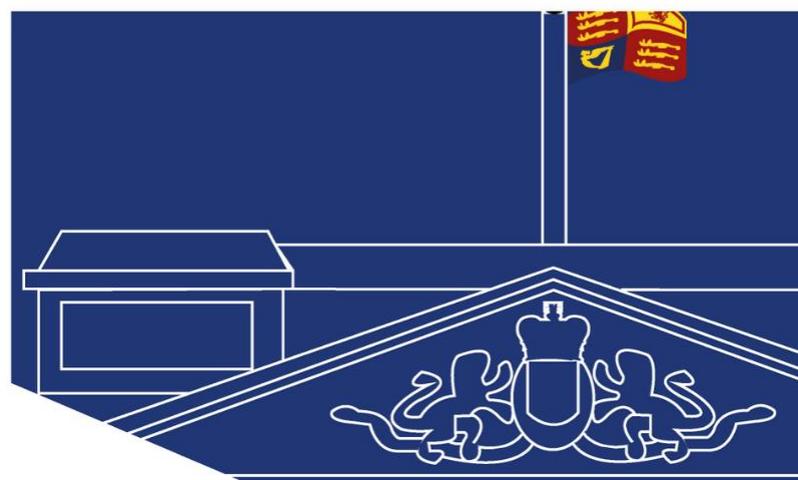
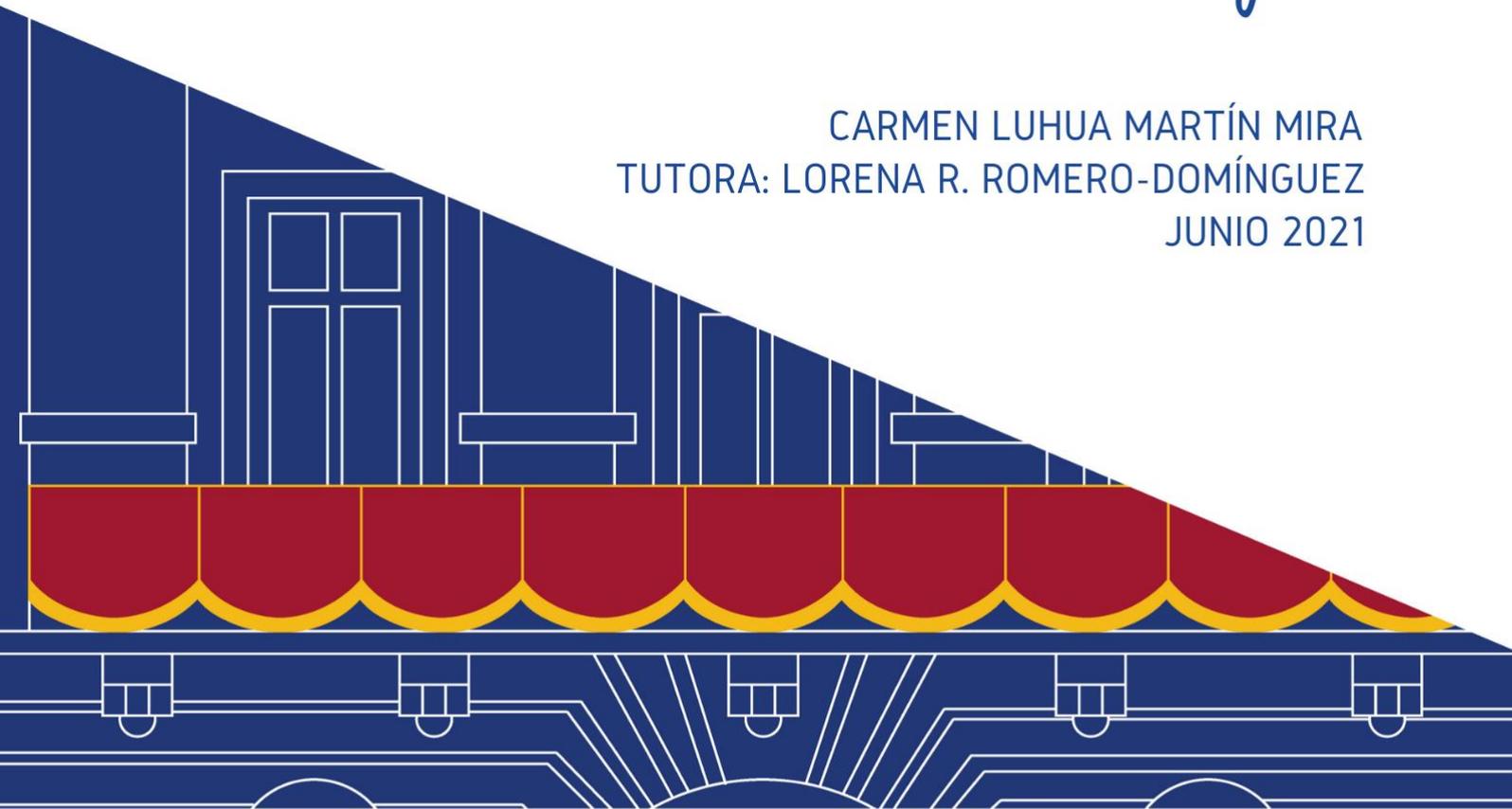


LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA CASA REAL BRITÁNICA EN LA GESTIÓN DE LA CRISIS DEL *Hegxit*

CARMEN LUHUA MARTÍN MIRA
TUTORA: LORENA R. ROMERO-DOMÍNGUEZ
JUNIO 2021





**La comunicación institucional de la Casa Real británica en
la gestión de la crisis del *Megxit***

Autora: Carmen Luhua Martín Mira

Tutora: Lorena R. Romero-Domínguez

Junio 2021

Fdo.: Carmen Luhua Martín Mira

Fdo.: Vº B Lorena R. Romero-Domínguez

Trabajo Fin de Máster

La comunicación institucional de la Casa Real británica en la gestión de la crisis del *Megxit*

Curso: 2020/2021

Autora: Carmen Luhua Martín Mira

Tutora: Lorena R. Romero-Domínguez

Máster en Comunicación Institucional y Política

Universidad de Sevilla

Junio 2021



Justificación exceso de páginas

En cumplimiento del artículo 3 de la *Normativa Específica sobre Trabajos de Fin de Máster del Máster Universitario en Comunicación Institucional y Política* (ANEXO de la **NORMATIVA GENERAL SOBRE TRABAJOS DE FIN DE MÁSTER DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN** aprobada en Junta de Facultad el 14 de noviembre de 2018) se incluye el siguiente manuscrito para justificar el exceso de páginas permitido para el Trabajo de Fin de Máster.

A/as de la Comisión Evaluadora:

La presente investigación sucede en el contexto de una crisis comunicativa que afecta a una institución de elevado impacto internacional como es la Corona británica. Esto hace que, además de un marco teórico en el cual se recogen de manera detallada las exposiciones de los especialistas en la materia que sustentan el análisis propuesto, se necesite de una contextualización cronológica detallada del fenómeno abordado (la salida de los duques de Sussex) para la mejor comprensión de los resultados.

Del mismo modo, se ha llevado un exhaustivo análisis de la muestra de estudio. La inclusión de gráficas, tablas e imágenes en el apartado de resultados ha incrementado el número de páginas en este epígrafe por el completo catálogo de categorías que se han tenido en cuenta en cada uno de ellos.

Finalmente, el anexo recoge múltiples elementos gráficos necesarios para completar el conocimiento sobre la investigación desarrollada.

Esta exposición de motivos cuenta con el VºBº de la tutora del presente TFM, la profesora Lorena R. Romero-Domínguez.

Índice

Resumen.....	6
Abstract.....	6
I. INTRODUCCIÓN.....	7
1. Introducción	7
2. Justificación de la investigación	8
3. Planteamiento de la investigación.....	10
3.1. Objeto de estudio	10
3.2. Objetivos y preguntas de investigación	10
3.3. Evolución cronológica de la relación de Meghan Markle y el príncipe Harry	11
4. Metodología	18
4.1. Análisis de contenido como método de investigación.....	19
4.2. Selección del corpus	19
4.3. Ficha de análisis.....	20
II. MARCO TEÓRICO.....	22
1. Comunicación Institucional y monarquía británica	22
1.1. Herramientas de comunicación institucional	23
1.2. Redes sociales como herramientas de comunicación institucional.....	25
2. Gestión de crisis.....	27
2.1. Definición de crisis	27
2.2. Gestión de crisis.....	28
3. <i>The Firm</i>	31
3.1. <i>@RoyalFamily</i>	33
3.2. Crisis en la Casa Real británica	35
III. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN	54
1. Análisis de datos	54
1.1. Fecha de publicación.....	55
1.2. Hora de publicación	55
1.3. Naturaleza	57
1.4. Tema tratado	58
1.5. Elementos formales.....	62
1.6. Público objetivo	63
1.7. Retuits, citas, me gustas y respuestas.....	63
1.8. Tono de las respuestas	65
1.10. Nube de palabras.....	70
2. Discusión de los resultados.....	71
IV. CONCLUSIONES.....	75
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	77
ANEXOS	84

Resumen

La comunicación institucional de la Casa Real británica en la gestión de la crisis del Megxit es un trabajo de investigación en el cual se analizan las estrategias, técnicas y herramientas de comunicación para la gestión de crisis por parte de la Casa Real británica aplicado al caso del *Megxit*.

Para ello, se evalúan las principales herramientas empleadas por la Familia Real, examinando cómo han gestionado esta crisis comunicativamente y los medios de los que se han servido. A través de un análisis de los mensajes emitidos en Twitter por la cuenta oficial de *the Firm* se ha podido dilucidar el carácter de las declaraciones de Buckingham Palace y de Su Majestad la Reina, la imagen del conflicto y la imagen mediática construida sobre los duques de Sussex. Previamente se había realizado un estudio del tratamiento de la comunicación institucional por parte de la Corona en Twitter, la plataforma escogida para el estudio.

Como conclusión de la investigación se observa que la Casa Real británica se encuentra arraigada en su manera de comunicar y gestionar las crisis, lo que no le impide aprender de sus errores y aplicar mejoras con las cuales consigue mantener a la opinión pública a su favor, demostrando la supervivencia inherente a la Casa de Windsor.

Palabras clave: comunicación, crisis, Megxit, Casa Real británica, Twitter

Abstract

The institutional communication of the British Royal Household in the management of the Megxit crisis is a research work in which the communication strategies, techniques and tools for crisis management by the British Royal Household are analyzed applied to the *Megxit* case.

For that purpose, the main tools used by the Royal Family are evaluated, examining how they have managed this crisis communicatively and the means they have used. By means of an analysis of the messages issued on Twitter by the official account of the Firm, it has been possible to determine the nature of the statements issued by Buckingham Palace and Her Majesty the Queen, the image of the conflict and the media image built on the Duke and the Duchess of Sussex. Previously, a study had been carried out on the treatment of institutional communication by the Crown on Twitter, the platform chosen for the study.

The conclusion of this research shows that the British Royal Household is rooted in its way of communicating and managing crises, which does not prevent them from learning from their mistakes and applying improvements with which it manages to keep public opinion in its favor, proving the inherent survival of the House of Windsor.

Keywords: communication, crisis, Megxit, British Royal House, Twitter

I. INTRODUCCIÓN

1. Introducción

The Duke and Duchess of Sussex have confirmed to Her Majesty The Queen that they will not be returning as working members of The Royal Family.

(The Royal Household, 2021)

La repercusión mediática que ha tenido la decisión por parte de los duques de Sussex de desvincularse de la Casa Real británica ha sido constante desde que dieran el anuncio oficial el 8 de enero de 2020. Este proceso, denominado por el tabloide británico *The Sun* (Aoraha, 2020) como «Megxit» (estructura basada en el patrón del neologismo *Brexit*, combinando Meghan [Markle] y *exit*), ha ocupado los titulares de periódicos y revistas de todo el mundo.

Los duques de Sussex fueron el blanco de los medios de comunicación mucho antes de alejarse de la Casa Real británica, incluso desde antes de ser duques, cuando solo eran el príncipe Harry y la actriz estadounidense Meghan Markle, conocida por su papel en la serie canadiense *Suits*. Ya por separado, sus vidas tenían un fuerte impacto en los medios internacionales, pero cuando se unieron, se convirtieron en el foco de atención de los medios a ambos lados del Atlántico.

En un país dominado comunicativamente por los tabloides¹ no es de extrañar el constante escrutinio al que se ven sometidas personalidades tan imponentes como los miembros de la Familia Real británica. La *Royal Family* ocupa en los medios una posición propia de un fenómeno de masas que cada día despierta más seguidores. *The Firm*, «la empresa», como se refieren a la Casa Real los medios británicos, despierta un profundo interés y fascinación en la sociedad británica y en el resto del mundo, tanto que ninguna familia real goza de la misma popularidad.

Aun así, sabemos que donde hay que poner el foco es en la propia comunicación institucional, ¿qué tienen que decir las partes afectadas?, ¿cuáles han sido sus estrategias comunicativas en este conflicto?, ¿han sido efectivas? El presente trabajo se centra en el estudio de la comunicación institucional llevada a cabo por la Casa Real durante el periodo comprendido entre la crisis provocada por el anuncio de los duques de Sussex de dar un paso atrás como miembros activos de la Familia Real, en enero de 2020, hasta la entrevista de los duques de Sussex con Oprah Winfrey en marzo de 2021.

¹ Según los datos proporcionados por la organización *Audit Bureau of Circulations a Press Gazette* (Tobitt y Majid, 2021), entre los diez periódicos con más tirada en el Reino Unido se encuentran los tabloides *Daily Mail*, *Mail on Sunday*, *Daily Mirror*, *Sunday Mirror*, *Daily Express*, *Daily Star*, *Sunday Express*. En este ranking no se incluyeron *The Sun* ni *The Sun on Sunday*, líderes del ranking el pasado año 2020, por mantener la privacidad de sus cifras.

En un momento en el que todo comunica, las instituciones –la Casa Real británica en nuestro caso– han de destinar buena parte de sus esfuerzos a la comunicación institucional para preservar su imagen y continuidad en el marco de la sociedad global de la información.

A propósito de lo anterior, Jacinto Gómez en su tesis sobre la comunicación institucional de la Casa Real Española (2017) afirma que:

Entender y conocer la labor que tiene encomendada la monarquía y sentirse representados por su comportamiento en nuestro tiempo, la ética y hasta las costumbres en las que vivimos en la actualidad, son la manera de llegar y convencer a la sociedad. Si la modernidad la ha despojado de mitología, el trabajo ha de dotarla de sentido. (p. 31)

El tema que vamos a tratar en estas páginas alude a la realidad que estamos viviendo, a cómo los acontecimientos que presenciamos, estudiamos y de los que los medios se hacen eco están determinando la historia actual y cómo una institución tan antigua y controvertida como la monarquía –y por ende las casas reales– está tratando de mantenerse a la altura comunicativa de las circunstancias y del tiempo que le ha tocado vivir.

2. Justificación de la investigación

La encuesta del periódico progresista británico *The Guardian*, *Guardian/ICM*, situó en 2012 a la monarquía británica en su récord de popularidad. Este auge de apoyo se dio en el contexto de las celebraciones por el Jubileo de Diamante de la reina Isabel II en 2012. Según la misma, el 69% de británicos opinaron que el Reino Unido estaría peor sin la monarquía y solo el 10% apuntó que se debería proclamar una República y elegir a un jefe de Estado en el caso de la abdicación o fallecimiento de la actual monarca (Clark, 2012).

Estos datos se vieron reforzados el pasado año, según la encuesta de la empresa internacional de investigación de mercados YouGov. En febrero de 2020 publicaban los resultados del sondeo que preguntaba a los británicos por la continuidad de la monarquía: el 62% estaba a favor frente a un 22% en contra y un 16% que no lo sabía (YouGov, 2020). Esta encuesta, realizada tras los escándalos que vinculaban al príncipe Andrés con Jeffrey Epstein y la salida de los duques de Sussex, no arroja datos que muestren un fuerte descenso del apoyo que recibe la monarquía británica con Isabel II al frente.

La popularidad de la monarquía británica apenas se ha visto afectada por los escándalos que rodean a los miembros de la Casa Windsor. Una noticia del diario *The Times* (Wheeler, 2020) proclamaba que los Windsor habían salido ilesos tras el lanzamiento de la cuarta temporada de la serie de Netflix, *The Crown*, y que, según una encuesta llevada a cabo por FocalData y publicada en *The Sunday Times*, mostraba que para el 35% de espectadores su opinión sobre la monarquía había mejorado.

Aun así, la *Royal Family* se encuentra en el punto de mira de la opinión pública de todo el mundo y el foco mediático está en la ruptura definitiva de los duques de Sussex con la familia real. Esta situación ha obligado a la Casa Real a pronunciarse en varias ocasiones, pese a que, por regla general, evitan declaraciones y comunicados sobre la vida privada de los miembros de la familia real, siendo extremadamente cautos a la hora de publicar cualquier mensaje (Scobie y Durand, 2020).

Tradicionalmente, han sido los medios los responsables de la construcción de toda una estructura narrativa en torno a la historia de la actualidad. Los acontecimientos más recientes son narrados en un metadiscurso elaborado en el entresijo del sistema mediático mundial, con el poder de generar debate y opinión pública en los receptores. Esto no significa, según Castells (2008), que los medios de comunicación de masas sean depositarios del poder, sino que, en conjunto, constituyen el espacio en el que se decide el poder. Esto nos permite entender que los políticos -e instituciones- dependan de los mismos.

La presencia de la monarquía británica en la prensa sensacionalista británica ha supuesto la creación de una estructura narrativa similar al melodrama familiar (Labio, 2001). Cada episodio reciente protagonizado por la familia real tiene una repercusión en los medios digno de un capítulo de telenovela. Convertida en una marca, más allá de ser una de las monarquías con más historia del mundo, *The Firm*, la reina Isabel II y todo lo que rodea a la Casa Windsor, provocan una fascinación global.

Por este motivo, abordar una investigación sobre la manera en que comunica una institución tan asentada como la Casa Real británica es capital a la hora de entender la historia contemporánea. La comunicación de las instituciones que dirigen las jefaturas de los estados es una necesidad, en tanto que las mismas representan los valores que sustentan sus sociedades (Gómez López, 2017). Además, con el ámbito comunicativo de «la empresa» pasa lo mismo que con los estudios sobre la monarquía española, y es que, según Barredo (citado por Gómez López, 2017, p. 17), “adolecen de una particularidad común: ninguno se ha construido desde la perspectiva del emisor”. Por este fenómeno, este trabajo persigue estudiar cómo la Casa Real británica enfrenta este acontecimiento, como podría estudiarse cualquier otra crisis afrontada por otra entidad de carácter privado.

La motivación por desarrollar un trabajo de investigación sobre este tema vino suscitada por el fuerte y reciente interés mediático y social que ha marcado la decisión de los duques de Sussex, así como la propia gestión comunicativa que la Casa Real está desarrollando al margen de los tabloides y sus especulaciones. Así pues, insertando nuestra investigación académica en la coyuntura del momento, analizaremos cómo se ha afrontado esta crisis institucional por parte de la Casa Real británica y de los duques de Sussex.

3. Planteamiento de la investigación

3.1. Objeto de estudio

La presente investigación se centra en el estudio de la comunicación institucional llevada a cabo por la Casa Real británica y los duques de Sussex durante el periodo comprendido entre el anuncio por parte de los duques de Sussex de dar un paso atrás como miembros activos de la Familia Real, en enero de 2020, hasta el último comunicado emitido por el palacio de Buckingham tras la emisión de la entrevista concedida por los duques de Sussex a Oprah Winfrey en marzo de 2021.

De manera más específica, se analiza cómo la Corona británica ha afrontado comunicativamente la crisis que ha supuesto la decisión de Harry y Meghan de apartarse de la Familia Real británica, observando cómo ha desestabilizado el *Megxit* la solidez de la institución real y cómo han intentado contrarrestar este episodio desde la Casa Real, así como los posibles cambios en actuaciones del ámbito de la comunicación institucional.

3.2. Objetivos y preguntas de investigación

Este Trabajo Fin de Máster persigue unos objetivos asociados a aportar mayor conocimiento sobre la aplicación de estrategias, técnicas y herramientas de comunicación para la gestión de crisis en el ámbito de una institución como es la Casa Real británica. El interés de nuestra investigación encuentra su razón de ser en los siguientes objetivos:

1. Conocer y evaluar las principales herramientas utilizadas por la Casa Real británica para la gestión de la crisis provocada por el alejamiento de los duques de Sussex de la Familia Real.

¿Cómo ha gestionado esta crisis comunicativamente? ¿Qué medios ha utilizado? ¿Qué tan novedosas han sido las herramientas empleadas? ¿Ha sido correcta la gestión comunicativa de la crisis? ¿Ha sabido gestionar esta situación?

