las redes sociales, en utilizar Internet. Todos los jóvenes conocen Facebook; un elevado tanto por ciento utiliza también otras redes sociales como Twitter o como Tuenti, y eso en cierto modo es positivo. Todo ello nos empuja a fomentar una formación constante y periódica por parte de distintos agentes implicados, entre ellos la Policía, como una asignatura más. Actualmente la Policía está en las aulas a petición de los padres o si los profesores nos lo solicitan, estamos a

requerimiento de ellos. A lo mejor, si ellos no detectan esa problemática o esa necesidad, estamos “perdiendo” la posibilidad de que unos agentes expliquen no sólo a los alumnos, sino también a los profesores y a los padres, -que a veces lo necesitan más que los propios alumnos-, de las pautas que tienen que seguir para que no ser víctima ni autor de determinados delitos.

La Policía Nacional también está en Facebook. Todos los jóvenes, como les he dicho, conocen Facebook; el 85% lo usa; el 34% lo califica como su red favorita, incluso por detrás de Tuenti. Es una red a la que dedican –el director y el comisario han dado muchas cifras– casi seis horas a la semana, y actualmente nosotros tenemos en Facebook 47.000 “amigos” que nos siguen y que conectan, interconectan, difunden nuestros mensajes a través de sus amigos.

Desde la oficina de prensa comenzamos a poner en marcha todos estos perfiles y nuestro primer objetivo, como les he dicho, era utilizarlo como una herramienta más de comunicación. Pero su desarrollo, nuestro importante poder de viralidad y de penetración nos ha conducido a convertirlo en un canal de comunicación con el ciudadano para estar más cerca de él y al servicio también en las redes sociales. En cierto modo, nuestros canales en las redes sociales se han convertido en una oficina de atención al ciudadano, en un punto de información al público abierto casi las 24 horas. En el gabinete de prensa trabajamos alrededor de 15 personas; concretamente en redes sociales estamos 7 u 8 personas que nutren de información y contestan a las preguntas o a la dudas que se nos plantean casi las 24 horas, desde primera hora de la mañana hasta la una o las dos de la madrugada.

Tengo que recordar que aunque nuestros perfiles se hayan convertido en un canal de comunicación con el ciudadano, al menos de momento no son un medio para efectuar una denuncia. Nosotros atendemos, recogemos, pero finalmente la denuncia oficial tiene que ser tramitada en una dependencia policial o judicial. Nosotros alertamos a los investigadores de determinados

hechos que sean constitutivos de delitos y que sean perseguibles de oficio, pero a veces es necesaria una denuncia, y la víctima debe acudir a formalizarla en una dependencia policial o judicial.

Como ha mencionado el comisario, seguramente hoy informaremos de uno de esos casos en el que gracias a esa presencia nuestra constante en las redes sociales, @policia detecta un vídeo –en este caso es la segunda ocasión que nos sucede con un corto margen de tiempo–, que se está convirtiendo en *trending topic*, en tendencia en las redes sociales, que se está compartiendo, que es constitutivo de delito. Rápidamente nos ponemos en contacto, -sea la hora que sea, en alguna de las ocasiones ya de madrugada-, con agentes especializados de la BIT para alertarles de que hay un vídeo con menores, con pornografía, con abusos a menores que se está difundiendo. Inmediatamente los agentes de la BIT, a las dos de la madrugada, se ponen manos a la obra, conectan con las compañías y despliegan los programas informáticos para, en menos de 24 horas, proceder a realizar los primeros interrogatorios y detenciones.

Las cifras confirman la importancia de nuestra presencia en las redes, y hechos como este que les comento nos impulsan a seguir en esta línea.

Los datos: más de 500.000 seguidores en Twitter, primera institución en España, la segunda fuerza en el mundo; YouTube, más de 3 millones de reproducciones; Tuenti, 70.000 jóvenes adolescentes que están siguiéndonos, o Facebook como ventana abierta, no ya a los adolescentes, sino a todo el público en general.

