



POLITICAL COMMUNICATION IN TIMES OF
EMERGENCY: THE SPANISH CASE

COMUNICACIÓN POLÍTICA EN TIEMPOS DE ALARMA: EL CASO ESPAÑOL

José Miguel Rojo Martínez y Alejandro Soler Contreras

Resumen

La crisis sanitaria vivida en España ha tenido importantes implicaciones sobre la comunicación política. Los actores gubernamentales y los distintos partidos han emprendido estrategias diversas en las que han usado herramientas comunicativas como el relato y la activación de marcos. También esta situación excepcional va a tener implicaciones sobre los liderazgos y los valores políticos socialmente aceptados.

Palabras clave: comunicación; gestión de crisis; relato; marco.

Abstract

The health crisis experienced in Spain has had important implications for political communication. Government actors and different parties have embarked on diverse strategies in which they have used communication tools such as storytelling and frame activation. This exceptional situation will have consequences for leadership and political values socially accepted.

Keywords: communication; crisis management; narrative; frame.

La gestión de la crisis sanitaria producida por el COVID-19 ha tenido en España grandes implicaciones sobre la comunicación de los gobiernos y los diferentes partidos políticos. A continuación, resumimos algunas de las principales notas relevantes de lo acontecido hasta este momento:

1 Búsqueda de legitimidad en los expertos y la ciencia.

Inicialmente la comunicación de la crisis (mes de febrero) correspondió casi en exclusiva a los técnicos y científicos gubernamentales, encarnados en la figura del Doctor Fernando Simón. Con esta decisión querían evitarse errores comunicacionales e imprecisiones técnicas por parte de los políticos, tal y como pasó en la crisis del ébola. La comunicación inicial se centralizó a nivel estatal. Conforme la crisis sanitaria devenía en una crisis nacional y política el foco de atención fue ascendiendo hacia los miembros del Ejecutivo, pero en todo momento estos mantuvieron un discurso que ligaba las decisiones adoptadas al “criterio técnico de los expertos”. Se fueron intercalando las comparencias de prensa de los distintos Ministros y del Presidente con las del equipo técnico. Los políticos trasladaban el relato y los marcos, mientras que los técnicos respondían con datos e intentando aportar conocimiento certero.

El Gobierno buscaba instalar que las decisiones adoptadas, sobre todo las relacionadas con medidas de salud pública, no eran políticas, sino estrictamente técnicas, por lo que desplazaban el nivel de responsabilidad y crítica. ¿Se puede discutir a unos científicos? ¿Los científicos actúan también bajo criterios políticos? ¿La ciencia admite visiones encontradas?

2 El marco global en la construcción del problema.

Toda política pública (y la gestión de la crisis sanitaria lo es) consiste en un intento de resolver un problema. El problema originario dista mucho de ser objetivo, es un constructo de los agentes políticos y sociales (Subirats *et al.*, 2008), enmarcado en unos términos concretos que favorecen implícitamente al actor que lo construye (Lakoff, 2007). De este modo, se refuerza la respuesta al problema propuesta por dicho actor frente a otras posibles.

En el caso de la crisis del coronavirus, desde la primera intervención de Pedro Sánchez se observa un esfuerzo por resaltar la faceta global de la crisis: el virus se origina en China y de ahí se extiende al resto del mundo. Si bien, efectivamente, esta crisis ha tomado

dimensiones internacionales, su construcción como un problema de escala internacional cumple dos funciones; por un lado, relaja el nivel de responsabilidad del gobierno español, pues no se puede culpar de esta crisis a un gobierno nacional, por otra parte, si el problema es global, se sigue que las soluciones al mismo deberían serlo igualmente. Este último punto anticipa el papel que la Unión Europea juega en la crisis; Sánchez quiere transmitir que los gobiernos nacionales, por sí solos, no pueden resolver la totalidad del problema, parte de la responsabilidad corresponde a la Unión. Podemos así entender la publicación por parte del propio Sánchez de un artículo titulado «Europa se la juega», en el diario El País, y en varios otros diarios de países europeos.