2. Analizar los mensajes emitidos tanto por la Casa Real británica como por los duques de Sussex.

¿Cómo han sido estos mensajes? ¿En qué medios han lanzado sus comunicaciones? ¿Qué imagen del conflicto han construido? ¿Cómo se construye la imagen mediática de los duques de Sussex sobre una base textual, a nivel discursivo, en los mensajes emitidos por la Casa Real británica? ¿Cómo se construye la imagen mediática de la Casa Real británica sobre una base textual, a nivel discursivo, en los mensajes emitidos por los duques de Sussex?

3. Estudiar el tratamiento de la comunicación institucional de la Casa Real británica en Twitter.

¿Qué tratamiento se les otorga en las redes sociales? ¿Han difundido toda la comunicación en estas plataformas? ¿Qué impacto han tenido los mensajes en las distintas redes sociales? ¿Cuáles han sido las reacciones por parte de los internautas? ¿Han sabido aprovechar las capacidades de comunicación que ofrecen estas herramientas?

Antes de entrar de lleno en la investigación que nos ocupa, es necesario contextualizar y organizar los hechos a los que nos vamos a referir a lo largo del presente trabajo. Para ello, vamos a recoger en orden cronológico los hitos más determinantes desde el inicio de la relación del príncipe Harry y Meghan Markle en junio de 2016 hasta el último comunicado emitido por la Casa Real tras la polémica entrevista que concedieron los duques de Sussex a la presentadora estadounidense Oprah Winfrey emitida el 7 de marzo de 2021.

3.3. Evolución cronológica de la relación de Meghan Markle y el príncipe Harry

Este recorrido lo haremos siguiendo la biografía redactada por los periodistas especializados en la Familia Real británica, Omid Scobie y Carolyn Durand (2020). La obra, titulada *Finding Freedom* (conocida en España como “Meghan & Harry. En libertad”), sigue los pasos de la pareja desde el inicio de su relación hasta el anuncio de su desvinculación de la Casa Real.

Junio de 2016. El príncipe Harry y la actriz Meghan Markle se conocen en una cita a ciegas en el Soho House de Londres. Una reunión informal en la que se encontraban más amigos de ambos. Desde el final de la velada no dejaron de intercambiarse mensajes. Al día siguiente quedaron los dos solos para una cena romántica en el Dean Street Townhouse.

Julio de 2016. Meghan visita Nottingham Cottage, la casa de Harry en Kensington Palace por primera vez. Mes y medio después de conocerse, Harry le prepara a Meghan una escapada de cinco días a Botsuana, momento que aprovechan para conocerse mejor. Los siguientes meses, los viajes entre Toronto (donde residía Meghan), Londres y Los Ángeles (ciudad natal de la actriz), fueron muy frecuentes. En Los Ángeles, Harry pudo conocer a Doria, la madre de Meghan.

Octubre de 2016. La noche del 29 de octubre, la pareja acudió a una fiesta de Halloween junto a la princesa Eugenia y su novio Jack Brooksbank. Esa misma noche recibieron la noticia por parte del palacio de Kensington de que el *Sunday Express* iba a publicar su relación gracias a la filtración de una persona del entorno del príncipe Andrés, padre de Eugenia. El 30 de octubre estalló la noticia, obligando a Harry y a Meghan a ocultarse en la casa de unos amigos.

Noviembre de 2016. Meghan conoce al príncipe Guillermo en Kensington Palace. La actriz es sometida a un acoso constante por parte de los medios (Ponsford, 2016): el diario *The Sun*

(2016), por ejemplo, afirmaba la existencia de un vídeo de Markle en la plataforma *PornHub*. A esto se suman las duras declaraciones que vertió sobre Meghan su hermana Samantha. Estos hechos propician que el palacio de Kensington emita un comunicado el 8 de noviembre en contra del hostigamiento de los medios y confirmando la relación de Harry y Meghan. El 26 de noviembre el príncipe Guillermo emite un comunicado de apoyo a los futuros duques.

Diciembre de 2016. Meghan viaja a Londres para reunirse con Harry antes de Navidad. El 14 de diciembre, de camino al teatro Gieguld, la pareja fue fotografiada. Esta instantánea fue publicada en *The Sun* (2016). Harry organizó un viaje de siete días en Tromsø (Noruega) para celebrar el Fin de Año dentro del Círculo Polar Ártico, alejados de los *paparazzi*.

Enero de 2017. Meghan conoce a Kate Middleton, duquesa de Cambridge, el 10 de enero en el Apartamento 1A, la residencia de los duques. Meghan pasó el resto del invierno en la residencia de Harry en Kensington Palace.

Marzo de 2017. Harry y Meghan viajan a Jamaica para asistir a la boda de Tom Inskip, un amigo del príncipe. Pese a procurar la máxima intimidad y seguridad, la pareja fue fotografiada en la piscina del hotel.

Mayo de 2017. El 6 de mayo, Meghan hizo su primera aparición en un acto oficial durante un partido de polo benéfico en el palacio real de Coworth Park. El 20 de mayo la pareja asistió a la boda de Pippa Middleton, tras la polémica provocada por la decisión de Meghan de no acudir a la ceremonia religiosa pero sí al banquete.

Agosto de 2017. La pareja celebró el 34 cumpleaños de la actriz en Botsuana, iniciando un viaje planificado por Harry. En este viaje tuvieron la oportunidad de consolidar su relación, haciendo planes de boda y donde se prometieron simbólicamente. Poco después del regreso a Londres, formalizaron su compromiso en Nottingham Cottage.

Septiembre de 2017. Meghan Markle concede una entrevista a *Vanity Fair* en la que habla abiertamente por primera vez de su relación con el príncipe. Los Invictus Games de 2017 tuvieron lugar en Toronto y fue en ese escenario en el que tuvo lugar su primer evento oficial, convirtiéndose en los grandes protagonistas del evento.

Octubre de 2017. El 12 de octubre Harry y Meghan acuden al palacio de Buckingham para encontrarse con la reina Isabel II en un ambiente informal. Esta sería la primera vez que se encontrarán la futura duquesa de Sussex y la reina de Inglaterra.

Noviembre de 2017. El 27 de noviembre el príncipe de Gales anuncia en un comunicado el enlace del príncipe Harry con Meghan Markle en la primavera del año siguiente. Tras el anuncio, la pareja posó en los jardines de Kensington Palace y concedieron una entrevista a la *BBC*. El 28 de noviembre, Kensington Palace revela el lugar de la boda: la Capilla de San Jorge en el Castillo de Windsor.

Diciembre de 2017. El 1 de diciembre, el príncipe Harry y Meghan Markle asisten a su primer acto oficial después del anuncio del compromiso. El 15 de diciembre Kensington Palace anuncia la fecha de la boda: el 19 de mayo de 2018. La invitación de Meghan a pasar las Navidades con los Windsor en Sandringham marca un precedente, pues hasta la fecha nunca se había invitado a una novia real a celebrar las fiestas navideñas junto a la familia.

Marzo de 2018. El 6 de marzo tiene lugar el bautismo de Meghan Markle en la capilla real del palacio de Saint James. A la ceremonia asistieron el príncipe Carlos y la duquesa de Cornwall. Ni la reina ni los duques de Cambridge asistieron. No era necesario que profesara la fe anglicana para su compromiso con el príncipe Harry.

Abril de 2018. Harry y Meghan continúan con su agenda mientras las cuentas oficiales (@RoyalFamily, @ClarenceHouse y @KensingtonRoyal) van publicando detalles de la boda. El 26 de abril, Kensington Palace publica que el duque de Cambridge será el padrino de Harry.

Mayo de 2018. El 11 de mayo Buckingham Palace comparte la imagen del instrumento de consentimiento para el matrimonio entre Meghan y Harry por parte de la reina. El 17 de mayo Meghan Markle lanza un comunicado oficial a través del palacio de Kensington anunciando que su padre, Thomas Markle, no asistirá a la boda. El 18 de mayo se publica que el príncipe de Gales acompañará a Meghan Markle hasta el altar. El 19 de mayo se celebró la boda real entre Harry y Meghan en la capilla de San Jorge de Windsor. Todos los detalles del compromiso se publican en las redes oficiales de la Casa Real. Además, es posible ver la ceremonia en directo por YouTube. La reina Isabel II les otorga el título de duques de Sussex: *Su Alteza Real el duque de Sussex* y *Su Alteza Real la duquesa de Sussex*.

Junio de 2018. El 14 de junio, la reina Isabel II y la duquesa de Sussex protagonizan el primer (y último) acto público a solas, durante la apertura del puente Mersey Gateway en Widnes. Este hecho volvió a sentar un precedente, pues la duquesa de Cambridge no acompañó en solitario a la reina en una salida oficial hasta un año después de su enlace en 2011.

Octubre de 2018. El 15 de octubre, la Casa Real anuncia que los duques de Sussex esperan su primer hijo, justo antes de comenzar su primer tour como matrimonio por Australia, Nueva Zelanda, Fiji y Tonga.

Noviembre de 2018. El 24 de noviembre Kensington Palace anuncian que los duques de Sussex van a fijar su residencia en Frogmore Cottage en Windsor. Asimismo, declaran que las oficinas de los duques seguirán en el palacio de Kensington.

Diciembre de 2018. Día de Navidad en Sandringham. Con el objetivo de silenciar los rumores, los duques de Cambridge y de Sussex pasan las navidades juntos en la residencia de los Cambridge en Norfolk.

Enero de 2019. El 10 de enero, Kensington anuncia que la duquesa de Sussex patrocinará cuatro organizaciones, dos de ellas por delegación de la reina: el National Theatre, la Asociación de Universidades de la Commonwealth, Mayhew y Smarts Work.

Febrero de 2019. La duquesa de Sussex es sorprendida en Nueva York, ciudad en la que su amiga Jessica Mulrone y había preparado un *baby shower* en un hotel del Upper East Side. Hubo mucha polémica en los medios en torno al viaje de la duquesa y su estilo de vida más propio de una *celebrity* que de una *royal*. Los duques de Sussex llegan a Rabat el 23 de febrero, dando inicio a su visita de tres días por Marruecos.

Marzo de 2019. El 14 de marzo anuncian a través de un comunicado que se va a crear una nueva Casa para los duques de Sussex en primavera con el apoyo de la reina y el príncipe de Gales. A partir de entonces, las comunicaciones de los duques las dirige Sara Latham, antigua asesora de Hillary Clinton y socia gerente de Freuds. A Latham se le atribuye el éxito que cosecharon los duques en las redes sociales tras la decisión de abrir un perfil propio a los Sussex.

Abril de 2019. El 2 de abril los duques abren su propia cuenta de Instagram, SussexRoyal, donde pretenden compartir su trabajo, las causas que apoyan y anuncios importantes. Dicha cuenta bate un récord Guinness al alcanzar el millón de seguidores en menos de 6 horas. Harry y Meghan no son los primeros miembros de la Familia Real en contar con un perfil propio -el duque de York se unió en 2014 y su hija, la princesa Eugenia, en marzo de 2018-, pero sí los que alcanzaron más popularidad en la red, solo por detrás de los duques de Cambridge.

Mayo de 2019. El 6 de mayo nace el primer hijo de los duques de Sussex, séptimo en la línea de sucesión británica. El 8 de mayo, los duques presentan a su hijo en el salón de San Jorge en el castillo de Windsor. El perfil oficial de la Familia Real publica las primeras imágenes de los duques junto a Archie y sus abuelos, la reina y el duque de Edimburgo, y la madre de la duquesa, Doria Ragland. También anuncian el nombre escogido por los duques de Sussex: Archie Harrison Mountbatten-Windsor. El 10 de mayo lanzan, junto a los duques de Cambridge, *GiveUsAShout*, un servicio de soporte de mensajes de texto para ayudar a las personas con problemas de salud mental. A finales de mayo, el duque viaja a Roma para la novena edición del Sentebale ISPS Handa Polo Cup, para recaudar fondos y concienciar sobre el trabajo de la ONG en el apoyo de niños y jóvenes afectados por el VIH en el sur de África.

Julio de 2019. El 6 de julio se celebra el bautizo de Archie en la capilla privada del castillo de Windsor. A la ceremonia asistieron 22 invitados, entre los que se encontraban el príncipe de Gales y la duquesa de Cornualles, los duques de Cambridge, Doria Ragland y las hermanas de Diana: Lady Jane Fellowes y Lady Sara McCorquodale. El 10 de julio el duque de Cambridge y el duque de Sussex participan en el King Power Royal Charity Polo Day. Las duquesas de Cambridge y Sussex asisten a la final femenina individual de tenis en Wimbledon el sábado 13 de julio, en la que la rumana Simona Halep venció a la estadounidense Serena Williams.

Septiembre de 2019. El 3 de septiembre, los duques de Sussex anuncian el lanzamiento de Travalyt, una iniciativa global que pretende cambiar el impacto del turismo con el apoyo de empresas como Booking, TripAdvisor, Skyscanner y Visa. Los duques inician el 23 de septiembre una gira de diez días por el sur de África. Esta gira oficial se centra en la comunidad, el liderazgo, los derechos de las mujeres y las niñas, la salud mental, el VIH y el medioambiente. Los duques visitan Sudáfrica, Angola, Botsuana y Malawi.

Octubre de 2019. El 1 de octubre el duque de Sussex hizo público un comunicado anunciando que han tomado medidas legales contra algunos medios de comunicación británicos.

Uno de los medios contra los que había emprendido acciones legales es *The Mail on Sunday* por publicar ilegalmente la carta que le había enviado Meghan a su padre Thomas Markle. La carta, escrita por la duquesa en agosto de 2018, fue filtrada por el propio Thomas Markle y publicada en cinco artículos en febrero de 2019. La duquesa demanda al grupo periodístico ANL -propietario del *Daily Mail*, *Mail on Sunday* y *MailOnline*- por hacer mal uso de información privada, infracción de derechos de autor y violación de la Ley de Protección de Datos.

El 7 de octubre se desvela que el duque de Sussex ha demandado a los tabloides *The Sun* y *Daily Mirror* por, supuestamente, hackear su teléfono y obtener mensajes privados.

Por el día mundial de la salud mental, los duques de Cambridge y los duques de Sussex participan dando voz en un cortometraje lanzado por Public Health England y NHS para crear conciencia sobre EveryMindMatters, un servicio online para ayudar a las personas a tomar medidas para cuidar su salud mental y bienestar. Además, el duque de Sussex colabora con el cantante Ed Sheeran para concienciar sobre la salud mental, animar a la gente a pedir ayuda y ofrecer recursos y asistencia a quien lo necesite.

Noviembre de 2019. El 13 de noviembre se publica que los duques de Sussex pasarán su primera Navidad con Archie en Estados Unidos, faltando a la tradición real de pasar las fiestas en Sandringham. El 15 de noviembre, *Byline Investigates* filtró la denuncia de la duquesa de Sussex contra Associated Newspaper tras tres años de acoso y noticias falsas sobre su vida. Los duques se toman seis semanas de vacaciones de sus obligaciones reales en las que aprovechan para pasar el día de Acción de Gracias en California con la madre de Meghan.

Diciembre de 2019. La cuenta de Twitter *@queenscomtrust* comparte la tarjeta navideña de los duques de Sussex, presidente y vicepresidenta de la asociación benéfica. Pasan las fiestas en Canadá con la madre de Meghan, por lo que no asisten a los oficios tradicionales de Navidad en Sandringham con la reina.

Enero de 2020. El 7 de enero, *The Sun* publicó que los duques podrían mudarse a Canadá en 2020. Tras esta filtración, los duques de Sussex publican el 8 de enero un comunicado en

un *post* de Instagram anunciando que tienen la intención de dar un paso atrás como miembros “senior” de la Familia Real, así como sus deseos de ser independientes económicamente. Ante el revuelo mediático, Buckingham lanza un comunicado en el que advierten de que las conversaciones con los duques están en una etapa inicial y que llevará tiempo resolver.

El 13 de enero, el duque de Sussex se reúne en Sandringham con la reina, el príncipe de Gales y el duque de Cambridge para llegar a un acuerdo. Tras la reunión, la reina emitió un comunicado anunciando algunas conclusiones, a la espera de decisiones definitivas en los días siguientes.

El 18 de enero, cinco días después de la reunión en Sandringham, la reina emitió otro comunicado anunciando que se había encontrado un camino “constructivo” y “solidario” para su nieto y su familia. Además, la reina reconocía ser consciente de los desafíos que habían pasado los duques por el “intenso escrutinio durando los últimos dos años”. A este comunicado le siguió uno de los duques resumiendo los términos del acuerdo: se retiran de los deberes reales, incluyendo los honores militares oficiales, así como el cese de percepción de fondos públicos; pierden la condición de Altezas Reales al no ser miembros activos de la Familia Real; mantienen sus patronazgos privados; no pueden representar formalmente a la reina, entre otros cambios. Anuncian que ese nuevo modelo entrará en vigor esa primavera.

El 19 enero, durante una cena a beneficio de Sentebale (una organización fundada por el príncipe Harry y el príncipe Seeiso en 2006) en Londres, el duque de Sussex ofrece un discurso para que supieran la verdad por él “como Harry”. A través de esas palabras, el duque transmite la tristeza que siente por cómo se habían desarrollado las cosas, pero aclara que su compromiso para con su país y con la reina se mantienen intactos, aclarando que continuarán llevando una vida de servicio. También señala a los medios de comunicación como “una fuerza poderosa” y espera que el apoyo colectivo consiga ser más grande que ellos.

Febrero de 2020. Hasta que dejen sus funciones oficiales en primavera, los duques siguen con sus compromisos reales. El 26 de febrero, el duque de Sussex asiste a un congreso en Escocia en el que define la próxima fase de Travalyst, su iniciativa de turismo sostenible.

Marzo de 2020. Los duques asisten el 5 de marzo, por tercer año consecutivo, a los Endeavour Fund Awards, creados para celebrar los logros de los veteranos que habían avanzado en su recuperación gracias a los desafíos deportivos.

Los duques de Sussex asisten el 7 de marzo al Festival anual de Música Mountbatten en el Royal Albert Hall. Esta es la última vez en la que el príncipe Harry luce su uniforme de capitán general de la Marina Real.

La duquesa de Sussex protagoniza su último acto en representación de la monarquía como patrona de la Asociación de Universidades de la Commonwealth. Un acto que tiene lugar por

el día de la Commonwealth, el 9 de marzo, en el Salón 1844 del palacio de Buckingham, antes del Servicio de la Commonwealth.

Ese mismo día, los duques de Sussex asisten a su último acto oficial con motivo de las celebraciones del Día de la Commonwealth en la abadía de Westminster junto a otros miembros de la Familia Real.

A finales de marzo, los duques de Sussex se instalan en California antes del cierre de fronteras provocado por el COVID-19. El 30 de marzo se despiden de Instagram con un *post* en su cuenta oficial.

Abril de 2020. El 20 de abril publican una carta que los duques escribieron el día anterior a los editores de cuatro tabloides británicos: *The Sun*, *The Daily Mirror*, *The Daily Mail* y *The Daily Express*. En el escrito afirman que no volverán a trabajar con ellos.

Junio de 2020. Los duques hacen su primera aparición tras el confinamiento el 24 de junio. Los Sussex visitan y prestan su ayuda a Homeboy Industries, un programa de reinserción y rehabilitación de jóvenes que han estado en prisión.

Julio de 2020. El 6 de julio los duques de Sussex, presidente y vicepresidenta de la Queen's Commonwealth Trust, conversan con los líderes de la red QCT sobre equidad, justicia e igualdad de derechos en el marco del creciente movimiento *Black Lives Matter*.

El 23 de julio los duques de Sussex presentan una demanda en el Tribunal Superior del Condado de Los Ángeles contra un paparazzi no identificado por invadir su privacidad. Esta demanda les permite perseguir a quien venda las fotos hechas a la familia en California.

Agosto de 2020. El 11 de agosto se publicó *Finding Freedom*, una biografía sobre los duques de Sussex escrita por Omid Scobie y Carolyn Durand.

Septiembre de 2020. El 3 de septiembre Meghan Markle demanda a *Splash News*, una agencia de noticias, tras haber violado su privacidad al fotografiarla en enero en la isla de Vancouver con su hijo, de entonces ocho meses.

Noviembre de 2020. El 25 de noviembre, Día de Acción de Gracias, *The New York Times* publica un artículo escrito por Meghan Markle, duquesa de Sussex “madre, feminista y activista”. Bajo el título “The Losses We Share”, la duquesa cuenta que sufrió un aborto espontáneo, “perder un hijo significa cargar con una pena casi insoportable, experimentado por muchos, pero de la que pocos hablan” (Markle, 2020)

El duque de Sussex emprende acciones legales por difamación contra Associated Newspaper, editor del *Mail on Sunday*. La empresa ya tiene una demanda de la duquesa de Sussex, quien emprendió acciones legales en noviembre del año anterior. Los abogados presentan la demanda en los tribunales londinenses el 27 de noviembre por una información

publicada en octubre en la que se decía que el príncipe había dejado de tener contacto con la Marina Real.