La importancia de nuestro trabajo en las redes sociales se refleja también en el interés mostrado por otras instituciones, como también ha mencionado el director. Es frecuente que otros cuerpos de seguridad o responsables de la Unión Europea nos visiten para informarse de nuestra actuación en las redes sociales e intentar plasmar en sus policías, en sus instituciones, el mismo modelo que estamos desarrollando nosotros.

Este desarrollo de una “Policía 3.0” se encuentra dentro de los objetivos estratégicos de la Dirección General de la Policía. Y para la oficina de prensa, ese liderazgo en las redes nos permite mejorar de forma directa la comunicación con los usuarios, aumentar la confianza de ellos en Internet y también en la labor de su Policía, y que estamos intentando ofrecer un servicio público eficaz.

Así pues, la colaboración ciudadana es una pieza clave para cualquier cuerpo de seguridad. Aunque la Policía investigue y tenga sus propias herramientas de investigación contra el delito, las informaciones de los ciudadanos nos son muy útiles para luchar contra la pornografía infantil, contra el maltrato, contra los abusos, contra el acoso, para luchar contra el narcotráfico o para hacer frente al terrorismo, como de hecho se ha puesto recientemente de manifiesto en los atentados de Boston.

La Dirección General de la Policía está impulsando el desarrollo de la cercanía con el ciudadano y la colaboración de estos en la seguridad de todos. La Policía hace una profunda labor de prevención y de investigación para evitar y, en su caso, perseguir los delitos. Pero los datos que nos pueden aportar los ciudadanos en estos casos concretos son esenciales para aflorar determinadas conductas punibles. Algunos de estos vídeos que les he mencionado, incluso los fraudes o los timos que hay en la red, nos llegan muchas veces por los propios internautas, que nos hacen pantallazos de esos timos. En el caso de los vídeos, siempre incidimos en que no hay que compartir, no tienen que poner el *link* del vídeo porque eso ya es constitutivo de delito, pero son ellos los que nos informan muchas veces de hechos que pueden ser constitutivos de delito para que lo investiguemos.

Desde las redes sociales hemos desarrollado muchas campañas y acciones de comunicación sobre temas concretos. Voy a centrarme en algunos de ellos, como por ejemplo la Twettredada contra el tráfico de estupefacientes. Desde nuestros perfiles en las redes sociales hemos solicitado a los internautas que se

pongan en contacto con nosotros siempre que conozcan la venta de droga, traficantes o puntos negros en sus barrios. Tenemos una dirección de correo que es antidroga@policia.es, en la que de forma anónima y confidencial se pueden remitir datos que son posteriormente enviados a la Brigada Central de Estupefacientes. Hemos recibido más de 11.000 correos, una media de 600 al mes, dentro de esta acción de la lucha contra el tráfico de estupefacientes.

Y estas informaciones nos han posibilitado dismantelar muchos pequeños puntos negros, pero también hay grandes investigaciones en curso. La primera operación culminada gracias a los datos que hemos recibido en la twettredada nos permitió localizar 277 kilos de cocaína que estaban ocultos en un camión entre pieles de bovino y fue gracias a uno de esos correos que nos llegó de colaboración ciudadana.

También difundimos en las redes sociales otro correo para luchar contra esta lacra que es la pornografía infantil. Solicitamos a los ciudadanos que nos alerten de cualquier imagen o vídeo de contenido sexual que pueda contener imágenes de menores; el correo es denuncias.pornografia.infantil@policia.es. Además avisamos, como les he comentado, que compartir este tipo de enlaces es también delictivo y que en ningún momento reenvíen los *links*. Otro ejemplo es el de un lamentable vídeo grabado por cuatro jóvenes en una playa realizando actos de contenido sexual. Esas imágenes fueron subidas posteriormente a la red, un vídeo en el que menores estaban realizando acciones de carácter sexual. Rápidamente los investigadores identificaron a los autores, se efectuaron las primeras detenciones, y aunque ya lo habíamos avisado en varias ocasiones, de nuevo recordábamos que en el Código Penal se califica como delictiva no solo la distribución sino la tenencia. Varias personas fueron detenidas posteriormente por compartir los *links* que daban acceso a este vídeo.