3 El relato como arma de gestión de crisis.

Las comparencias del presidente del Gobierno de los días 13 y 14 de marzo marcaron un antes y un después en la gestión de la crisis. El anuncio de que el Gobierno iba a decretar el estado de alarma fue seguido de la activación de un relato y de unos marcos cognitivos (Lakoff, 2007) que pretendían minimizar el impacto político de la crisis. Por un lado, el Presidente pedía unidad a los españoles y les anunciaba que el país entraba en una situación de guerra contra un enemigo común e invisible, el coronavirus. Los tonos bélicos permitían la exigencia de disciplina social, iban acompañados de la entrada en escena de las Fuerzas Armadas (con las implicaciones estéticas y psicológicas que ello supone) y facilitaban al Gobierno adoptar el mando único de la situación, algo que no es sencillo en un país muy descentralizado a nivel de competencias y con conflictos territoriales como España.

El Presidente afirmó el 14 de marzo que “el único objetivo era vencer al virus”. Desde Moncloa incorporaron los elementos básicos de un buen relato político (D’Adamo y García Beaudoux, 2013: 57-66): definieron al enemigo, escenificaron el liderazgo del Presidente con largas comparencias que intentaban dibujarle como capitán de esta misión, apelaron a las emociones de los ciudadanos, usaron valores favorables para su mensaje político (relacionados con lo público, la comunidad y el bienestar social) y trabajaron los símbolos socialmente reconocidos por esa España de los aplausos en los balcones (el Presidente incorporaba constantemente en su discurso a los héroes sanitarios). Los rituales sociales como los aplausos, que incluyen la construcción de héroes, han sido ampliamente estudiados por el sociólogo Randall Collins en su obra de 2004 *Cadenas de rituales de interacción*.



Foto: Videoconferencia de los presidentes autonómicos con el presidente del Gobierno (15/03/2020).

4 Las crisis: una oportunidad para consolidar liderazgos.

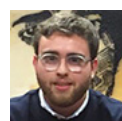
Las crisis son una amenaza para los liderazgos, pero también una oportunidad para que nazca un líder donde antes no lo había. El Alcalde de Madrid, José Luis Martínez Almeida, ha logrado un reconocimiento unánime de la sociedad por su gestión de crisis. El Alcalde popular entendió desde el principio que la lealtad al gobierno le recompensaría, sin que esto se confunda con una adhesión política. El caso de Martínez Almeida nos viene a confirmar que comunicar desde la oposición en situaciones de crisis no pasa por hacer pensar al ciudadano que intentas aprovecharte de la debilidad del momento. Esto puede penalizar. La respuesta en el Partido Popular, no obstante, no es unívoca. Si bien Almeida se coloca en una posición de lealtad o colaboración, Pablo Casado opta por una respuesta más confrontativa. En su caso, el refuerzo de su liderazgo se busca por la vía de ofrecer una imagen presidenciable y sólida en un momento de crisis en el que puede haber ciudadanos que no aprueben la gestión del Gobierno. En este sentido, Casado ha aprovechado algunas de las comparecencias de Pedro Sánchez para, acto seguido, emitir mensajes oficiales que lo construyan en el imaginario de la ciudadanía como un Presidente alternativo. El tiempo dirá qué tipo de estrategia da mejores frutos.

5 Una nueva escala de valores políticos: el resurgir del Estado.

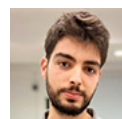
Lo público y la comunidad como antídoto para un mundo que parece derrumbarse y que ha cambiado para siempre. ¿Fin del neoliberalismo? ¿Responderá el mundo desde la vía socialdemócrata y keynesiana como tras la Segunda Guerra Mundial, favoreciendo a los partidos de la izquierda? O, por el contrario, ¿la respuesta pasará por el auge de las opciones autoritarias?

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- D'Adamo, O. y García Beaudoux, V. (2013): *Arquitectura del relato político. Storytelling al servicio de la comunicación política*. En: I. Crespo y J. del Rey (Eds.): *Comunicación Política y Campañas Electorales en América Latina*, (pp. 55-68). Buenos Aires: Biblos.
- Lakoff, G. (2007): *No pienses en un elefante*. Madrid: editorial Complutense.
- Subirats, J.; Knoepfel, P; Larrue, C. y Varone, F. (2008): *Análisis y gestión de políticas públicas*. Barcelona: Ariel.



José Miguel Rojo Martínez
Universidad de Murcia.
✉ josemiguel.rojo@um.es



Alejandro Soler Contreras
Universidad de Murcia.
✉ alejandro.soler@um.es