Diciembre de 2020. El 23 de diciembre, Mayhew, la asociación de la que es patrona la duquesa de Sussex, comparte el *christmas* navideño de los duques. Los duques pasan las fiestas en Los Ángeles.

Febrero de 2021. Los duques anunciaron el día de San Valentín que estaban esperando su segundo hijo. Esta fecha es importante para el príncipe Harry, ya que la princesa Diana anunció un 14 de febrero que estaba esperando a su segundo hijo.

El 19 de febrero, el palacio de Buckingham lanza un comunicado respecto a los duques de Sussex en el que anuncia que los duques han confirmado a la reina que no retomarán sus funciones como miembros activos de la Familia Real, apuntando que siguen siendo miembros muy queridos de la familia. Con este comunicado se confirman las condiciones expuestas en el anterior comunicado del 18 de enero de 2020: pierden sus honores militares y los patrocinios reales vuelven a la reina para ser redistribuidos entre los demás miembros de la Familia Real.

El 25 de febrero se publica una entrevista del príncipe Harry con el presentador estadounidense James Corden. Durante la entrevista, grabada desde la parte superior de un autobús turístico, el príncipe habla de manera relajada sobre cuestiones informales mientras toman el té y establecen una videollamada con Meghan Markle.

Marzo de 2021. El domingo 7 de marzo la *CBS* emite en Estados Unidos una entrevista de los duques de Sussex con Oprah Winfrey. El lunes 8 se emite en Reino Unido. En el encuentro los duques hablan abiertamente sobre cuestiones muy controvertidas, como la acusación de racismo hacia algunos miembros de la Familia Real o la falta de apoyo que tuvieron al enfrentarse a los medios británicos. Los duques aprovechan la entrevista para desvelar que el bebé que esperan será niña.

El 9 de marzo de 2021, Buckingham Palace publica un comunicado en el que la reina reconoce que toda la familia está triste por los desafíos a los que se han visto sometidos Harry y Meghan; también muestra su preocupación ante las acusaciones de racismo, afirmando que algunos recuerdos pueden variar pero que se ocuparán en privado de resolver estas cuestiones. Finalmente, la reina admite que Harry, Meghan y Archie serán siempre miembros muy queridos de la familia.

4. Metodología

Esta investigación se centra en la red social y plataforma de *microblogging* Twitter, como uno de los canales de comunicación de los que hace uso la Casa Real británica para mantener informada a la sociedad sobre el trabajo y las actividades de la reina y los miembros de la Familia Real británica.

4.1. Análisis de contenido como método de investigación

Para la realización de este trabajo se hace necesario establecer una metodología que nos permita conseguir los objetivos anteriormente propuestos. Para tal fin, se aplica una metodología de carácter cuantitativo, consistente en un análisis de contenido a través de una ficha de estudio.

Berelson (1952, p. 18) expone que “el análisis de contenido consiste en una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación”. Por su parte, Krippendorff (1990) determina que se trata de una técnica “destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto” (p. 28).

Por esto mismo, Krippendorff (1990) excluye de su definición los criterios establecidos por Berelson al considerarlos poco claros y demasiado restrictivos y defiende su definición por ser explícita en lo relativo al objeto del análisis de contenido. Krippendorff (1990) y Bardin (2002) coinciden en que la exigencia de que la descripción sea “cuantitativa”, influenciada por Berelson, es “restrictiva” (Krippendorff, 1990, p. 29) y “rígida” (Bardin, 2002, p. 87).

Bardin (2002) expresa que los procedimientos cuantitativos y los cualitativos no operan en el mismo campo de acción: mientras los primeros permiten obtener datos objetivos por un método estadístico, los segundos responden a un procedimiento más intuitivo y adaptable a la evolución de las hipótesis.

Asimismo, esta discusión de la aproximación cuantitativa/cualitativa ha marcado, en palabras de Bardin (2002), “un giro en la concepción del análisis de contenido” (p. 88). Bardin (2002) concluye que la naturaleza del material influye en la elección del procedimiento.

Apoyándonos en lo anterior, se ha optado por un estudio cuantitativo al considerarlo el que mejor se ajusta al propósito que persigue esta investigación: estudiar la gestión comunicativa de la crisis provocada por la salida de los duques de Sussex por parte de la Casa Real británica. De este modo, se puede estudiar la cantidad de mensajes emitidos a través de Twitter (en total 4) así como las reacciones positivas o negativas que suscitan los tuits de la Familia Real británica en lo que respecta al *Megxit*.

4.2. Selección del corpus

El universo de estudio lo componen los tuits publicados por la cuenta oficial de la Familia Real británica (@RoyalFamily) en la plataforma de *microblogging* Twitter, desde el anuncio de los duques de Sussex de dar un paso atrás como miembros de la Familia Real hasta el comunicado emitido por la Corona tras la entrevista de Harry y Meghan con Oprah Winfrey. El periodo temporal viene acotado por el desarrollo de los hechos descritos: desde el 8 de enero

de 2020 (mes en el que, tras el anuncio de los duques de Sussex de desligarse de la Familia Real, se suceden distintas comunicaciones para aclarar la situación) hasta el 9 de marzo de 2021 (48 horas después de la emisión de la entrevista de los duques con Oprah). Un periodo de 14 meses durante el cual se publican 1.262 tuits².

El corpus de estudio elegido para la investigación son los tuits que hacen referencia a la situación de los duques de Sussex y actualizaciones sobre su estado dentro de la Familia Real británica. La unidad de análisis equivale a cada uno de los tuits seleccionados que compone la muestra (4 en total), para los cuales se han establecido unas categorías de análisis, como son la fecha, hora y naturaleza del tuit, así como el número de retuits, me gustas y comentarios y otros aspectos relacionados con el contenido como el tema, tono y elementos formales, entre otros, que indicamos a continuación en la ficha de análisis.

La muestra final de nuestra investigación está compuesta por el conjunto de tuits emitido por la Casa Real británica que se recogen a continuación:

	Texto	Fecha	Hora	Enlace
1	A statement from Buckingham Palace regarding The Duke and Duchess of Sussex. https://t.co/1qtTEHilq6?amp=1	08/01/2020	21:46	https://cutt.ly/nb1bHsE
2	A statement from Her Majesty The Queen. https://t.co/IVSyfeojqk?amp=1	13/01/2020	17:01	https://cutt.ly/9b1bZ14
3	A statement from Her Majesty The Queen. https://t.co/ZAPC5ARUup?amp=1	18/01/2020	18:30	https://cutt.ly/Rb1bVi7
4	A Buckingham Palace statement on The Duke and Duchess of Sussex https://t.co/nl7RiZmGiZ?amp=1	19/02/2020	12:00	https://cutt.ly/Sb1bBMU

Tabla 1. Principales descriptores de los tuits que conforman la muestra de la investigación. Fuente: Twitter.

4.3. Ficha de análisis

Con el objeto de obtener un análisis de contenido detallado, se ha establecido un modelo de ficha de análisis (adaptada de Conde Aguilar, 2020) que se aplicará a todos los tuits emitidos por la Casa Real británica, atendiendo a los parámetros descritos a continuación.

1. Fecha de publicación del tuit.	
2. Hora de publicación del tuit.	
3. Naturaleza.	a. Tuit propio.
	b. Retuit.
4. Tema tratado.	a. Negociación de la salida de los duques.
	b. Sentimientos respecto a la decisión de los duques.
	c. Apoyo a los duques de Sussex.
	d. Consecuencias para los duques de Sussex.
	e. Alejamiento de la Familia Real.
	f. Financiación de los duques de Sussex.

² El listado completo de tuits está disponible en el Anexo 1 de este trabajo.

	g. Periodo de transición.
	h. Resolución sobre el futuro de los duques.
	i. Agradecimientos a los duques.
	j. Complejidad del asunto.
5. Elementos formales.	a. Empleo de hiperenlaces.
	b. Empleo de imágenes.
	c. Empleo de vídeos.
	d. Empleo de etiquetas o hashtags.
	e. Menciones a otras cuentas.
6. Público objetivo	a. Ciudadanía en general
	b. Periodistas
	c. Instituciones
7. Número de retuits.	
8. Número de citas	
9. Número de me gusta.	
10. Número de respuestas.	
11. Tono de las respuestas.	a. Positivo. Tono del relato distendido, con predominio de rasgos o adjetivos favorables del acontecimiento.
	b. Negativo. Tono del relato tenso, con rasgos adjetivos desfavorables o palabras claras de desaprobación hacia lo relatado o sus consecuencias.
	c. Neutral, mixto o ambiguo. No contiene un predominio de críticas positivas ni negativas, tono ambivalente.
12. Nube de palabras.	

Tabla 2. Ficha de análisis. Fuente: Conde Aguilar (2020).

II. MARCO TEÓRICO

1. Comunicación Institucional y monarquía británica

Dentro del ámbito del estudio comunicacional es muy frecuente encontrarse con que se habla indistintamente de comunicación institucional y de comunicación corporativa. Martín Martín (2010) establece que la diferencia entre la comunicación institucional y la corporativa radica en la naturaleza del emisor de esa comunicación: las instituciones públicas y privadas sin ánimo de lucro, en el caso de la institucional; y la empresa privada y pública con ánimo de lucro, en el caso de la corporativa o empresarial. A pesar de ello, la mayoría de los estudios tiende a tratar ambos conceptos como sinónimos, aplicándosele a ambas las mismas pautas.

Antes que nada, debemos delimitar el concepto de comunicación institucional a fin de partir de una base teórica sólida para afrontar el tema de estudio de la investigación. Así pues, antes de adentrarnos en el concepto de “comunicación institucional”, es pertinente definir los conceptos de “comunicación” e “institución”.

Una simple búsqueda en el Diccionario de la Real Academia Española (2014) del término “comunicación” nos devuelve casi una decena de acepciones para definir este concepto, del latín *communicatio*, - *ōnis*. Entre los distintos significados destacamos los más relevantes para nuestra investigación: acción y efecto de comunicar o comunicarse; trato, correspondencia entre dos o más personas; transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor; medio que permite que haya comunicación (∥ unión) entre ciertas cosas; papel escrito en que se comunica algo oficialmente.

Recurriendo nuevamente a la RAE (2014), leemos que “institución”, del latín *institutio*, - *ōnis*, es: cosa establecida o fundada; organismo que desempeña una función de interés público, especialmente benéfico o docente; cada una de las organizaciones fundamentales de un Estado, nación o sociedad; órganos constitucionales del poder soberano en la nación. Si consultamos el Diccionario panhispánico del español jurídico, descubrimos que una institución es:

Elemento estructural esencial del ordenamiento jurídico o de la ordenación política y social. [...] En el segundo [sentido], el matrimonio, la propiedad, la herencia, un ministerio, un ayuntamiento, la monarquía o la Universidad. (RAE, 2020)

De esta acepción se puede extraer que la monarquía es una institución, en tanto que es una “organización del Estado en la que la jefatura o representación supremas son ejercidas por una persona a título de rey o reina” (RAE, 2020). Este apunte, aunque pudiera parecer una evidencia más que probada, se incluye para justificar conceptualmente la adecuación del enfoque teórico que se ha tomado en la investigación.

Tradicionalmente se ha definido la comunicación institucional como:

Conjunto de operaciones de comunicación llevadas a cabo por instituciones (empresas, asociaciones, administraciones públicas, partidos políticos) con el propósito de hacerse conocer o de mejorar su imagen (Westphalen y Piñuel, 1993, p. 766).

Rodrich Portugal (2012) completa esta definición y expone que el desarrollo actual de la comunicación institucional viene marcado por “un entorno globalizado, competitivo y cambiante”, por lo cual su práctica pretende proporcionar “una visión global de la comunicación dentro de la estrategia competitiva de las organizaciones” (p. 219).

Inmersos en este paradigma global en el que se desenvuelven las comunicaciones, la digitalización ha moldeado una sociedad que gira en torno a la idea de *compartir* (Losada y Velasco, 2018). La demanda de información es cada vez mayor, así como la imposición de la inmediatez que viene dada por la celeridad en la difusión de mensajes.

En tanto que la información es un derecho para el buen funcionamiento de la democracia, las instituciones tienen la obligación de ser transparentes y satisfacer las demandas de información que plantea la sociedad en cada momento concreto. Frente a un público cada vez más ávido de comunicación las instituciones, según afirma Jurado Rodas (2015), no pueden prescindir de la comunicación como herramienta para afianzar sus relaciones sociales e incluso rendir cuentas ante la sociedad que las mantiene. Pero más allá de la simple satisfacción de una demanda social, las instituciones hacen uso de la comunicación institucional para “establecer y mantener una reputación favorable frente a los diferentes grupos de públicos de la organización” (Rodrich Portugal, 2012, p. 228).

Como institución, y ya centrándonos en el caso que nos ocupa, la monarquía británica depende de la comunicación para retener y reforzar su apoyo público, por lo que debe esforzarse por ganarse la confianza de la ciudadanía (Balmer, Greyser y Urde, 2006). Podría afirmarse que la Familia Real depende de la comunicación aún más que cualquier otra institución, puesto que su supervivencia depende de ella en tanto que necesita legitimar su existencia ante una ciudadanía cada vez más crítica. En 2018 el 16% de británicos estaba en contra de que continuara la monarquía frente al 25% que en 2021 estaba a favor de elegir un jefe de Estado, según los datos ofrecidos por YouGov (2018, 2021).

1.1. Herramientas de comunicación institucional

Como se ha mencionado anteriormente, las instituciones necesitan de la comunicación para sobrevivir, especialmente aquellas que se sostienen con fondos de carácter público. Siguiendo a Westphalen y Piñuel (1993), Aced (2013) y García Fernández (2014), vamos a señalar las principales herramientas tradicionales de las que puede hacer uso la comunicación institucional (externa) en función del público objetivo al que se dirige:

- Relaciones con los medios de comunicación. Las relaciones con los medios de comunicación se caracterizan por ser de doble sentido: de la institución a la prensa y de la prensa a la institución (Westphalen y Piñuel, 1993). Por este motivo, Aced (2013) expone que las instituciones invierten más tiempo en esta actividad. Para la relación con la prensa, las instituciones cuentan con los siguientes recursos:
 - Notas o comunicados de prensa. Documentos redactados expresamente para la prensa a fin de ofrecer información de una actualidad o novedad precisa de la institución (Westphalen y Piñuel, 1993; Aced, 2013).
 - Dossier de prensa. Conjunto de documentos elaborado por la institución a fin de ponerlos a disposición de los medios para su uso en función de sus necesidades (Westphalen y Piñuel, 1993).
 - Ruedas o conferencias de prensa. Acto informativo, habitualmente interactivo, organizado por la institución para difundir una información relevante para los medios y la opinión pública (Westphalen y Piñuel, 1993; Aced, 2013).
 - Correo o boletines informativos. Publicación de carácter informativo que dirige una institución a los medios de manera regular para mantener una relación de información continua (Westphalen y Piñuel, 1993).
 - *Press clipping* o *press-book*. Instrumento de control y medición que consiste en la conservación y recopilación de las menciones de la organización en medios de comunicación e internet (Westphalen y Piñuel, 1993; Aced, 2013).
 - Entrevista. Instrumento que se desarrolla en forma de conversación entre un medio y un representante de la institución para ofrecer información en profundidad sobre un tema (Westphalen y Piñuel, 1993).
- Relaciones con la comunidad. Las instituciones organizan y participan en actividades para crear un entorno que resulte beneficioso tanto para la comunidad como para la institución (Aced, 2013). Para tratar de llegar a este público objetivo, la técnica más utilizada es la organización de eventos o actos institucionales (García Fernández, 2014).
 - Organización de eventos o actos institucionales. Técnica que permite fortalecer los vínculos entre los miembros de la comunidad y la institución a través de la organización o participación en eventos de diversa índole: congresos, ferias, jornadas, entregas de premios, etc. (Aced, 2013).
 - Mecenazgo. Aportación de recursos económicos o materiales para financiar un proyecto con el objetivo de promover la imagen institucional de una institución –mejora de la reputación y notoriedad– y sin fines comerciales (Westphalen y Piñuel, 1993; Aced, 2013).

- Campañas de concienciación y sensibilización. Ejecución de campañas con el objetivo de “dar a conocer un tema en concreto para influir en la sociedad e intentar conseguir un cambio de actitud o comportamiento” (Aced, 2013, p. 147).
- Relaciones institucionales. Hablar de relaciones institucionales es hablar de las relaciones entre instituciones. El *lobbismo* es una de las principales estrategias de relaciones institucionales con el fin de influir en las decisiones de los poderes públicos (Aced, 2013). A pesar de que la costumbre sea asociar las relaciones institucionales al *lobbismo*, las instituciones cuentan con cauces de comunicación que van más allá del establecimiento de grupos de presión y les permiten conocerse, desarrollar habilidades y técnicas comunicativas y mejorar su misión (Sánchez-González, 2017).

A estos medios tradicionales se han sumado también las herramientas derivadas de la web 2.0, que dio paso a aplicaciones más dinámicas y participativas. De esta manera, el sitio web se convirtió en una suerte de escaparate digital de las instituciones, donde poseen el control de todos los contenidos y publicaciones (Aced, 2013). Complementando la web institucional, es necesario hacer uso de los medios sociales para una mayor difusión de los contenidos y, en definitiva, ser visibles en la web.

1.2. Redes sociales como herramientas de comunicación institucional

El uso de las herramientas de la web 2.0 y la incipiente globalización y digitalización de todos los sectores ha provocado en las instituciones una necesidad apremiante por adaptar sus comunicaciones a estos cambios sociales y los requerimientos informativos de una sociedad que cada día está más inmersa en el mundo digital: lo *offline* y lo *online* son mundos totalmente interrelacionados (Burgueño, 2018).

La comunicación institucional no ha sido ajena a los cambios derivados de la introducción de las tecnologías de la información y la comunicación. Barroso (2008) señala la necesidad de establecer una diferencia entre los procesos de comunicación tradicionales y los que se dan a través de internet por su condición de medio no-convencional en el que fluyen informaciones de medios de comunicación tradicionales.

Internet ha favorecido la creación de un entorno que permite a las instituciones llegar a todos sus públicos. Tradicionalmente la comunicación se basaba en establecer relaciones de confianza entre los medios de comunicación como intermediarios entre la organización y el público. Sin embargo, Subiela y Hernández (2015) manifiestan que, en este nuevo contexto en que los medios de masas han dejado de ser la única fuente informativa, es necesario reflexionar sobre las fórmulas tradicionales de la comunicación de crisis.

Núñez (2011) considera que el término *social media* surge en contraposición al de *mass media* y que la comunicación de éxito requiere desenvolverse en ambos mundos. Los medios sociales han cambiado la manera de comunicar: la paradoja de internet reside en que su alcance global permite un contacto personal. Discursos comerciales o excesivamente corporativos no suelen funcionar por alejarse del tono en el que se comunican las personas (Aced, 2013).

Las redes sociales están englobadas dentro de los *social media*. El *Diccionario panhispánico del español jurídico* define la red social como:

Servicio de la sociedad de la información que ofrece a los usuarios una plataforma de comunicación a través de internet para que estos generen un perfil con sus datos personales, facilitando la creación de comunidades con base en criterios comunes y permitiendo la comunicación de sus usuarios, de modo que pueden interactuar mediante mensajes, compartir información, imágenes o vídeos, permitiendo que estas publicaciones sean accesibles de forma inmediata por todos los usuarios de su grupo (Real Academia Española, 2020).

Las principales características de las redes sociales quedan explícitas en la definición ofrecida por la Real Academia Española, de la que se deduce que: a) son una plataforma de comunicación, b) permite la creación de perfiles, c) facilita la creación de comunidades a través de la comunicación entre usuarios, y d) las publicaciones son accesibles para todos los usuarios.

El universo de las redes sociales resulta imprescindible para la imagen y reputación de la organización. Una organización necesita obligatoriamente canales oficiales por los que comunicar y comunicarse en red. Teniendo en cuenta las anotaciones de De la Cierva (2015) sobre la selección de canales, las redes sociales son, a día de hoy, el canal más adecuado para la comunicación durante una crisis: personalizable, instantáneo, económico y de alcance casi universal; la única condición es que los públicos prioritarios implicados hagan uso de ellas.

Actualmente hay infinidad de redes sociales, pero nos centraremos en las más interesantes para el ámbito de la comunicación institucional y las más utilizadas a nivel mundial, según el informe de enero de 2021 sobre las tendencias digitales de *We Are Social* (Kemp, 2021):

- Facebook. Creada en 2004, es la red social más utilizada hasta el momento con 2.740 millones de usuarios. Esta red social permite crear páginas de empresa para uso corporativo o institucional. Entre sus ventajas se encuentran la no limitación de seguidores y permite que cualquier usuario de la plataforma pueda seguirla y ver el contenido compartido en dicha página.
- Instagram. Nacida en 2010, esta red social nació como una plataforma en la que compartir fotografías. Instagram se ha posicionado como la tercera red social más usada en el mundo con 1.221 millones de usuarios, por detrás de la plataforma de vídeos YouTube. En esta red social prima el contenido visual sobre el escrito y es una buena herramienta para acercarse a un perfil más joven de usuarios.