A través de las redes sociales, y gracias a esa retroalimentación existente con el ciudadano, nos llegan muchas versiones de nuevos timos, de estafas, de

falsos premios de lotería, de supuestas novias que desean venir a España, de multas que se hacen usurpando nuestra identidad, como el “virus de la policía”; y nuestro objetivo desde las redes sociales es alertar a todos de estos fraudes y de las estafas en Internet aportando imágenes y ejemplos para evitar que sean víctimas de esos delitos.

En cuanto a los jóvenes y adolescentes nos encontramos lo que se denominan nativos digitales que hacen un constante uso de Internet, beneficiándose, como les he dicho, de sus innumerables ventajas, pero a los que hay que guiarles también para usar con prudencia y con conocimiento las redes sociales, los *smartphones*, las tabletas, cualquier dispositivo que a fin de cuentas se pueda convertir en una ventana a su privacidad, a la privacidad de ellos y a la privacidad, en muchas ocasiones, también de la familia. Nuestra misión es enseñar y guiar también a los padres y a los profesores y ofrecerles aspectos educativos y preventivos para que ni sus hijos ni ellos, los padres, sean víctimas de delitos vinculados a las nuevas tecnologías, como el *cyberbullying*, como el *grooming*, como el *sexting* o como las estafas, incluso en compras *online*.

Según un estudio de la Unión Europea, el 92% de los jóvenes son miembros de al menos una red social; casi el 40% pasa al menos dos horas al día de un día normal de colegio delante del ordenador utilizando las redes sociales; y las chicas son las que suelen utilizar más estas plataformas, más que los chicos.

Para intentar prevenir todo esto, que sean víctimas y que sean autores de delitos vinculados a Internet, desde la Policía, desde @policia y desde todos los canales y plataformas que tenemos, hemos puesto en marcha campañas sobre el uso seguro de *smartphones*, sobre cómo navegar o proteger una tableta u otros dispositivos, como *smartphones*; pero quizá los que han contado mayor viralidad y los que han llegado a un mayor público, sobre todo al joven, han sido campañas que hemos desarrollado sobre cómo proteger la intimidad o cómo

navegar seguro, con jugadores de la selección española y con cantantes españoles como Chenoa, Alejandro Sanz, Marta Sánchez, con Bisbal, que nos han ofrecido sus consejos para navegar seguros. He de decirle que la puesta en marcha de todo esto, desde los canales hasta las campañas que hacemos con la selección y con Chenoa, con Alejandro Sanz, con Marta Sánchez, es con un presupuesto cero. La Policía Nacional cuenta con la voluntariedad y el esfuerzo de todos los agentes que trabajamos en su Oficina de Prensa y que nos creemos en que estamos haciendo, y la colaboración de personajes públicos que desinteresadamente colabora con nosotros. A pesar de ese presupuesto cero nos hemos convertido en líderes en las redes sociales, y creemos que estamos haciendo una eficiente labor de concienciación.

De cara a los menores y a los jóvenes y adolescentes, la Dirección General de la Policía desarrolla lo que les he mencionado, el Plan director para la convivencia y la mejora de la seguridad escolar; y la oficina de prensa aprovecha esta ventanilla de atención al ciudadano, -las redes sociales-, para trasladar el contenido de este plan. Durante este curso que está a punto de finalizar, habremos estado presentes en más de 5.000 colegios de toda España. Aún no tenemos los datos concretos. El objetivo es garantizar la seguridad en los centros educativos, en su entorno, erradicar cualquier conducta violenta y fortalecer la cooperación policial con la comunidad escolar. Eso es lo que hacemos de forma física en los colegios. Nosotros nos lo llevamos al plano virtual, y desde las redes sociales ofrecemos unas direcciones de correo para que nos soliciten nuestra presencia en los centros para hablar desde el acoso al consumo de drogas o el alcohol, que es otro de los temas que quizá más les interesa, la presencia de bandas juveniles o conductas incívicas y vandálicas en las aulas, para evitar situaciones de racismo o de xenofobia, o consejos para el uso seguro de Internet y las nuevas tecnologías, que es uno de los que actualmente más nos demandan. Nosotros, cuando nos ponemos en contacto con

los colegios, son ellos los que nos piden hablar de un tema o de otro, y últimamente lo que más prima es hablar de redes sociales y de la seguridad en Internet. El año pasado estuvimos en 4.900 colegios, casi 5.000 colegios de toda España; ofrecimos 8.500 charlas a alumnos sobre Internet, como les he dicho, que son las más demandadas; ofrecimos 3.700 a personal docente; y más de 700 con las AMPA, con las asociaciones de madres y padres de alumnos de estos colegios. Una labor de educación y de concienciación sobre seguridad realizada desde el mundo real, en las aulas, y también desde el virtual.