- Twitter. Plataforma de *microblogging* creada en 2006 que actualmente cuenta con 353 millones de usuarios en todo el mundo. Originalmente, esta plataforma solo permitía emitir mensajes breves, llamados tuits, que hoy en día están limitados a 280 caracteres. Twitter también permite compartir imágenes y vídeos, así como la reciente incorporación de mensajes de voz. La estructura más habitual de un tuit es mensaje escrito + hashtag + enlace a un sitio web (Aced, 2013).

2. Gestión de crisis

2.1. Definición de crisis

Una vez perfilado el concepto de comunicación institucional, ahondaremos en la aplicación de sus herramientas en la gestión de crisis. Antes que nada, es capital apuntar qué se entiende por crisis.

La Real Academia Española (2014) contempla, entre otras, las siguientes acepciones para el término crisis, del latín *crisis*: cambio profundo y de consecuencias importantes en un proceso o una situación, o en la manera en que estos son apreciados; situación mala o difícil; situación política en que uno o más miembros del Gobierno han dimitido o han sido destituidos.

Siguiendo a Castillo (2010, p. 204), “una situación de crisis se caracteriza básicamente por la mutabilidad de los hechos y participa de continuas readaptaciones que conllevan actuaciones que se deben adoptar permanentemente en el ámbito cualitativo y cuantitativo de los acontecimientos”.

De la Cierva (2015) sintetiza el término al exponer que:

Una crisis es una situación inestable e incierta, que corre el riesgo de provocar daños graves al patrimonio material e inmaterial de la organización, y principalmente a la relación con sus públicos primarios, porque, de alguna manera, consideran a la organización responsable de lo sucedido. (p. 42)

De estas conceptualizaciones podemos extraer la idea de crisis como situación pasajera y de cambio en la cual hay eventos que no pueden ser controlados y que aportan inestabilidad a una organización. Además, Westphalen y Piñuel (1993) destacan la dimensión pública y mediática de la crisis al sostener que los medios de comunicación han contribuido a que la crisis haya pasado de ser un fenómeno natural a ser algo extraordinario y de naturaleza delicada.

Pero, pese a las connotaciones negativas que puedan asociarse al término crisis, Goicoechea Margalef (2015) afirma que crisis ha de ser sinónimo de cambio, a través de una visión positiva a la hora de gestionarla y resolverla. Plantea que el desarrollo de herramientas para la gestión de crisis es fundamental para resolverlas desde la eficacia y la oportunidad de crecer en el cambio. Por esto mismo, autores como Losada y Velasco (2018) defienden que la comunicación en situaciones de crisis supone un arma estratégica que complementa la acción

comunicativa de la organización como una variable decisiva y coherente con las acciones que se inician para detener la crisis.

Si la crisis es desestabilizadora, su gestión por parte de las instituciones ha de centrar esfuerzos en reparar ese daño y mejorar la situación (y la imagen) de la organización. La gestión de crisis “pretende eliminar el riesgo y la incertidumbre para ser capaces de gestionar la institución y todo lo que le afecta” (De la Cierva, 2015, p. 49). La gestión de crisis engloba la comunicación de crisis, cuya función dentro del área de la comunicación institucional es comunicar rápida y eficazmente una respuesta institucional a la crisis “de manera que se puedan reducir o incluso eliminar los efectos negativos en sus relaciones con los públicos prioritarios.” (De la Cierva, 2015, p. 49).

Entendiendo ambos conceptos como intrínsecamente relacionados, no podrían existir si uno de los extremos desapareciera: para gestionar la crisis eliminando el riesgo y la incertidumbre es necesario comunicar de manera rápida y eficaz dicha respuesta institucional ante la crisis. La una permite el desarrollo de la otra. De la Cierva (2015) señala dos errores que derivan del desequilibrio de ambas herramientas: 1) menospreciar la relación con los públicos, cuyo consenso y colaboración se obtiene a través de una comunicación fluida; 2) intentar negar el problema o afirmar que ya ha sido resuelto, cuando en realidad no ha sido así.

Resuelta la definición de crisis, debemos mencionar los tipos de crisis a las que podemos enfrentarnos. Piñuel (2002) señala seis tipos según la naturaleza de los acontecimientos – entendidos como variaciones del entorno imprevistas o extraordinarias– que la suscitan. El autor considera que las crisis pueden surgir de tres entornos (p. 7):

- 1) De las relaciones sociales:
 - Internas (de producción): reajustes, cambios en la dirección, huelgas, etc.
 - Externas: cambio político, nueva legislación, etc.
- 2) De las relaciones con el entorno humano:
 - Internas: accidente en las instalaciones, etc.
 - Externas (medioambiente): atentado, catástrofe, defectos en la producción que hayan causado perjuicios a los clientes, etc.
- 3) De las relaciones de comunicación:
 - Internas: rumor, enfrentamiento entre departamentos, etc.
 - Externas: declaraciones polémicas de algún miembro de la profesión, publicación de informaciones con erratas, etc.

2.2. Gestión de crisis

Yago de la Cierva (2015) en *Comunicar en aguas turbulentas* manifiesta que tenemos un problema en el momento en que la gente piensa que tenemos un problema. A pesar de que la crisis mejor resuelta es la que se evita, no siempre se pueden eludir las crisis. Si bien es cierto

que no existe una estrategia única o un plan estándar que se ajuste a las necesidades y circunstancias de cada institución y cada crisis, de acuerdo con De la Cierva (2015), la comunicación durante la crisis ha de ser:

- 1) Convocar al equipo de crisis y pensar antes de actuar. Determinar la línea de respuesta.
- 2) Reunir información e identificar los públicos prioritarios: la velocidad y la precisión son objetivos fundamentales.
- 3) Determinar la respuesta institucional: la primera respuesta es decisiva. Dos elementos: interpretación oficial de los hechos y decisiones al respecto.
- 4) Formalizar el mensaje. Respuesta articulada en los documentos de uso interno para garantizar una respuesta coherente y actualizada.
- 5) Designar al portavoz: garante de la unidad y la consistencia de los mensajes de la organización.
- 6) Asumir la iniciativa. Tomar la iniciativa cuanto antes, para ello hay que convertirse en fuente informativa, controlar las dimensiones del problema y manejar los tiempos, entre otras acciones.
- 7) Elegir los canales. Como norma general, en una situación de crisis se han de utilizar los canales e instrumentos que ya venía utilizando la institución. Se ha de procurar que los instrumentos permitan una comunicación directa, interactiva e inequívoca.

2.2.1. Estrategias para la gestión comunicativa de una crisis

Profundizando en los pasos que hay que dar a la hora de comunicar durante la crisis, Westphalen y Piñuel (1993) plantean una serie de principios estratégicos, señalando tanto sus ventajas como inconvenientes, así como recomendaciones de uso.

- a) La estrategia del silencio plantea diversas ventajas entre las que se encuentran la simplicidad de la comunicación, reducida a su mínima expresión, o la desaparición de la escena al ser una crisis marginal. No obstante, el silencio está mal visto cuando la crisis es grave al interpretarse como una huida, dando imagen de culpabilidad. Además, la falta de información oficial empujará a los medios a nutrirse a través de otras fuentes más o menos apropiadas. Por ello, los autores hacen saber que solo es posible a muy corto plazo, siendo eficaz únicamente en una crisis menor con poca presión por parte de los medios de comunicación.
- b) La estrategia de la negación es ventajosa en el caso en que ciertamente la información es errónea, permitiendo frenar la evolución de la crisis en el caso de probarse la falsedad. Evidentemente, se desaconseja en casos en los que las acusaciones estén justificadas o cuando el uso de esta estrategia sea reincidente. Por esto último, los autores recomiendan no adoptarla como una estrategia sistemática.

- c) La transferencia de responsabilidades como estrategia es eficaz a corto plazo, tiempo en el que la tercera parte tendrá que justificarse. No obstante, esta estrategia puede ser interpretada por el gran público como una negativa de la institución a asumir sus responsabilidades.
- d) La confesión ha de venir acompañada de explicaciones y una colaboración con los medios. Entre sus ventajas se aprecia el valor que aporta ir con la verdad por delante, asentando la propia credibilidad, así como la oportunidad de ofrecer información de calidad. Pese a la valoración positiva del público sobre la sinceridad, se centrará en las faltas y condenará a la organización, pudiendo quedar su imagen gravemente amenazada.

Por último, Westphalen y Piñuel (1993) señalan la estrategia de discreción controlada como la mejor política, al ser la menos extrema y más modulable de todas. Esta consiste en ofrecer la información en pequeñas dosis, en función del ritmo de preparación interna de la organización y de las preguntas planteadas por los interlocutores. Esto favorece que la empresa mantenga el control sobre su discurso y sus canales de difusión, así como de la opinión de los públicos.

Actualmente, tener en cuenta los medios digitales es esencial en el momento en que estalla una crisis y a la hora de plantear las estrategias para la gestión comunicativa de la misma. Burgueño (2018) sugiere que la gestión de crisis en el mundo en línea tiene dos dificultades añadidas sobre las tradicionales: la inmediatez y la potencialidad de difusión. Una crisis pre internet contaba con el margen que daba la periodicidad de los medios, que le permitía a la organización horas e incluso días para dar respuesta (sin que la situación se fuera de las manos). Subiela y Hernández (2015) coinciden en este aspecto al postular que la viralidad de la información en la web 2.0 favorece que las noticias se extiendan a gran velocidad, poniendo de manifiesto las deficiencias de la organización.

Establecer lo que no se ha de hacer durante una crisis es casi tan importante como tener claro lo que hay que hacer. Y es que en el desarrollo de una crisis es muy fácil dejar que cunda el pánico y dejarnos guiar por el instinto y arrastrarnos por la inmediatez y la urgencia. En clave de humor, Ritter (2011) ofrece doce claves para conseguir que un problema se convierta en una crisis. Entre ellas se encuentran hacer el avestruz (no decir nada); trabajar en la crisis solo cuando trasciende a la opinión pública; enfrentarse con los medios; defenderse con comunicados sin tomar verdaderamente las riendas de la información o hacer solo declaraciones por escrito.

Las conceptualizaciones, características, herramientas y herramientas de gestión mencionadas en relación a la comunicación institucional y la gestión de crisis conforman el marco teórico del estudio que se aplicará al caso concreto de nuestra investigación. Con una

base sólida, se procederá a estudiar la Casa Real británica a la luz de lo anteriormente desarrollado a fin de cumplir los objetivos del presente trabajo.

3. *The Firm*

A la Casa Real británica se le conoce como *the Firm* [la Empresa]. La referencia a la *Royal Family* con este nombre se le atribuye al rey Jorge VI con estas palabras: “we’re not a family, we’re a firm”. En la Familia Real, la empresa es lo primero (Landler, 2021). Si el éxito del *rebranding* antes comentado por parte del rey Jorge V no fuera suficiente para argumentar que, en efecto, la *Royal Family* es una empresa, una marca, podemos apoyarnos en autores como Balmer (2004, 2009, 2011), Balmer et al. (2006). En sus investigaciones han estudiado la monarquía a través de la lente de una marca corporativa, apoyándose en la tesis de que la monarquía como institución se parece mucho a una marca corporativa.

Balmer (2004, pp. 11-12) evalúa la corona frente a las cinco escuelas de pensamiento sobre la creación de marcas expuestas en el trabajo de Balmer y Gray (2003):

1. Una marca es un significativo indicador visual y/o verbal que connota propiedad. Los símbolos de la corona son muy visibles y se controlan, gestionan y protegen asiduamente.
2. Una marca es un dispositivo de construcción de imagen dirigido a los consumidores. La gestión de imágenes es un elemento clave de la monarquía.
3. Asociación de símbolos a valores clave. Hasta hace poco los valores familiares, imperiales y cristianos eran los atributos clave de la Corona.
4. Medio de diferenciación de identidades individuales, haciendo énfasis en la noción de que los individuos consumen marcas para definir quiénes son o quieren ser.
5. Marca como medio para consumir experiencias placenteras. Por ejemplo, los eventos reales o presenciar el cambio de guardia en el palacio de Buckingham.



Imágenes 1 y 2. A la izquierda, el escudo de armas del Reino Unido. A la derecha, una versión monocromática del escudo de armas empleado en la web oficial de la Familia Real como parte de su identidad visual corporativa. Fuentes: <https://cutt.ly/Znexp> | royal.uk

Partiendo de la visión de la monarquía como una marca corporativa, Balmer (2004) plantea un *monarchical mix* –símil del marketing mix–, poniendo en el núcleo su identidad *royal*. Balmer et al. (2006) defienden que cualquier monarca es *per se* real y que el derecho a usar títulos como Su Majestad y Su Alteza Real son indicadores de que la monarca y su familia inmediata gozan de un estatus distinto por su condición *royal*. A esta primera R, se le suman las 4 Rs del *monarchical mix*:

- *Regal*: los miembros de la Familia Real han de comportarse y comunicarse de manera regia, en tanto que son una personificación de la Corona.
- *Relevant*: la Corona necesita demostrar y comunicar de manera significativa que es más que un adorno, siendo relevante para sus múltiples públicos.
- *Responsive*: las funciones y relaciones de la corona han de tener en cuenta los cambios en el medio ambiente, equilibrando continuidad y cambio.
- *Respected*: la supervivencia de la monarquía depende del consentimiento y del respeto del que goce la institución por parte de los ciudadanos.

Balmer plantea este esquema como una plantilla para la Corona como marca corporativa, defendiendo que, “como tal, es/debería ser una condición *sine qua non* que la corona como institución sea real (noble) y significativamente activa (obligada) al servicio de los súbditos y del reino” (2004, p. 21). Más adelante, Balmer et al. (2006) siguen la estela de Balmer, recogiendo los cinco elementos (*royal, regal, relevant, responsive* y *respected*) que han de estar presentes al estudiar la Corona como una marca corporativa.

Balmer (2009) defiende que la Corona no es ajena a los cambios y comenta el cambio de percepción que se tiene sobre la monarquía británica:

Whereas today, the Monarchy as a brand is seen to be associated with Britain’s democratic traditions, it has, in the past, also been associated with theocratic and aristocratic systems of rule. Initially, British Kings were viewed as being servants of God, then the people were seen as subjects of the King, and finally, today, Kings are seen to be in the service of the people. (p. 3)

Como marca corporativa, la monarquía británica debe ser sensible ante el hecho de que la Corona pertenece al pueblo y, en consecuencia, los monarcas han de ser conscientes de su obligación de servir. Asimismo, Balmer (2011) manifiesta que las identidades patrimoniales corporativas como la de la monarquía británica son especiales porque suponen una fusión entre la continuidad y el cambio, de diferentes identidades, contextos temporales y significados; y se alimenta de la omnipresencia del tiempo al ser del pasado, presente y futuro.

La Corona británica, como institución, ha sido y es referente de la unidad e integridad del Reino Unido. Configurada como un elemento fundamental y símbolo de Estado, la monarquía británica acusa una peculiaridad respecto de las demás en el hecho de que las atribuciones

regias residen en la Corona, manifestando su unidad y permanencia en la reina en calidad de titular (Cando, 2000).

Balmer (2009) señala que la responsabilidad última de la marca corporativa recae en el *senior manager* y en el CEO, papel que es asumido por los cortesanos, el gobierno y especialmente la persona del monarca: la reina Isabel II. Esto ayuda a configurar la idea de la Corona como marca, de la misma manera que se establece la relación entre la marca y sus representantes (como pueden ser Steve Jobs a Apple o Mark Zuckerberg a Facebook).

A pesar de que esta visión de la monarquía como marca nos ofrezca una perspectiva de estudio diferente, Balmer et al. (2006) postulan que para ser una marca la organización debe pensar en sí misma como una marca, a lo que Balmer (2009) añade que además de reconocerse como una marca corporativa, la Corona británica ha de gestionarse como tal.

Clancy (2021) expone que *The Firm* es una empresa familiar y que categorizar la monarquía como una corporación es eficaz en tanto que las corporaciones se organizan alrededor de modalidades (in)morales de intercambio y lógicas de reciprocidad. Algo que *The Firm* logra a través de ideas (in)materiales de mecenazgo, filantropía, herencia y nacionalismo; compensando su coste económico con su valor social para justificar su existencia (p. 333).

Sin duda, *the Firm* es consciente de sí misma como marca y no se ajusta a los relatos de una “institución arcaica o un anacronismo en relación con las formas corporativas de riqueza y poder” (Clancy, 2021, p. 341). La Corona ha sido clasificada por *Brand Finance* (2017) como el “tesoro más grande de Gran Bretaña” y consolidada como la empresa más rentable de Reino Unido según Forbes (Ortega, 2021).

Tomando como referencia este doble papel que ha de cumplir la Corona como institución y como marca, los miembros de la Familia Real sobre los que recae el “peso de la Corona”, han de esforzarse por cumplir con la comunicación e imagen institucional evolucionando a medida que los tiempos y la ciudadanía cambian, conjugando el conservadurismo que la caracteriza con la apertura y el acercamiento a la sociedad 2.0.

3.1. @RoyalFamily

En un intento por acercarse a los públicos y adaptarse a los nuevos tiempos, la Familia Real británica emplea su página web – royal.uk – como una herramienta de comunicación institucional. En este *site*, la *Royal Family* vuelca toda la información relativa a la monarquía, los miembros de la Familia, la Commonwealth, comunicados oficiales, agenda de eventos, patronazgos reales y acceso a los archivos históricos, entre otros documentos y recursos.

En su *Media Centre*, establecen que *Royal Communications* es responsable de conectar a la Casa Real con los medios de comunicación, facilitándoles la cobertura informativa. Además, ponen a disposición de los visitantes una base de datos con información, discursos, circulares,

informes financieros, comunicados de prensa y el diario de compromisos reales que, según disponen en la web, se avisarán hasta con ocho semanas de antelación.

Tal y como señala Aced (2013), lo ideal es hacer uso de los *social media* para difundir los contenidos que se comparten en la propia página web; de manera análoga recomienda enlazar a los perfiles sociales desde el sitio web. Así, la Casa Real británica cuenta con tres perfiles en las redes sociales: Royal Family, para informar desde Buckingham del trabajo y las actividades de la reina y los miembros de la Familia Real; Clarence House, dirigido por la oficina del príncipe de Gales y la duquesa de Cornualles en Clarence House; y Kensington Palace, para las comunicaciones de los duques de Cambridge desde el palacio de Kensington.

Estos tres perfiles, administrados por The Royal Family, Clarence House y Kensington Palace tienen como objetivo, según declaran en las *Social Media Community Guidelines*, crear un entorno en el que su comunidad de seguidores pueda participar de forma segura, siendo libre de comentar, preguntar y sugerir.

	Perfil	Fecha de unión	Seguidores
The Royal Family	TheRoyalChannel – YouTube	05/10/2007	852.000
	RoyalFamily – Twitter	04/2009	4.610.667
	TheBritishMonarchy – Facebook	10/09/2010	5.569.083
	TheRoyalFamily – Instagram	29/03/2013	10.086.435
Clarence House	ClarenceHouse – Twitter	10/2010	999.540
	clarencehouse – Instagram	24/10/2012	1.483.107
Kensington Palace	KensingtonRoyal – Twitter	09/2014	2.209.955
	dukeandduchessofcambridge – Instagram	09/01/2015	12.843.168
	The Duke and Duchess of Cambridge – YouTube	05/05/2021	362.000

Tabla 3. Cuentas oficiales y seguidores de la Familia Real, Clarence House y el palacio de Kensington a 7 de mayo de 2021. Fuente: Elaboración propia.

A través de los distintos perfiles en redes sociales, la Familia Real comparte contenido diariamente sobre las actividades que desarrollan, eventos en los que participan los distintos miembros de manera muy corporativa pero cercana. Empleando un lenguaje muy accesible y adaptándose a los distintos medios con el empleo de emoticonos y *hashtags*.



Imagen 3. Captura de pantalla de la cuenta oficial de la Familia Real en Twitter. Fuente: Twitter @RoyalFamily

Más allá del uso institucional que se desprende de las distintas cuentas de la Familia Real, se hace evidente la brecha establecida entre lo público, formal e institucional y lo personal. En palabras del corresponsal real de la *BBC*, Jonny Dymond (2021), la negativa de la Corona a comentar sobre lo personal es “una interpretación estratégica de la máxima de la familia: ‘nunca expliques, nunca te quejes’”. Una realidad que se evidencia en las distintas crisis que ha tenido que gestionar la Casa Real británica y de la que se desprende la principal línea estratégica: la discreción; sumada a su máxima de tratar los asuntos personales en familia, sin dar explicaciones de ello. De esta forma, se puede afirmar que, en la Familia Real británica los trapos sucios se lavan en palacio³.

3.2. Crisis en la Casa Real británica

La Corona británica no está exenta de crisis. Estas situaciones inestables que amenazan a la continuidad de la institución han ido acechando a la Familia Real desde el inicio de su historia.

El auge de los medios de comunicación ha propiciado que lo que, en principio podrían haber sido simples problemas familiares, hayan trascendido de manera mundial y viral, tal y como

³ Adaptación del refrán “los trapos sucios se lavan en casa”, cuyo significado “recomienda resolver las diferencias dentro del ámbito familiar, sin dar explicaciones a extraños” (Sevilla Muñoz y Zurdo Ruiz-Ayúcar, 2009).

apuntan Westphalen y Piñuel (1993) al señalar a los medios como los culpables de acaparar los acontecimientos y forzar a las empresas “culpables” a justificarse.

A continuación, se hará un repaso de algunas de las crisis que ha tenido que superar la Familia Real británica, su repercusión mediática y la estrategia comunicativa que ha seguido palacio para lidiar con la situación. Este análisis de las crisis previas nos permitirá comprender la evolución desde lo sucedido en ellas para, finalmente, abordar la gestión de la crisis del *Megxit*.

Según podemos adelantar, la Empresa se ha limitado a reaccionar ante el problema a través de breves comunicados una vez ha trascendido a la esfera pública. Así, se advierte que la Casa Real británica sigue el principio estratégico de la discreción controlada, planteado por Westphalen y Piñuel (1993), ofreciendo información en pequeñas dosis a pesar de que no siempre logre mantener el control del discurso y la opinión de los públicos.

3.2.1. *Annus horribilis* y *el caso lady Di*

En 1992 hubo 175.144 divorcios en el Reino Unido según el Instituto Nacional de Estadística (2004). La Ley del Divorcio se aprobó en Inglaterra y Gales en 1969. Sin embargo, que un miembro de la *Royal Family* inicie este trámite no está bien considerado teniendo en cuenta la posición que ostenta la monarca como cabeza de la Iglesia de Inglaterra.

El *annus horribilis* de Isabel II llegó en 1992 con las separaciones y divorcios de tres de sus cuatro hijos: Andrés, Ana y Carlos. Parecía que el año no iba a dar tregua a la Familia Real cuando en noviembre de ese mismo año se incendió el castillo de Windsor. Sin embargo, veinte días después se anunció la separación de los príncipes de Gales. Esta última separación de los hijos de la reina fue la más mediática y desestabilizadora, no solo por el hecho de que se tratara del heredero al trono, sino por lo sucedido durante y después de su matrimonio.

El 9 de diciembre de 1992 el que fuera primer ministro británico, John Major, anunciaba frente a la Cámara de los Comunes que los príncipes de Gales se estaban separando de forma amistosa. Esta separación permitía la coronación de la princesa de Gales como reina consorte, no suponiendo por ello una crisis constitucional. Sin embargo, el revuelo mediático en que se había visto envuelto el matrimonio desde sus inicios se alimentó de las especulaciones que iban surgiendo en torno a los príncipes de Gales.

Por aquel entonces, Diana se había convertido en todo un icono mediático y las especulaciones sobre su matrimonio copaban las portadas de los tabloides desde 1991. La fama, en palabras de Rivière (2009) es “una etiqueta que hace del hombre un producto para ser consumido”, y en esta historia cada personaje ya tenía asignada una etiqueta. Según señala Labio-Bernal (2001) al príncipe Carlos se le asignó el papel de marido infiel y a la princesa

Diana la de una esposa víctima del desamor y la traición. La publicación de la biografía de Diana en verano de 1992 no hizo más que alimentar el espectáculo mediático.

El 28 de agosto de 1996 los príncipes se divorciaron oficialmente. Diana conservó la residencia en el palacio de Kensington y su título de princesa de Gales, aunque perdió el tratamiento de Alteza Real y el derecho al trono británico. Lady Di había pasado de ser *lady* Diana Frances Spencer, hija del VIII conde de Spencer, a convertirse en la princesa de Gales por su matrimonio en 1977 con el príncipe de Gales, y después en la “princesa del pueblo” – término acuñado por el primer ministro del Reino Unido, Tony Blair, tras su muerte en 1997– por su incesante activismo y su manera de conectar con todo el mundo. Así, pasó de ser una joven nacida en la nobleza británica, a ser la pretendiente al trono del Reino Unido, para finalmente convertirse en la reina en el corazón de las personas -deseo que manifestaría la princesa de Gales en una entrevista para la *BBC* en noviembre de 1995.

La historia llegó a su final el 31 de agosto de 1997 tras un accidente automovilístico en un túnel de París. Muchas fueron las críticas que se alzaron contra la Familia Real, que por entonces estaba pasando el verano en su residencia de Balmoral, por la falta de empatía, comunicación y sentimiento. Un simple comunicado no bastó para consolar a un pueblo que había perdido a su princesa.



Imagen 4. Imagen del comunicado de la BB tras la noticia del fallecimiento de la princesa de Gales. Fuente: *BBC Television*.

Que la reina se demorara cinco días en hablar públicamente sobre Diana o que la bandera de Buckingham no ondeara a media asta fue duramente criticado por los británicos, conmocionados por la pérdida de un icono. Acostumbrados a tratar los sucesos de forma privada, la reina tuvo que esforzarse por mostrarse cercana y romper el protocolo.

Aunque Diana conservara el título de princesa de Gales, no contaba con el estatus de “Alteza Real” desde que se hiciera efectivo su divorcio en 1996, por lo que no era ya parte de la Familia

Real, no teniendo derecho a los honores de un funeral de Estado –reservado a los soberanos, con la excepción más reciente de Winston Churchill en 1965– ni un funeral real –propio de miembros de la Familia Real–.

Las muestras de afecto y dolor, así como las exigencias de muestras de respeto y aflicción exigidas a la Familia Real por parte del pueblo británico, forzaron a Buckingham a actuar declarando que se ofrecería “un funeral único para una persona única” según el portavoz del palacio (Gumucio, 1997). Como se ha mencionado en puntos anteriores, tras la muerte de Diana de Gales, fueron varias las decisiones sin precedente que se tomaron.

La primera decisión que se saltaba las normas protocolarias fue la de cubrir el féretro de la princesa con el estandarte real, honor reservado exclusivamente a la Familia Real. El estandarte cubrió el ataúd desde la repatriación de su cuerpo desde París hasta Londres. Sin embargo, el hermano de Diana, conde de Spencer, quiso cubrir el féretro con el estandarte de la familia Spencer, pero rehusó ante las críticas de los británicos.

En su primer discurso televisado emitido en directo, la reina se dirigió a la nación el 5 de septiembre de 1997 para hablar sobre Diana. Destacó por su cercanía y sus elogios a la princesa de Gales, a la que describió como “un ser humano excepcional”.



Imagen 5. Imagen de Isabel II en el discurso en recuerdo de la princesa de Gales. Fuente: ABC News.

El día del funeral de la princesa de Gales, el 6 de septiembre de 1997, ondeó a media asta la *Union Jack* en el palacio de Buckingham. Hasta entonces, el protocolo marcaba que la única bandera que ondeaba desde Buckingham era el estandarte con las armas de la Casa Real, solo cuando la reina se encontraba en el palacio como símbolo de la continuidad de la monarquía⁴.

⁴ Desde la muerte de Diana, el protocolo es el siguiente:

- La *Royal Standard* ondea cuando la reina se encuentra en Buckingham.

Las duras críticas dirigidas contra la reina provocaron que se tomara esta decisión sin precedentes que cambió el protocolo para siempre.



Imagen 6. Imagen de la *Union Jack* ondeando a media asta en el mástil del palacio de Buckingham el día del funeral de la princesa Diana. Fuente: *Daily Mail*.

El día del funeral, el féretro, cerrado y cubierto por la *Royal Standard*, fue trasladado sobre un carruaje arrastrado por cuatro caballos negros y escoltado por la guardia real desde el palacio de Kensington hasta la abadía de Westminster. El príncipe de Gales y sus dos hijos formaron parte del cortejo fúnebre, junto al duque de Edimburgo y el conde de Spencer.



Imagen 7. El príncipe William y el príncipe Harry durante el funeral de su madre, la princesa Diana. Fuente: Adam Butler/AFP/Getty Images.

-
- La *Union Jack* ondea cuando la reina se encuentra fuera de palacio.
 - La bandera ondea a media asta por la muerte de miembros de la Familia real o épocas de duelo nacional.

La reina Isabel II inclinó levemente la cabeza al paso del féretro de Diana frente al palacio de Buckingham, en un gesto de reconocimiento y respeto. Esta acción iba contra el protocolo, que dicta que la reina solo debe inclinarse ante otros reyes. El pequeño gesto de Isabel II se interpretó como la reconciliación del pueblo británico conmovido por la muerte de Lady Di con la Corona tras la fría respuesta inicial.



Imagen 8. Imagen de la reina inclinando la cabeza ante el féretro de la princesa Diana a su paso por el palacio de Buckingham. Fuente: BBC.

3.2.2. *Harry, el príncipe rebelde*

La Familia Real se vio envuelta en más escándalos con la llegada del nuevo milenio. Los miembros de la *Royal Family* han sido sometidos a un escrutinio constante por parte de los medios de comunicación, que no dejaban pasar ningún detalle de la vida de los *royals*. Este hecho ha propiciado que, en más de una ocasión, los Windsor hayan protagonizado escándalos a nivel mundial.

A continuación, vamos a describir los escándalos en los que se han visto envuelto el segundo hijo del príncipe Carlos y la princesa Diana. El supuesto nieto favorito de la reina Isabel II tuvo una adolescencia complicada que los medios internacionales no dudaron en aprovechar para llenar sus portadas, forzando a Buckingham a dar explicaciones sobre las actuaciones del joven príncipe.

Harry –y la Casa Real británica– han tenido que lidiar con tres momentos muy delicados de cara a los medios y al mundo entero, siempre pendiente de los pasos del que fue el tercero en la línea de sucesión al trono desde su nacimiento en 1984 hasta el nacimiento de su sobrino George –hijo de los duques de Cambridge– en 2013.

La primera crisis a la que tuvo que enfrentarse Harry fue en 2002. El 13 de enero 2002 *News of the World* publicó en exclusiva siete páginas en las que daba a conocer el problema del príncipe Harry, de entonces 16 años, con las drogas y el alcohol. El periódico también relataba la intervención del príncipe de Gales, que llevó a su hijo a visitar un centro de rehabilitación.

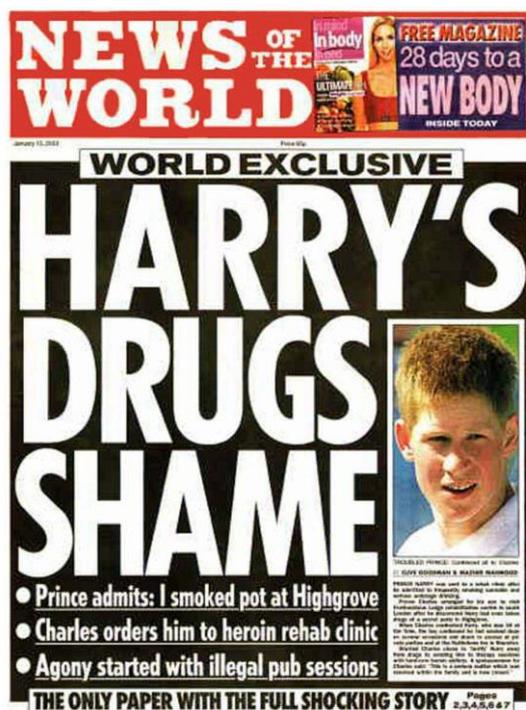


Imagen 9. Portada de *News of the World* del 13 de enero de 2002. Fuente: *News of the World*.

Los hechos descritos por el periódico databan del verano de 2001, que según *News of the World* fue el primer verano que Harry pasó solo en la casa de Highgrove y cuyas compañías animaron al príncipe a consumir cannabis (Barnett, 2002). *The New York Times* elogió la manera en que el príncipe Carlos llevó el asunto, acompañando a Harry a Featherstone Lodge, un centro para tratar la drogodependencia, en agosto de 2001 (Hoge, 2002).

En este caso no hubo ningún comunicado oficial por parte de Buckingham⁵ más allá de las declaraciones de un portavoz del palacio de St. James⁶ que reveló que “fue un asunto grave que se resolvió dentro de la familia y ahora está en el pasado y cerrado” (Hoge, 2002). Lo interesante fue el desarrollo de los hechos y la actitud del príncipe Carlos. Consciente de que los problemas de su hijo serían aireados por los medios de comunicación, optó por dejar que la gente juzgara por sí misma. Según informa un artículo de *The Guardian*, el príncipe Carlos comentó a sus asistentes que no tenía sentido ocultar la verdad, “estos son los hechos: que la gente haga su propio juicio” (Barnett, 2002).

⁵ Indicador de que no trascendió más allá del núcleo del príncipe de Gales, por lo que no hizo falta la intervención del palacio de Buckingham ni de la reina para manejar este asunto.

⁶ Residencia del príncipe de Gales hasta su mudanza a Clarence House en 2003.

La segunda crisis protagonizada por el nieto de la reina sí tuvo una repercusión más internacional. En 2005 *The Sun* publicó unas fotografías del príncipe Harry en una fiesta de disfraces llevando una esvástica bajo el titular *Harry the nazi*. En las instantáneas se podía ver al príncipe Harry vestido con el uniforme del Afrika Corps de Rommel, una copa, un cigarro y un brazalete con la esvástica. Estas imágenes fueron duramente criticadas y la elección del príncipe tachada de inapropiada. Un portavoz de la junta de diputados de judíos británicos declaró: “no es una broma disfrazarse de nazi, especialmente ahora que nos acercamos al 60 aniversario de la liberación de Auschwitz” (Jones, 2005).



Imágenes 10 y 11. Portadas del tabloide británico *The Sun* el 13 y 14 de enero de 2005. Fuente: *The Sun*.

Tras la publicación de las imágenes, Clarence House emitió un comunicado en el que el príncipe pedía disculpas: “Prince Harry has apologised for any offence or embarrassment he has caused. He realises it was a poor choice of costume”.

Sin embargo, medios como el *Daily Mail* (2005) instaban a que el príncipe se disculpara públicamente. En su portada del 14 de enero se podía leer: *COME OUT AND SAY SORRY*, junto a la fotografía publicada por *The Sun*.

En Alemania, *Die Berliner Zeitung* (2005) se preguntaba si el hijo de Diana era nazi, mientras el *Bild* (2005) se cuestionaba qué hubiera dicho Diana sobre eso; el *Berliner Kurier* (2005) anunciaba que Harry, el príncipe nazi, había conmocionado al mundo.

El exministro de las Fuerzas Armadas y diputado laborista, Doug Henderson, cuestionó la aptitud del príncipe para ir a Sandhurst, la prestigiosa academia militar en la que Harry iba a

ingresar ese año y añadió que “si hubiera sido cualquier otro, su solicitud se consideraría” (Jones, 2005).

A pesar de las críticas, el príncipe Harry ingresó en la Real Academia Militar de Sandhurst en mayo de 2005 para comenzar su formación como cadete, graduándose en abril de 2006, en un acto al que asistió la reina Isabel II, abuela del príncipe. Esta fue la primera vez en quince años que la reina acudía a un acto de graduación en Sandhurst, lo cual se interpretó como un gesto de apoyo tras las críticas de la opinión pública por el pasado del príncipe.



Imagen 12. La reina Isabel II pasa revista durante el acto de graduación de su nieto, el príncipe Harry. Fuente: Tim Graham/Getty Images.

El 22 de agosto, la página web estadounidense dedicada a noticias de famosos, *TMZ*, publicó fotografías del príncipe Harry desnudo durante una fiesta en Las Vegas. Según la web, Harry exhibió las joyas de la corona durante una fiesta en la suite del hotel en que se alojaba el hijo del príncipe de Gales. Clarence House confirmó la autenticidad de las fotos, pero que no tenía nada que comentar respecto a las imágenes.

Al día siguiente, el 23 de agosto, *The Sun* recreó las imágenes del príncipe Harry desnudo para su portada del jueves. Sin embargo, a pesar de los esfuerzos de los asistentes reales del príncipe de Gales, que amenazaron con emprender acciones legales contra los periódicos que publicaran las imágenes (Batty, 2012), la portada del 24 de agosto del tabloide británico incluyó la fotografía original del Harry. En la imagen se puede ver al príncipe completamente desnudo y a una mujer aparentemente en topless escondiéndose tras él.



Imágenes 13 y 14. Portadas del tabloide británico *The Sun* el 23 y 24 de agosto de 2012. Fuente: *The Sun*.

El editor jefe de *The Sun*, David Dinsmore, justificó su decisión de publicar la instantánea a pesar de las advertencias del palacio de St. James en que “se trata de una situación ridícula en la que cientos de millones de personas en todo el mundo pueden ver una imagen en internet, pero no pueden verla en el periódico favorito de la nación” (2012).

Un portavoz del palacio de St. James declaró a *The Guardian* que “We have made our views on Prince Harry’s privacy known. Newspapers regulate themselves, so the publication of the photographs is ultimately a decision for editors to make”. (Betty, 2012)

A pesar de las advertencias iniciales, los funcionarios del palacio no emprendieron ninguna acción legal contra el tabloide de Rupert Murdoch por las fotos del príncipe Harry. A falta de una queja formal, la *Press Complaints Commission*⁷ no tomó ninguna medida contra el único medio británico que publicó las imágenes de *TMZ*, *The Sun*. El portavoz del palacio de St. James justificó tal decisión (Foster, 2012):

Prince Harry is currently focused entirely on his deployment in Afghanistan, so to pursue a complaint relating to his private life would not be appropriate at this time and would prove to be a distraction.

We have concluded that it would not be prudent to pursue the matter further, and we will have no further comment to make about the matter.

⁷ Organismo de autoregulación de los medios de comunicación en el Reino Unido.

De esta manera se cerraría el penúltimo gran escándalo protagonizado por el nieto favorito de la reina... El último y más reciente es el *Megxit*, la salida de los duques de Sussex de la Familia Real británica, analizado en el epígrafe 3.2.4.

3.2.3. *El caso Epstein*

La reina Isabel II describió 2019 como un *bumpy* [accidentado] año y *full of pitfalls* [lleno de dificultades] en su tradicional mensaje de Navidad. El 2019 fue un año marcado por el *Brexit* y las elecciones generales del Reino Unido a nivel político y por la retirada de la vida pública del hijo preferido de la reina, el príncipe Andrés, duque de York, tras desvelarse su presunta implicación en el caso Epstein.

Criado durante los primeros 22 años de su vida como el segundo en la línea de sucesión al trono británico y reconocido como un héroe de la guerra de las Malvinas, también lo retrataban su fama de *playboy* -era conocido por su apodo *Andy Randy* [Andrés el cachondo]- y sus malas amistades, entre las que se incluyen el hijo del dictador Muammar Gaddafi, Saif al Islam, y el traficante de armas Tarek Kaituni. Fruto de su cuestionable círculo de amistades, su relación con el magnate y delincuente sexual, Jeffrey Epstein, marcó el final de la carrera del duque de York.



Imagen 15. 16 de septiembre de 1982. El príncipe Andrés desembarca en Portsmouth (Inglaterra) tras la guerra de las Malvinas, en la que sirvió a bordo del HMS Invencible. Fuente: AP/David Caulkin.

El príncipe Andrés fue el representante especial de Comercio e Inversión del Reino Unido desde 2001 hasta julio de 2011. Entre los motivos por los que fue retirado del cargo se incluye la presión a la que estaba sometido por su relación con Jeffrey Epstein, acusado en 2008 por delitos sexuales, con quien se le fotografió paseando en diciembre de 2010 en Nueva York.

La crisis llegó cuando a principios de 2015 el nombre del duque de York apareció en una investigación del estado de Florida por abuso de menores. Virginia Roberts denunció haber sido forzada a mantener relaciones sexuales cuando todavía era menor de edad con el duque de York en repetidas ocasiones en Londres, Nueva York y en la isla privada de Epstein, según publicó *The Guardian* (Lewis y Ball, 2015).

El palacio de Buckingham emitió dos comunicados en defensa del príncipe Andrés. En principio no quisieron comentar detalles sobre los procedimientos legales desde Buckingham, pero un portavoz de palacio dijo:

This relates to long-standing and ongoing civil proceedings in the United States, to which the Duke of York is not a party.

As such we would not comment on the detail. However, for the avoidance of doubt, any suggestion of impropriety with under-age minors is categorically untrue. (Hunt, 2015)

Estas declaraciones sorprendieron a analistas reales como Peter Hunt, corresponsal real de la *BBC*, que tildó de interesante el hecho de que Buckingham se pronunciara al respecto porque “en el pasado el Palacio no habría comentado sobre tales cosas, solo esperaría a que pasaran” (Hunt, 2015).