Desde la oficina de prensa trasladamos estos contenidos a nuestras plataformas siendo conscientes de cuál es el público que tenemos en cada momento y cuáles son las franjas del día más apropiadas para difundir una información u otra. Generalmente a primera hora de la mañana nuestros tuits son de carácter informativo, se hacen eco de la nota de prensa que en ese momento estamos dando, pero es por la tarde-noche cuando nuestros tuiteros son mucho más informales y cuando se está buscando otro tipo de información. Ahí nuestro lenguaje cambia, nuestro lenguaje se adapta al público y a la franja horaria, y abordamos el acoso escolar, las drogas, el alcohol, las bandas juveniles, la violencia de género, la pornografía infantil, pero en un tono más cercano, más con los giros que ellos suelen dar, aunque detrás de todo ello se esconde una moraleja.

También de forma periódica tuiteamos pautas para concienciar a los jóvenes de las conductas que deben tener tanto en su vida real como en la vida virtual. Son tuits que tienen un amplio retuit, generalmente en pocos minutos se viralizan. Decimos “no al acoso”, en clase, por Internet; no humillar, no jugar con tu intimidad; para estar “on fire” no es necesario acosar en clase. Esos son los giros de palabras que utilizamos para intentar hablar como ellos, para llegar a ellos.

A través de Internet, de las redes sociales recibidos diariamente centenares de menciones o de peticiones que son siempre atendidas desde la oficina de prensa y derivadas, en su caso, a la unidad correspondiente. Estamos en torno a unas mil menciones al día. Eso quiere decir que nos citan; en algunos de ellos, evidentemente, nos alaban o nos agradecen nuestro trabajo; y en muchas ocasiones todo lo contrario, es un medio para focalizar esa rebeldía juvenil contra el sistema y contra la Policía. Una broma que suele haber generalmente es que la Policía no sigue a nadie, no seguimos a nadie, pero a todos los que nos mandan algún mensaje solicitándonos cualquier tipo de ayuda o duda o cuestión, a todos los contestamos por mensajes directos y los derivamos, en su caso, a la unidad que sea necesario.

Al otro lado de nuestros perfiles, por último, quería recordarles, como he dicho al principio, tenemos un equipo de agentes que está preparado para atender estas dudas y derivarles, bien a la Brigada de Investigación Tecnológica, a la Brigada Central de Estupefacientes, al GRUME o a los compañeros de Seguridad Ciudadana o Judicial. Pero evidentemente, también recordamos que si te están robando, si eres víctima de un delito, a quien hay que llamar es al 091. Nosotros ofrecemos un consejo, somos lo más rápido que podemos, pero no somos una patrulla que pueda acudir en un minuto a solventar ese problema. Para hacer una denuncia hay que presentarse en una dependencia policial o, en caso de una emergencia, llamar al 091.

Nuestro objetivo es sensibilizar, informar, mediar en los casos que se nos planteen derivándolos a la unidad correspondiente.

Las cifras y nuestra implicación en casos concretos como los que les he mencionado nos hacen pensar que vamos por buen camino, pero el desarrollo de las redes sociales y de las nuevas tecnologías de la información es constante y están en permanente evolución y transformación. Por lo tanto, desde la oficina de prensa somos conscientes de que tenemos que seguir aprendiendo, que

tenemos que seguir desarrollando campañas y estrategias de concienciación para prevenir el delito y para educar a los menores, y quizá sí sería conveniente que este tipo de concienciación que hacemos en la red también se hiciera, como he mencionado, en el colegio de forma reglada.