Tras la primera declaración, el domingo 5 de enero, un portavoz del palacio de Buckingham volvió a negar las acusaciones lanzadas contra el príncipe Andrés (MacLellan y Pierson, 2015): “It is emphatically denied that HRH The Duke of York had any form of sexual contact or relationship with Virginia Roberts. The allegations made are false and without any foundation”,

Esta acción fue tildada de inusual por *The Guardian*, que recogía las palabras de un asistente de palacio que justificó estos acontecimientos por la voluntad del duque de defenderse ante las acusaciones, pese a que la posición predeterminada es no hacer comentarios (Booth y Lewis, 2015). Las acusaciones contra el príncipe Andrés finalmente fueron desestimadas por un juez, que ordenó eliminarlas del expediente del caso.

La muerte de Jeffrey Epstein el 10 de agosto de 2019 en una institución penitenciaria de Nueva York a la espera de una condena por tráfico sexual de menores y conspiración, dejó muchos interrogantes, entre ellos la naturaleza de la relación del duque de York con el magnate estadounidense. El 18 de agosto de 2019, *The Mail on Sunday* publicó en exclusiva unas imágenes del duque de York saliendo de la casa de Jeffrey Epstein, extraídas de un vídeo grabado el 6 de diciembre de 2010 en Nueva York.



Imagen 16. Portada de *The Mail on Sunday* el 18 de agosto de 2019. Fuente: *The Mail on Sunday*.

Las imágenes del príncipe Andrés, entonces representante especial de Comercio e Inversión del Reino Unido, lo situaban dentro de la “casa de los horrores” –bautizada así por las víctimas de Epstein–. Diversas fuentes aseguraron a *The Mail on Sunday* que el príncipe acudía regularmente a la casa de Epstein, de la que entraban y salían chicas constantemente (Graham, 2019). Buckingham no tardó en responder a las fotos publicadas por el periódico, emitiendo un comunicado el 19 de agosto en defensa del duque de York (Dymond, 2019):

The Duke of York has been appalled by the recent reports of Jeffrey Epstein's alleged crimes.

His Royal Highness deplores the exploitation of any human being and the suggestion he would condone, participate in or encourage any such behaviour is abhorrent.

El corresponsal real de la *BBC*, Jonny Dymond (2019), consideró que el mensaje contenía las palabras correctas pero que no respondía a la pregunta central: ¿qué estaba haciendo el príncipe Andrés en la casa de un pedófilo convicto?

El príncipe Andrés, duque de York, emitió un comunicado el 24 de agosto al objeto de “aclarar los hechos” tras las especulaciones derivadas de la publicación de sus imágenes en la casa de Jeffrey Epstein en Nueva York en 2010.



24th August 2019

STATEMENT FROM HIS ROYAL HIGHNESS THE DUKE OF YORK

It is apparent to me since the suicide of Mr Epstein that there has been an immense amount of media speculation about so much in his life. This is particularly the case in relation to my former association or friendship with Mr Epstein.

Therefore I am eager to clarify the facts to avoid further speculation.

I met Mr Epstein in 1999. During the time I knew him, I saw him infrequently and probably no more than only once or twice a year. I have stayed in a number of his residences.

At no stage during the limited time I spent with him did I see, witness or suspect any behaviour of the sort that subsequently led to his arrest and conviction.

I have said previously that it was a mistake and an error to see him after his release in 2010 and I can only reiterate my regret that I was mistaken to think that what I thought I knew of him was evidently not the real person, given what we now know. I have tremendous sympathy for all those affected by his actions and behaviour.

His suicide has left many unanswered questions and I acknowledge and sympathise with everyone who has been affected and wants some form of closure.

This is a difficult time for everyone involved and I am at a loss to be able to understand or explain Mr Epstein's lifestyle. I deplore the exploitation of any human being and would not condone, participate in, or encourage any such behaviour.

ANDREW

Imagen 17. Comunicado del duque de York publicado el 24 de agosto de 2019. Fuente: *Royal Communications*.

Nicholas Witchell (2019), corresponsal real de la *BBC*, sugirió que el comunicado aparecía como consecuencia de la exposición del príncipe en los medios y de la necesidad de dar su versión y refutar las acusaciones. Aun así, concluyó que esta declaración no era suficiente para “apagar” los interrogantes sobre el buen juicio del príncipe Andrés, al continuar una relación de amistad con un pedófilo convicto y nunca haber sospechado del comportamiento de Epstein.

Las consecuencias del escándalo se hicieron efectivas cuando los compromisos públicos que tenía fijados el príncipe Andrés en Irlanda del Norte en septiembre de 2019 fueron cancelados. El corresponsal senior de *Sky News*, Ian Woods (2019), apuntó que pudieron haber retirado las invitaciones al príncipe por la repercusión que tendría su presencia.

La noche del 21 de octubre, *Channel 4* emitió *Dispatches: The Prince & the Paedophile*, un documental que analizaba la amistad entre el príncipe Andrés y Jeffrey Epstein y se pregunta por qué un miembro de la Familia Real británica continuó viéndose con un delincuente sexual.

El jueves 14 de noviembre de 2019 el duque de York concedía una entrevista a Emily Maitlis, periodista de la *BBC*. Fue grabada en el palacio de Buckingham el 14 de noviembre y transmitida el 16. A pesar de las intenciones del duque por lavar su imagen pública y desvincularse del delincuente sexual Jeffrey Epstein, la entrevista fue considerada un “error catastrófico” y un “desastre mediático” para la Casa Real británica (Blasco, 2019).



Imagen 18. Imagen de la entrevista del duque de York con Emily Maitlis para la *BBC* emitida el 16 de noviembre de 2019. Fuente: *BBC*.

En el encuentro con Emily Maitlis, el príncipe Andrés dio detalles sobre su relación con Jeffrey Epstein y se defendió de las acusaciones de haber mantenido relaciones con Virginia Roberts cuando ella era menor. Sin embargo, el duque de York no fue capaz de dar una respuesta firme ante los principales cuestionamientos, como que todavía no se arrepentía de su relación con el magnate estadounidense o que la razón para reunirse con Epstein en 2010 fue poner fin a la amistad.

El abogado que representó a James Hewitt tras su supuesta aventura con la princesa Diana, Mark Stephens, declaró para *The Guardian* que esa estrategia “solo funciona si tienes una respuesta completa para todas las preguntas posibles” y sostuvo que la entrevista dejó demasiados cabos sueltos (Blackall y Waterson, 2019). El corresponsal real de la *BBC*, Jonny Dymond, consideró que el príncipe salió “muy perjudicado” y que “fracasó gravemente” en la oportunidad de limpiar su nombre (Blasco, 2019).

Este fracaso se confirmó cuando el príncipe Andrés anunció oficialmente el 20 de noviembre de 2019 que se retiraba de la vida pública, dejaba sus obligaciones reales y se ofrecía dispuesto a colaborar con las investigaciones del caso Epstein. Este anuncio se produjo pocas horas después de que varias empresas retiraran el apoyo a la plataforma para emprendedores fundada por el duque.



ROYAL COMMUNICATIONS

Statement by His Royal Highness The Duke of York KG

It has become clear to me over the last few days that the circumstances relating to my former association with Jeffrey Epstein has become a major disruption to my family's work and the valuable work going on in the many organisations and charities that I am proud to support.

Therefore, I have asked Her Majesty if I may step back from public duties for the foreseeable future, and she has given her permission.

I continue to unequivocally regret my ill-judged association with Jeffrey Epstein. His suicide has left many unanswered questions, particularly for his victims, and I deeply sympathise with everyone who has been affected and wants some form of closure. I can only hope that, in time, they will be able to rebuild their lives. Of course, I am willing to help any appropriate law enforcement agency with their investigations, if required.

Wednesday 20th November, 2019

Imagen 19. Comunicado del duque de York publicado el 20 de noviembre de 2019. Fuente: *Royal Communications*.

El tercer hijo de la reina seguiría manteniendo su condición de “Alteza Real”, así como su puesto en la línea de sucesión al trono británico, sin embargo, no podrá representar a la Corona y, por consiguiente, no percibirá un sueldo público (Tiburcio, 2019).

Días después de su dimisión, pudo verse al duque refugiarse en el castillo de Windsor junto a la reina, junto a quien se le fotografió dando un paseo a caballo. Esto fue interpretado como un intento de capear la situación, dando imagen de normalidad, además de una muestra de apoyo público por parte de la monarca. El experto en realeza Richard Fitzwilliams declaró a la CNN que, por las circunstancias del nacimiento de Andrés, tras las especulaciones de una crisis en el matrimonio de la reina y el príncipe Felipe, la reina pudo prestarle más atención y se convirtió en alguien con quien tiene una “afinidad particular” (Kottasová, 2019).

3.2.4. *Megxit*

En paralelo, aumentaban las tensiones entre los duques de Sussex y la Familia Real, que ese año habían ampliado sus días de vacaciones hasta el punto de que no acudieron a la tradicional celebración de Navidad en Sandringham. El cénit llegó en 7 enero de 2020, cuando el tabloide británico *The Sun* filtró los planes de Harry y Meghan de renunciar a sus deberes reales y mudarse a Canadá (Wootton, 2020). Tras la publicación de *The Sun*, los duques anunciaron la tarde del 8 de enero su plan para “dar un paso atrás” como miembros activos de la familia real a través de un comunicado emitido a los medios y publicado en su perfil de Instagram.



Wednesday, 8th January 2020

A personal message from The Duke and Duchess of Sussex

“After many months of reflection and internal discussions, we have chosen to make a transition this year in starting to carve out a progressive new role within this institution. We intend to step back as ‘senior’ members of the Royal Family and work to become financially independent, while continuing to fully support Her Majesty The Queen.

It is with your encouragement, particularly over the last few years, that we feel prepared to make this adjustment.

We now plan to balance our time between the United Kingdom and North America, continuing to honour our duty to The Queen, the Commonwealth, and our patronages.

This geographic balance will enable us to raise our son with an appreciation for the royal tradition into which he was born, while also providing our family with the space to focus on the next chapter, including the launch of our new charitable entity.

We look forward to sharing the full details of this exciting next step in due course, as we continue to collaborate with Her Majesty The Queen, The Prince of Wales, The Duke of Cambridge and all relevant parties. Until then, please accept our deepest thanks for your continued support.”

Imagen 20. Comunicado de los duques de Sussex publicado el 8 de enero de 2020. Fuente: Duques de Sussex.

En la publicación de Instagram invitaban a obtener más información visitando su recién lanzada página web (sussexroyal.com), en la que ofrecían una descripción detallada del nuevo modelo de trabajo que querían poner en marcha.

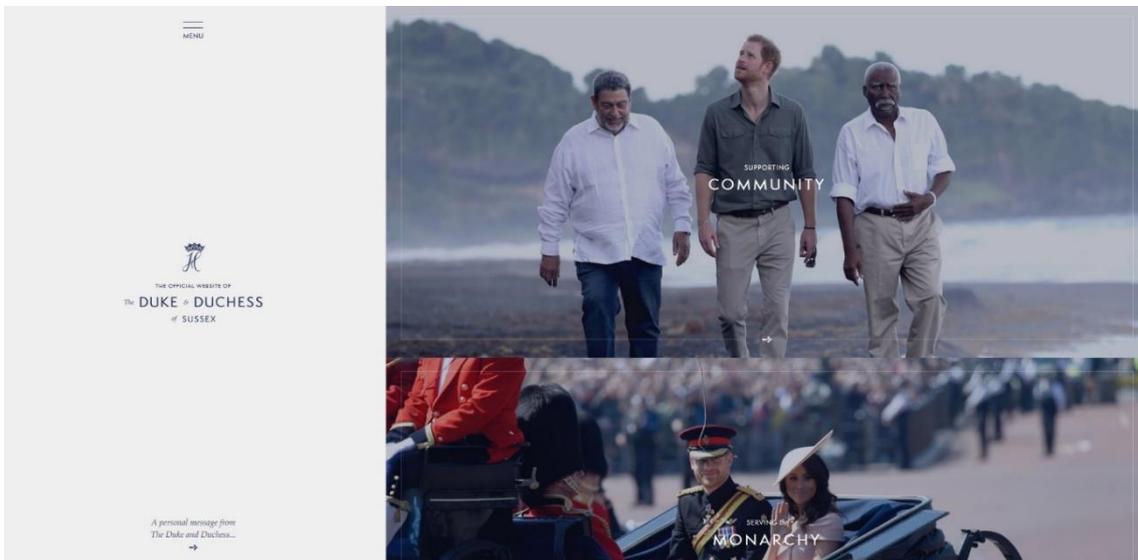


Imagen 21. Captura de pantalla de la página de inicio de la web publicada por los duques en el momento de su anuncio de retirarse de la Familia Real. Fuente: sussexroyal.com

El palacio de Buckingham respondió a los quince minutos con otro comunicado en el que afirmaba que “las conversaciones con los duques de Sussex todavía se encuentran en una fase temprana” y que entendían el deseo de Harry y Meghan de abordar la situación de manera distinta, pero que “se trata de cuestiones complejas que tardarán en solucionarse”.

Al día siguiente, las portadas de las principales cabeceras británicas se hicieron eco de este suceso⁸, nombrado por *The Sun* (2020) como “Megxit” y detonante de una guerra civil dentro de la Familia Real. *i* (2020) anunciaba que la monarquía estaba haciendo frente al momento más turbulento desde la abdicación en 1936, mientras el *Daily Express* (2020) y el *Daily Mail* (2021) describían el anuncio como una “bomba”. Las cabeceras destacaron el hecho de que el anuncio de los duques no hubiera sido comentado antes con la reina (*The Times*, 2020; *The Daily Mirror*, 2020; *Daily Express*, 2020; *The Daily Telegraph*, 2020; *Daily Mail*, 2020; *Metro*, 2020).

Si bien se ha detallado anteriormente la cronología de los hechos que motivaron la decisión de los duques de Sussex a renunciar a sus deberes reales y dar un paso atrás como miembros de alto rango de la *Royal Family*, es necesario apuntar algunas cuestiones.

En la biografía de los duques, titulada por Scobie y Durand (2020) como *Finding Freedom*, se lee la lucha constante del príncipe Harry y Meghan Markle por dejar de ser objetos mediáticos y encontrar la libertad.

En el comunicado emitido por Su Majestad la Reina el 18 de enero, Isabel II reconoce los retos por los que habían pasado Harry y Meghan como resultado del intenso escrutinio de los medios durante dos años y muestra el apoyo a su deseo de una vida más independiente.



ROYAL COMMUNICATIONS

18th January, 2020

STATEMENT FROM HER MAJESTY THE QUEEN

Strictly Embargoed 6.30pm

Statement from Her Majesty The Queen

Following many months of conversations and more recent discussions, I am pleased that together we have found a constructive and supportive way forward for my grandson and his family.

Harry, Meghan and Archie will always be much loved members of my family.

I recognise the challenges they have experienced as a result of intense scrutiny over the last two years and support their wish for a more independent life.

I want to thank them for all their dedicated work across this country, the Commonwealth and beyond, and am particularly proud of how Meghan has so quickly become one of the family.

It is my whole family's hope that today's agreement allows them to start building a happy and peaceful new life.

ENDS

Imagen 22. Comunicado de Su Majestad la Reina publicado el 18 de enero de 2020. Fuente: *Royal Communications*.

⁸ Imágenes de las portadas en el Anexo 3.

Pero la atención mediática no ha disminuido en torno a la figura de los duques de Sussex: su decisión se ha calificado como un “golpe a la institución real” (Ahmed, 2020, p. 148), “una bomba en el corazón de la institución y también un golpe al Reino Unido” en palabras de la historiadora Penny Junor a *The Daily Mail* (Carr, 2021). El camino por encontrar la libertad de Harry y Meghan dista mucho de los planes que tenía la Corona –y el príncipe de Gales como futuro heredero en su visión de una monarquía reducida solo a sus hijos y sus nietos– y han inmerso a la monarquía en una crisis, sobre todo tras las duras acusaciones vertidas por los duques en la “explosiva” entrevista con Oprah Winfrey del 7 de marzo de 2021.

La mañana siguiente a la emisión de la entrevista en el Reino Unido el 8 de marzo de 2021, las portadas de los diarios británicos cubrían la noticia en primera plana⁹. El *Daily Mail* se preguntaba: *what have they done?* (2021). El *Daily Mirror* clasificaba esta situación como la “peor crisis real en 85 años” (2021). *The Guardian* (2021), *i* (2021), *The Independent* (2021) y *The Times* (2021) pusieron el foco en las acusaciones de racismo vertidas por los Sussex. Por su parte, el *Daily Telegraph* (2021) comentaba que la entrevista era “un insulto devastador hacia la reina”, y el *Daily Express* (2021), declaró que era *so sad it comes to this*.

El 9 de marzo de 2021, Buckingham Palace emitió un comunicado en nombre de Su Majestad la Reina respondiendo a las cuestiones planteadas por los duques de Sussex, afirmando que eran asuntos de los que se encargaría la familia “en privado”, pero que Harry, Meghan y Archie siempre serán miembros muy queridos de su familia.



ROYAL COMMUNICATIONS

Tuesday, 9th March, 2021

**THE FOLLOWING STATEMENT IS ISSUED BY BUCKINGHAM PALACE
ON BEHALF OF HER MAJESTY THE QUEEN**

The whole family is saddened to learn the full extent of how challenging the last few years have been for Harry and Meghan.

The issues raised, particularly that of race, are concerning. While some recollections may vary, they are taken very seriously and will be addressed by the family privately.

Harry, Meghan and Archie will always be much loved family members.

ENDS

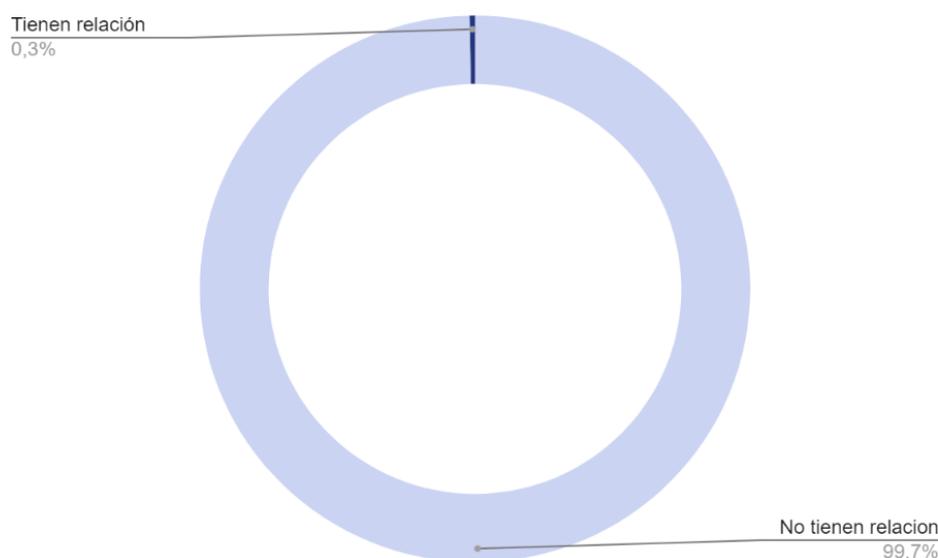
Imagen 23. Comunicado de Buckingham Palace en nombre Su Majestad la Reina publicado el 9 de marzo de 2021. Fuente: *Royal Communications*.

⁹ Imágenes de las portadas en el Anexo 4.

III. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

1. Análisis de datos

Antes de comenzar el análisis de los datos es necesario exponer el filtrado de tuits realizado para la presente investigación. En primer lugar, se procedió a descartar aquellos tuits que no guardaban ninguna relación con la gestión de la crisis provocada por la salida de los duques de Sussex y que se encontraban en el periodo temporal del 8 de enero de 2020 hasta el 9 de marzo de 2021.



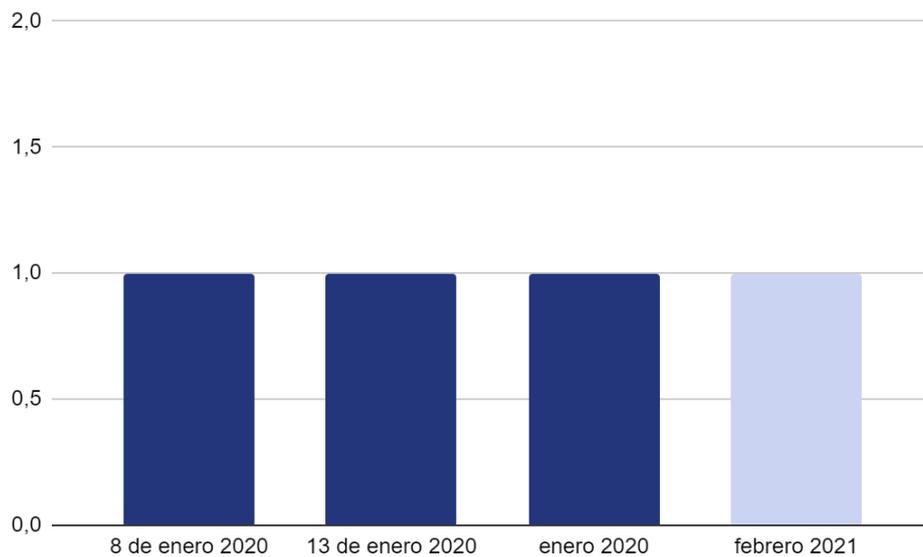
Gráfica 1. Porcentaje de tuits en función de su relación con el *Megxit*. Fuente: Elaboración propia.

De los 1.262 tuits analizados, el 99,7% no tenían relación con la crisis del *Megxit*. Este hecho es de especial relevancia si tenemos en cuenta que la comunicación en situaciones de crisis se convierte en un arma estratégica (Losada y Velasco, 2018). Resulta interesante comprobar el pequeño porcentaje de comunicaciones –apenas el 0,3%– en relación al *Megxit*, lo cual refleja la poca transparencia informativa que caracteriza a la Casa Real británica, más en un momento de incertidumbre generado por el anuncio de la salida de duques de Sussex y las consiguientes negociaciones.

En base a este filtrado, se obtuvo la muestra conformada por los 4 tuits publicados por *@RoyalFamily* en relación con la gestión de la crisis del *Megxit*. A continuación, se procede al análisis de los resultados de los tuits con la consiguiente interpretación de los datos a partir de la ficha de estudio conformada por las categorías descritas en la metodología.

1.1. Fecha de publicación

Se pueden apreciar dos periodos temporales de actividad; al comienzo de la crisis en enero de 2020; y el momento en que se resuelve el *status* de los duques, en febrero de 2021.



Gráfica 2. Número de publicaciones por fecha durante el *Megxit*. Fuente: Elaboración propia.

El mes con mayor cantidad de tuit publicados fue, como se puede observar en el gráfico, enero de 2020¹⁰, alcanzando 3 publicaciones en relación a la crisis del *Megxit* los días 8, 13 y 18 de enero de 2020. Repasando la sucesión de los hechos narrada en la cronología ([epígrafe 3.3.](#)), se comprende la distribución temporal de las publicaciones por parte de la Casa Real.

Enero de 2020 coincide con la filtración de los planes de los duques de Sussex de alejarse de la Familia Real británica por parte de *The Sun* el 7 de enero (Wootton, 2020). El anuncio de los duques de Sussex suscitó la pronta respuesta de Buckingham el mismo 8 de enero de 2020. El 13 de enero de 2020 se produjo la ‘cumbre de Sandringham’. Tras esta conversación, la Familia Real publicaba un segundo comunicado en Twitter. El 18 de enero de 2020 la Familia Real publicaba los comunicados de la reina y del palacio de Buckingham resolviendo el nuevo estado de los duques de Sussex. El 19 de febrero de 2021, la Familia Real publicó el cuarto y último tuit en lo que se refiere a esta crisis. En el comunicado del palacio de Buckingham se confirmaba la retirada de los duques de Sussex como miembros activos de la Familia Real.

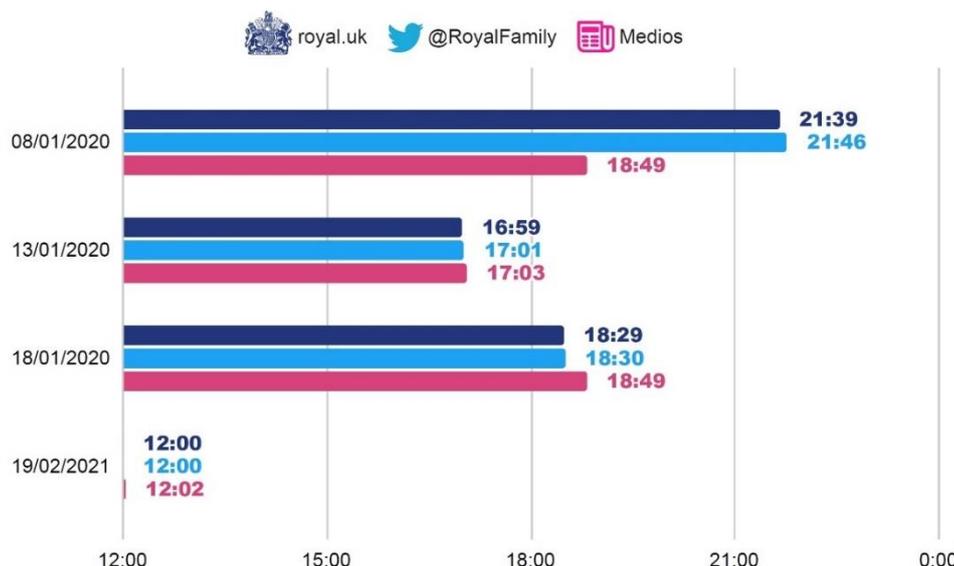
1.2. Hora de publicación

La mitad de los tuits relacionados con la crisis provocada por el anuncio de la salida de los duques de Sussex fueron publicados por la tarde, el primer tuit fue publicado de noche y el

¹⁰ Cuyas publicaciones están representadas en el azul corporativo de la web de la Familia Real británica.

último a mediodía. La gráfica siguiente representa las horas en las que la Familia Real publicó las declaraciones en su web (royal.uk) y en Twitter (@RoyalFamily). También se ha añadido la hora en la que se produjo la primera publicación en los medios que se hacía eco de los comunicados.

Esta comparativa entre la hora de publicación de los comunicados en el sitio web y en Twitter respecto a la hora de publicación de la información por parte de los medios de comunicación permite analizar la gestión comunicativa de esta crisis por parte de la Casa Real.



Gráfica 3. Fecha y hora de publicación de los distintos comunicados en la web y en Twitter por parte de la Familia Real, y en los medios de comunicación. Fuente: Elaboración propia.

Como se puede advertir en la gráfica, Buckingham tardó poco más de tres horas en publicar en sus canales oficiales (sitio web y Twitter, con una diferencia de siete minutos) una respuesta ante las declaraciones de los duques, que fueron publicadas en su Instagram (@sussexroyal) a las 18:33 horas del día 8 de enero de 2020.



Imágenes 24 y 25. A la izquierda, la publicación de los duques de Sussex en Instagram (08/01/2020 18:33). A la derecha, la respuesta de la Familia Real en Twitter (08/01/2020 21:46). Fuente: Instagram @sussexroyal y Twitter @RoyalFamily

Pese a ello, Buckingham difundió este comunicado a los medios de comunicación como *The Guardian* que se hacían eco de la noticia poco más de 12 minutos después (a las 18:49 horas) de la publicación de @sussexroyal (Rawlinson y Davies, 2020).

El hecho de que la Casa Real británica prefiriera dar una respuesta rápida ante los medios tradicionales haciéndoles llegar en primer lugar el comunicado aclaratorio, antes que la publicación del mismo en sus canales oficiales de la web 2.0 (con una diferencia de tres horas) revela la estrategia comunicativa de la Familia Real en la gestión de esta crisis (anteponiendo los medios tradicionales y la relación con la prensa) y las diferencias que guardan con los duques de Sussex, cuya relación con los *social media* es más cercana. Más allá de su decisión de difundir primero el comunicado a través de los medios tradicionales, el interés reside en las tres horas que se demoraron en publicar el comunicado en sus canales propios.

Pese a ello, este comportamiento (primero los medios tradicionales y después los medios sociales) no establece un patrón en la estrategia comunicativa de la Casa Real en la gestión de esta crisis. Las siguientes publicaciones, según recoge esta investigación, se dan primero en la web oficial de la Familia Real y después se comparte el enlace a través de Twitter, con una diferencia inferior a los dos minutos. Las primeras noticias que recogen estas declaraciones surgen pocos minutos después.

La edición inglesa del *¡Hola!* compartió la noticia apenas dos minutos después de que fuera publicado el comunicado del 13 de enero en Twitter (Stacey, 2020). El 18 de enero, el primer medio en difundir el tercer comunicado de la Familia Real respecto a las negociaciones del *Megxit* fue *BBC News* (2020), que plasmó los comunicados de Su Majestad la Reina y de Buckingham Palace de manera íntegra. La última declaración oficial del palacio de Buckingham el 19 de febrero de 2021 fue replicada en Twitter por el editor de la realeza y autor de la biografía de los duques de Sussex, Omid Scobie (2021).

Esta pequeña diferencia de tiempo entre la publicación de los comunicados por parte de la Casa Real británica y su aparición posterior en los medios revela que, para los comunicados que siguieron al del 8 de enero de 2020, la difusión de las declaraciones se hizo de manera simultánea en los medios tradicionales y los *social media*.

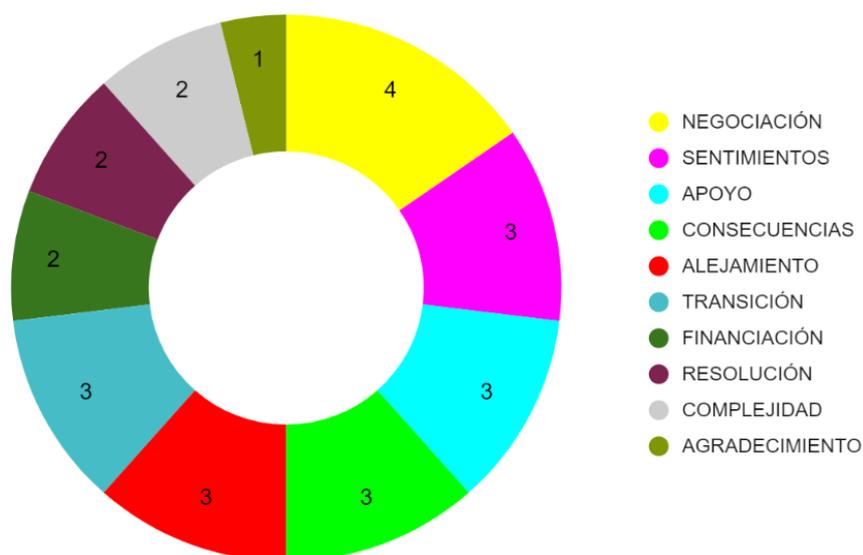
1.3. Naturaleza

Respecto a la naturaleza de los tuits, se observa que la totalidad de los mensajes emitidos por la Familia Real británica en Twitter que guardan relación con la salida de los duques de Sussex son tuits propios. De esta manera se desprende el hecho de que es la Casa Real quien asume la responsabilidad de las comunicaciones, ofreciéndose como la principal fuente de información, tal y como recomienda De la Cierva en la gestión comunicativa de crisis (2015). A través de sus canales oficiales, la Corona va aportando la información que estima oportuna

en cada momento, siguiendo, como se ha indicado anteriormente, la estrategia de discreción controlada (Westphalen y Piñuel, 1993), lo cual permite una gestión propia de la comunicación, controlando los tiempos y facilitando la relación con los medios.

1.4. Tema tratado

A la hora de realizar este análisis, se ha tenido en cuenta la temática de los comunicados enlazados en cada tuit. A continuación, se muestra un gráfico con el número de veces que se repite un tema en los comunicados emitidos por la Familia Real a través de Twitter:



Gráfica 4. Número de veces que aparece un tema en los comunicados. Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar, el tema más repetido es el de la negociación de los duques de Sussex, presente en todos los mensajes analizados. Bajo esta línea temática se encuentran las locuciones que dan información sobre el estado de las conversaciones entre la Familia Real y los duques de Sussex: en una fase temprana, constructivas, meses de conversaciones y debates recientes, siguiendo las conversaciones con el duque de Sussex...

La segunda cuestión más repetida se refiere a los sentimientos de la Familia Real. Presentes en el 75% de los comunicados, son sentimientos expresados por la reina a raíz de la iniciativa de los duques. Destaca la transparencia y cercanía que impregnan las declaraciones de la reina, quien reconoce que a pesar de que hubieran preferido que los Sussex mantuvieran su cargo actual, siempre serán miembros muy queridos y valiosos de su familia. Esta apreciación de los duques como miembros de su familia –en minúscula– denota la diferencia que existe entre la Familia Real y la familia de la reina, que se refiere al príncipe Harry como su nieto y se dirige a los duques de Sussex por sus nombres de pila. Cabe reseñar también el hecho de que Isabel

II manifiesta sentirse “particularmente orgullosa” por como Meghan se ha convertido rápidamente en una más de la familia.

Statement from Her Majesty The Queen

Following many months of conversations and more recent discussions, I am pleased that together we have found a constructive and supportive way forward for my grandson and his family.

Harry, Meghan and Archie will always be much loved members of my family.

I recognise the challenges they have experienced as a result of intense scrutiny over the last two years and support their wish for a more independent life.

I want to thank them for all their dedicated work across this country, the Commonwealth and beyond, and am particularly proud of how Meghan has so quickly become one of the family.

It is my whole family's hope that today's agreement allows them to start building a happy and peaceful new life.

ENDS

Imagen 26. Comunicado de Su Majestad la Reina publicado el 18 de enero de 2020. Fuente: <https://www.royal.uk/statement-her-majesty-queen-0>

El siguiente tema, también presente en el 75% de las declaraciones, hace referencia a las muestras de apoyo explícitas en los textos. En ellos destacan los mensajes que empatizan y alientan a los sujetos de la comunicación. Por ejemplo, se puede ver cómo Buckingham comprende los deseos de los duques, cómo la reina apoya, respeta y entiende a Harry y a Meghan, así como un reconocimiento de las dificultades que han pasado por el escrutinio de los medios. También se lee el agradecimiento de los Sussex hacia la Familia Real por su apoyo constante.

Las consecuencias para los duques de Sussex tras retirarse de la Familia Real se pueden apreciar en el 75% de los comunicados. Estas consecuencias van definiéndose a medida que avanzan las conversaciones entre la Familia Real y los Sussex, quedando reflejadas en los distintos mensajes.

De esta manera, en primera instancia se reconoce que vivirán una vida más independiente como familia tras un periodo de transición en el que residirán entre Canadá y el Reino Unido (13 de febrero de 2020); nuevamente se destaca el deseo de los duques de vivir de manera independiente y se establece que los Sussex conservarán sus patronazgos privados pero que no podrán usar sus títulos de Alteza Real, también declaran que Frogmore Cottage continuará siendo su residencia en Reino Unido (18 de enero de 2020); finalmente, tras el periodo de revisión, Buckingham confirma que los honores militares y patronazgos reales les serán retirados a los duques y detallan las asociaciones que volverán a la reina para su distribución entre los miembros activos de la Familia Real.

Notes to editors:

Following The Duke and Duchess of Sussex's decision to step away last year as working members of The Royal Family, a 12-month review was agreed.

A decision has now been made after conversations between The Duke of Sussex and Members of The Royal Family.

The military, Commonwealth and Charitable associations which will revert to The Queen are:

The Royal Marines, RAF Honington, Royal Navy Small Ships and Diving.

The Queen's Commonwealth Trust, The Rugby Football Union, The Rugby Football League, The Royal National Theatre and The Association of Commonwealth Universities.

Imagen 27. Notas para los editores del comunicado de Buckingham Palace publicado el 19 de febrero de 2021.
Fuente: royal.uk

En 3 de los 4 comunicados se explicita el alejamiento de los duques de Sussex de la Familia Real, expresando que la Familia Real hubiera preferido que permanecieran como *working members* de la *Royal Family*, y que, como consecuencia de la retirada de los deberes reales, se le quitan al príncipe Harry sus nombramientos militares¹¹ y se les prohíbe a los duques el uso de sus títulos de Altezas Reales. Este alejamiento se confirma oficialmente a través del comunicado emitido por el palacio de Buckingham el 19 de febrero de 2021, en el que se plasma que el duque de Sussex ha confirmado a la reina que se aleja de los trabajos de la Familia Real, siguiendo la decisión tomada el pasado año 2020.

El periodo de transición establecido entre la condición de los duques de Sussex como miembros activos de la Familia Real y su retirada de los deberes reales está también presente en el 75% de las declaraciones de la Casa Real. El 13 de enero de 2020 la reina informaba de que había acordado con los Sussex un periodo de transición sin establecer un plazo concreto. El 18 de enero Buckingham anunciaba que el nuevo modelo de los duques entraría en vigor en la primavera de ese año. Según apuntan en las declaraciones de Buckingham Palace, la Familia Real había acordado un período de revisión de 12 meses tras la salida de los duques de Sussex.

La financiación de los duques de Sussex también fue objeto de los mensajes emitidos por la Casa Real, que determinó en los comunicados del 13 y del 18 de enero de 2020 que Harry y Meghan no querían seguir sosteniéndose con fondos públicos y que estaban dispuestos a reparar los costes de las reformas de Frogmore Cottage. Sin embargo, el palacio de

¹¹ El protocolo para el funeral del duque de Edimburgo cambió como consecuencia de la retirada de los nombramientos militares del príncipe Harry. El protocolo establecía que los miembros de la Familia Real vistieran sus uniformes militares durante la ceremonia, dejando al príncipe Harry como el único familiar cercano no uniformado. Este hecho motivó que se decidiera que los miembros vistieran un traje negro con sus condecoraciones militares.

Buckingham no pudo aclarar si los duques, tras alejarse de la Familia Real, contarían con una seguridad financiada por fondos públicos.

La siguiente línea temática guarda relación con las resoluciones sobre el futuro de los Sussex tras el *Megxit*. En primer lugar, la reina manifestó el 13 de enero, tras la reunión en Sandringham, que las decisiones finales se alcanzarían en los próximos días. Así, cinco días después, el 18 de enero de 2020, Isabel II anunciaba orgullosa que habían encontrado una solución constructiva respecto a su nieto. El palacio de Buckingham anunció el nuevo acuerdo entre la Familia Real y los duques de Sussex junto a las consecuencias anteriormente descritas.

El palacio de Buckingham y la reina Isabel II hacen hincapié en la naturaleza complicada del *Megxit*, destacando que tardarían tiempo en resolverse (8 de enero de 2020) y que eran asuntos complejos que correspondía a su familia resolver (13 de enero de 2020). Este tema sigue una de las líneas básicas de la estrategia comunicativa que se han podido observar tras el estudio de la gestión de las distintas crisis que ha afrontado la Casa Real británica: la discreción. De esta forma, se advierte cómo la Familia Real trata de resolver los asuntos privados de sus miembros en el ámbito familiar sin dar muchas explicaciones de ello.



ROYAL COMMUNICATIONS

8th January, 2020

STATEMENT ON DISCUSSIONS WITH THE DUKE AND DUCHESS OF SUSSEX

Discussions with The Duke and Duchess of Sussex are at an early stage. We understand their desire to take a different approach, but these are complicated issues that will take time to work through.

Imagen 28. Comunicado de Buckingham Palace publicado el 8 de enero de 2020. Fuente: *Royal Communications*.

En las declaraciones de Isabel II y del palacio de Buckingham el 18 de enero de 2020 se puede leer un agradecimiento expreso. La reina manifiesta su agradecimiento a Harry y Meghan por su dedicado trabajo alrededor del Reino Unido, de la Commonwealth y más allá. Buckingham refleja el agradecimiento de los Sussex hacia Su Majestad y a la Familia Real por su apoyo continuo en su nueva etapa.

Tomando estos resultados es posible afirmar la amplitud de la información ofrecida por la Casa Real británica en lo que respecta al desarrollo del *Megxit*. La categorización de los diferentes enunciados contenidos en las declaraciones, así como su presencia o ausencia en los

mensajes, permite realizar un esbozo de los *ítems* a los que se les dio más importancia por parte de la Familia Real.

Consecuentemente se extrae que para la Familia Real era de mucha importancia destacar que se trataba de una negociación, una conversación entre los Sussex y la Familia Real, evitando así que no se presentara como una decisión tomada unilateralmente por un bando. Los sentimientos y las muestras de apoyo están presentes en casi todos los comunicados, a fin de mostrar cercanía, empatía y apoyo auténtico hacia Harry, Meghan y Archie; sentimientos que no manifestó en un primer momento en el caso del fallecimiento de la princesa Diana, lo cual despertó acusaciones de frialdad por parte de la monarca y los Windsor¹².

El alejamiento de los duques, junto a las consecuencias derivadas, son asuntos que cobran especial importancia en esta crisis, por lo cual la Casa Real responde ante estas cuestiones en casi todas sus declaraciones. En menor medida, se menciona la fuente de ingresos de los duques, aunque se insiste en su deseo de no depender de fondos públicos. Las muestras de agradecimiento quedan reflejadas en un único comunicado.

1.5. Elementos formales

Siguiendo el esquema de la ficha de estudio, se procedió a analizar los elementos formales presentes en los tuits emitidos por *@RoyalFamily* relacionados con el *Megxit*.



Imagen 29. Tuit publicado por la Familia Real británica el 13 de enero de 2020. Fuente: Twitter *@RoyalFamily*

Como se puede observar en la imagen 29, todos los tuits publicados por la Familia Real en lo que refiere a la situación de las negociaciones de la salida de los duques de Sussex siguen el mismo esquema:

¹² Más información sobre el caso en el [epígrafe 3.2.1.](#) de este trabajo.

*A statement from [Buckingham Palace o Her Majesty the Queen]
+ [objeto del comunicado] (presente en el 50% de los tuits)
+ enlace a royal.uk con las declaraciones completas*

En consecuencia, se puede afirmar que todos los tuits cuentan con hiperenlaces, que permiten dirigir a los usuarios de Twitter a las declaraciones íntegras que emitía la Casa Real en cada momento de la gestión de crisis. Más allá del empleo de hiperenlaces, los mensajes de la Familia Real no cuentan con más elementos formales, limitándose a seguir un esquema completamente enunciativo que se completa con los *links* a los comunicados en su página web.

1.6. Público objetivo

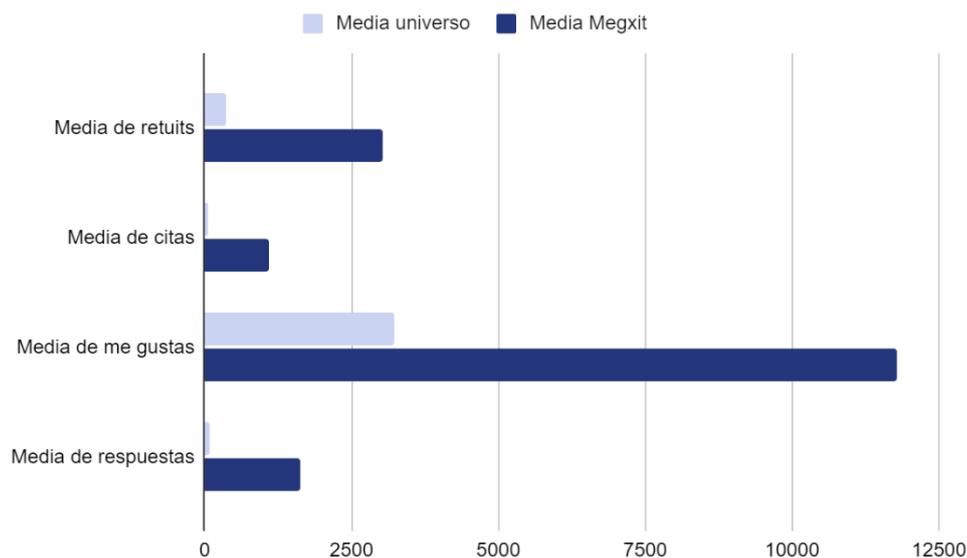
Por lo que concierne al análisis del público objetivo al que se dirigen las publicaciones de la Familia Real en Twitter, se valora que no se dirigen a un colectivo específico, sino que se dirigen a la ciudadanía en general. Aunque puede resultar llamativo el hecho de que empleen las mismas declaraciones tanto para hacérselas llegar a los medios tradicionales como para su difusión en Twitter. En ningún momento se cambia el mensaje o se adapta a un medio u otro, es decir, la estrategia comunicativa de la Casa Real británica no contempla la segmentación de sus misivas.

1.7. Retuits, citas, me gustas y respuestas

Los tuits publicados por la Familia Real acumulan un total de 12.103 retuits, 4.421 citas, 47.181 me gustas y 6.500 comentarios, con una media por tuit de 3.025,75 retuits, 1.105,25 citas, 11.795,25 me gustas y 1.625 respuestas.

Las estadísticas de las publicaciones que guardan relación con el *Megxit* superan ampliamente la media de retuits, citas, me gustas y respuestas de todos los tuits publicados durante el mismo periodo (del 8 de enero de 2020 hasta el 9 de marzo de 2021)¹³.

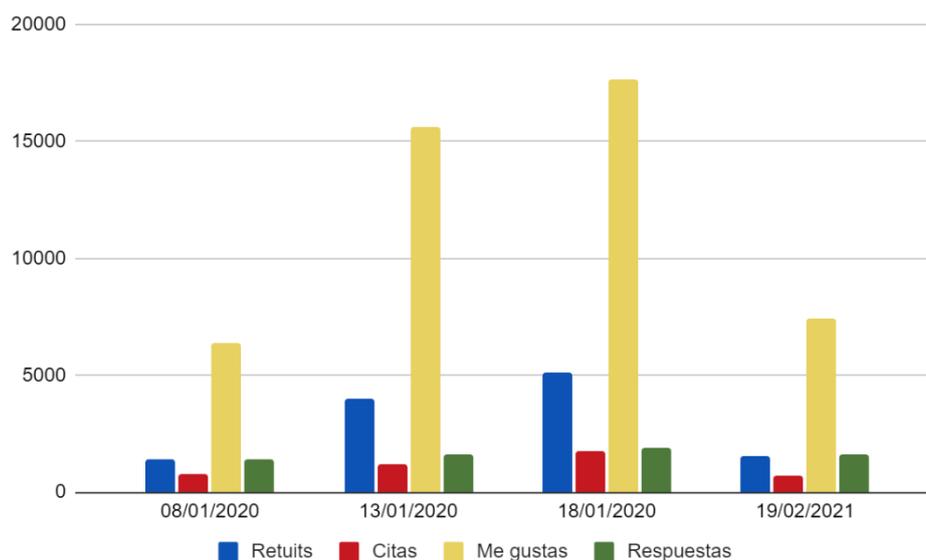
¹³ Los 1.262 tuits que conforman el universo de nuestra investigación presentan una media de 362 retuits, 53,1 citas, 3.236 me gustas y 88 respuestas.



Gráfica 5. Comparativa de la media de retuits, citas, me gustas y comentarios entre los tuits del universo de estudio y los de la muestra de análisis. Fuente: Elaboración propia.

Esto revela el fuerte impacto y la repercusión que han tenido los mensajes emitidos por la Familia Real durante la crisis provocada por la salida de los duques de Sussex. El efecto que provocaron estos tuits en medio de la incertidumbre por el *Megxit* denota la cantidad de personas interesadas en respuestas por parte del canal oficial de la Casa Real en Twitter.

En la gráfica siguiente se pueden observar las cifras de retuits, citas, me gustas y respuestas que obtuvo cada una de las publicaciones referentes al *Megxit* durante el periodo temporal analizado.



Gráfica 6. Número de retuits, citas, me gustas y respuestas de los tuits referentes al *Megxit*. Fuente: Elaboración propia.

Según queda reflejado en la gráfica, el tuit del 18 de enero de 2020 destaca respecto de las demás al acumular la mayor cantidad de retuits, citas, me gustas y respuestas de toda la crisis. Esta publicación cuenta con 5.091 retuits, 1.758 citas, 17.678 me gustas y 1.900 respuestas. Por el contrario, el tuit que tuvo menos interacciones fue el del 8 de enero de 2020, con 10.001 reacciones acumuladas y la menor cifra de retuits, me gustas y respuestas. El tuit con la cantidad de citas más baja se corresponde con el del 19 de febrero de 2021 con un total de 696 citas.



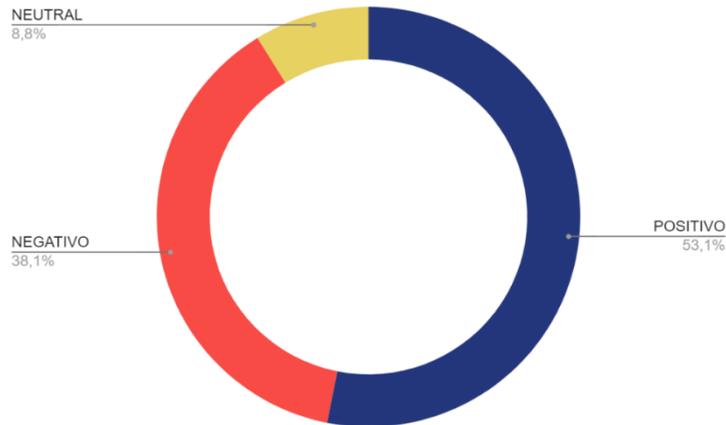
Imágenes 30 y 31. Tuits con mayor y menor repercusión (izquierda y derecha respectivamente). Fuente: Twitter @RoyalFamily

De igual manera, en la gráfica se observa claramente que los dos tuits con mayor alcance son los que se encuentran en mitad de la crisis, aquellos que corresponden con las resoluciones de las negociaciones entre la Familia Real y los duques de Sussex. Además, se observa que las publicaciones con mayor repercusión son aquellos que contienen las declaraciones de la reina.

Finalmente, se advierte en la gráfica que la cantidad de me gustas en todas las publicaciones sobresale notoriamente en relación al número de retuits, respuestas y citas, en ese orden.

1.8. Tono de las respuestas

A la hora de evaluar el tono de los comentarios, debido al elevado número de reacciones que suscitó la publicación de los comunicados por la Casa Real británica en Twitter, se ha optado por realizar una selección aleatoria de 200 respuestas por tuit. Tras analizarlas, se obtiene la siguiente gráfica:

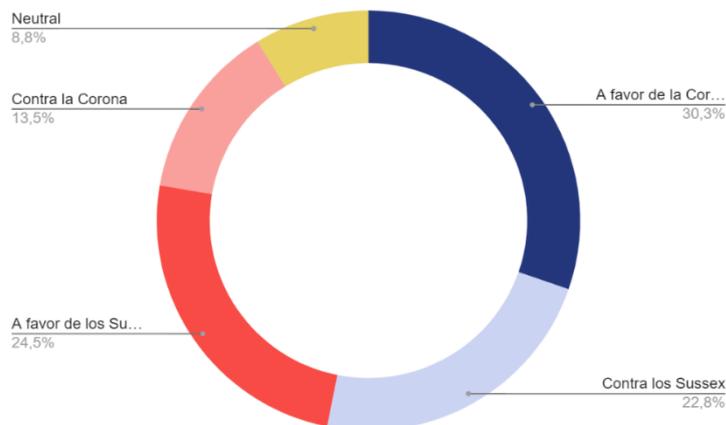


Gráfica 7. Tono de las respuestas. Fuente: Elaboración propia.

En la gráfica se pueda observar la superioridad de las respuestas positivas a los tuits emitidos por *@RoyalFamily* en relación al *Megxit* (un 53,1% frente a un 38,1%). Para ir más allá, durante el estudio de las respuestas a los tuits se pudieron establecer diversos temas que se pueden adaptar dentro de la dicotomía positivo-negativo.

De esta manera, los comentarios que se posicionaban a favor de los Sussex junto a aquellos que criticaban a la Corona han sido clasificados como negativos; mientras que aquellos afines a la Casa Real o críticos con los duques se han catalogado dentro de los comentarios positivos. En menor medida se hallaron respuestas neutrales, dentro de las cuales se advierten comentarios que no guardan ninguna relación con el tema ni muestran un posicionamiento claro. Además, se incluyen bajo esta categoría las preguntas que surgían tras las declaraciones y las respuestas proporcionadas por otros usuarios de Twitter.

Atendiendo a esta clasificación, la distribución del tono de los comentarios queda de la siguiente manera:



Gráfica 8. Distribución del tono de las respuestas. Fuente: Elaboración propia.

Dentro de las respuestas clasificadas como “a favor de la Corona” se encuentran mensajes de apoyo a la reina y a la monarquía, elogios a Isabel II por su manera de manejar el asunto y tomar decisiones correctas, aunque difíciles. También aplauden la manera de comunicar, y el tono cercano que adopta la monarca hacia el príncipe Harry y Meghan, aunque en ocasiones es difícil trazar una frontera clara entre los comentarios a favor de la Corona y los que están en contra de los duques de Sussex.



Imágenes 32 y 33. Ejemplos de respuestas a favor de la reina. Fuente: Twitter.

Aquellas respuestas críticas con los Sussex se muestran contrarias a que los Sussex sigan recibiendo ingresos procedentes de fondos públicos o a que mantengan sus títulos de duques de Sussex y de Altezas Reales. Estos mensajes manifiestan la negativa a que Harry y Meghan conserven el ducado de Sussex para evitar que lo comercialicen con la marca *Sussex Royal*. También se encuentran comentarios que describen a los duques como una desgracia para la Familia Real.



Imágenes 34 y 35. Ejemplos de respuestas en contra de los duques de Sussex. Fuente: Twitter.

Dentro de los críticos se percibe la presencia de aquellos que acusan directamente a la duquesa de Sussex, señalándola como la culpable (no en vano se conoce esta crisis como *Megxit*) y responsable de manipular al príncipe Harry. Se advierten comentarios que la comparan con otras mujeres a las que en su día se acusó de romper agrupaciones/relaciones: Wallis Simpson y el rey Eduardo VIII, Camilla Parker Bowles y el príncipe Carlos e incluso Yoko Ono y John Lennon. Además, entre los críticos de Meghan Markle se encuentran quienes no la consideran merecedora de estar en la Familia Real, habiendo manchado el nombre de la Corona y siendo más afín a una vida hollywoodiense que *royal*. Otro tipo de críticos contra

Meghan manifiestan su tristeza por el príncipe Harry que, tras haber sido manipulado por una actriz americana, se acabará arrepintiendo de traicionar a su familia.



Imágenes 36 y 37. Ejemplos de respuestas en contra de Meghan Markle. Fuente: Twitter.

Las respuestas que muestran apoyo a los duques de Sussex se centran en elogiar su decisión de apartarse de la Familia Real a la que acusan de ser tóxica¹⁴ y en la defensa de la legitimidad de los títulos de los Sussex: el príncipe Harry por nacimiento y Meghan Markle por matrimonio. Más allá de los mensajes que desean a Harry, Meghan y Archie mucha suerte en su nueva etapa, se encuentran aquellos que defienden su decisión apoyándose en críticas hacia la Corona.



Imágenes 38 y 39. Ejemplos de respuestas apoyando a los duques de Sussex. Fuente: Twitter.

¹⁴ Este tipo de mensajes está clasificado como “en contra de la Corona”.

Otra distinción de la variable negativa de las respuestas recoge a aquellas explícitamente en contra de la reina, la Familia Real o la monarquía en sí misma. Así, es posible leer comentarios que piden la abolición de la monarquía y se posicionan en contra de la Familia Real por no haber defendido a los duques de Sussex y en especial a Meghan Markle, acusando a la Casa Real de racista. También destacan los comentarios que tachan las resoluciones finales del *Megxit* como vergonzosas y vengativas por parte de la Corona.



Imágenes 40 y 41. Ejemplos de respuestas en contra de la Corona por no haber defendido a los duques (izquierda) y acusaciones de racismo a la Casa Real (derecha). Fuente: Twitter.

Un tercer grupo de mensajes críticos con la Corona se centran en el duque de York, retirado de sus deberes reales desde noviembre de 2019¹⁵. Basándose en la presunta implicación del príncipe Andrés en un caso de abuso de menores, acusan a la Familia Real de proteger la pedofilia y comparan el trato que dieron al duque de York frente al que le están dando a los duques de Sussex. En esta línea, critican el hecho de que Andrés siga recibiendo el trato de Alteza Real y los duques no. Además, cuestionan que otros miembros de la Familia Real que no se dedican exclusivamente a sus deberes reales mantengan asignaciones y títulos, poniendo a las hijas del duque de York, las princesas Eugenia y Beatriz, como se puede apreciar en la imagen 41.



Imágenes 42 y 43. Ejemplos de respuestas en contra de la Corona por su trato favorable al príncipe Andrés. Fuente: Twitter.

¹⁵ Más información sobre el caso en el [epígrafe 3.2.3.](#) de este trabajo.

2. Discusión de los resultados

A la luz de los datos arrojados tras este análisis, procedemos a discutir los resultados obtenidos con los autores expuestos a lo largo del marco teórico y lo estudiado acerca de la Casa Real británica. De una primera impresión se desprende el hecho de que la Familia Real sigue una estrategia propia de comunicación, al margen de lo que indican los expertos, caracterizada por el silencio. Sin embargo, tras el análisis de los resultados es posible clasificar las decisiones en materia comunicativa por parte de los Windsor.

Nos encontramos ante una crisis de naturaleza interna en el entorno de las relaciones sociales de la Casa Real británica, según la clasificación ofrecida por Piñuel (2002). En el caso que nos ocupa, la Empresa se ha visto obligada a hacer frente a dos dificultades derivadas de la explosión de una crisis en el mundo digital: la inmediatez y la potencialidad de difusión (Burgueño, 2018). En este sentido, la crisis tuvo su origen en la red en cuanto los duques decidieron anunciar su nuevo modelo de trabajo para la Familia Real a través de un comunicado en Instagram, anticipándose a lo pactado con Buckingham y a un acuerdo final con la reina, el príncipe de Gales y el duque de Cambridge. Este hecho exigió una respuesta por parte de palacio para aclarar la situación y ofrecer una declaración oficial.

De la Cierva (2015) plantea que la función de la comunicación de crisis es comunicar rápida y eficazmente una respuesta inicial a la crisis para poder reducir y eliminar los efectos negativos en sus relaciones con los públicos. Ante esto se puede afirmar que Buckingham dio una rápida respuesta inicial ante la crisis provocada por el anuncio de la salida de los duques de Sussex. Con un mensaje breve y conciliador, la Corona determinó su respuesta institucional, ofreciendo la interpretación oficial de los hechos (*discussions [...] are at an early stage*) y aclarando decisiones al respecto (*[...] these are complicated issues that wil take time to work through*), siguiendo las recomendaciones de De la Cierva (2015) acerca de cómo ha de ser la comunicación durante la crisis.

Los siguientes apuntes sobre comunicación de crisis aportados por De la Cierva (2015) indicaban la necesidad de asumir la iniciativa, convirtiéndose en fuente informativa. Según se observa, la Casa Real británica asume la iniciativa de sus comunicaciones sobre todo a través de la elección de sus canales oficiales de la web 2.0 (en este caso, su *website* y su cuenta de Twitter). De esta manera, la Corona controla las informaciones y puede manejar los tiempos de manera directa a través de internet.

El manejo de los tiempos es inherente a la estrategia que parece seguir la Familia Real que, como hemos apuntado anteriormente, es la de la discreción controlada, planteada por Westphalen y Piñuel (1993). Así pues, Buckingham Palace ofrece la información en pequeñas dosis: en total solo han publicado en Twitter cuatro comunicados en el periodo que ocupa nuestra investigación (desde el 08/01/2020 hasta el 09/03/2021). Cuatro tuits que contienen

declaraciones breves, pero conciliadoras y que aportan información valiosa respecto al transcurso de las negociaciones con los duques de Sussex. A pesar de mantener el control de su discurso y de sus canales, la opinión de los públicos está claramente polarizada entre las partes interesadas: los Sussex y la Familia Real, con una mayoría a favor de la Corona.

La escasez de declaraciones oficiales por parte de la Casa Real puede enmarcarse de igual manera en la línea estratégica del silencio, reduciendo la comunicación a su mínima expresión (Westphalen y Piñuel, 1993). Aunque no es cierto que esta haya sido la tónica en la gestión comunicativa de esta crisis por el hecho de que es, precisamente, el haber guardado silencio ante ciertas situaciones (muerte de *Lady Di*, comentarios racistas hacia Meghan Markle, entre otras), lo que ha provocado una situación crítica para la Corona británica, sobre todo por la presión por parte de los medios de comunicación y de la opinión pública.

Como ya se adelantaba, en la Familia Real británica los trapos sucios se lavan en palacio. El silencio caracteriza a los Windsor en cuanto a los asuntos personales de sus miembros, incidiendo en que son temas *for her family to resolve* (comunicado del 13 de enero de 2020), conformando su principal línea estratégica. Sin embargo, este silencio parece contrarrestarse con las declaraciones emitidas por Su Majestad la Reina a tenor de esta crisis. Así, como se ha estudiado en el análisis de datos, los mensajes de la reina constituían muestras públicas de apoyo, empatía y cercanía hacia Harry y Meghan. Este lenguaje tan cercano se interpretó como una lección aprendida por parte de la monarca tras lo sucedido con la princesa de Gales (Wade, 2020), tal y como la reina admitió a Tony Blair: “ella misma me dijo que había que aprender ciertas lecciones”¹⁶ (Findlay, 2017).

A pesar del uso que les dan a sus redes sociales, la comunicación de la Casa Real en la web 2.0 todavía se caracteriza por ser vertical, limitándose a ser una fuente de información constante, pero sin llegar a interactuar de manera auténtica con los usuarios de la red. En este sentido, los Windsor cuentan con varios perfiles oficiales en distintas redes sociales, indicadas en la *Tabla 3*, manteniendo una imagen activa en internet y publicando una media de 3 tuits por día en la cuenta principal de Twitter *@RoyalFamily*¹⁷. Sin embargo, la inmensa mayoría se limitan a publicar actualizaciones sobre el trabajo y las actividades en las que participan los miembros de la Familia Real, tal y como reza la descripción de su perfil de Twitter¹⁸.

Rara vez se dedican a interactuar con los demás usuarios de la red, más que para hacerse eco de sus iniciativas afines. El único caso que se ha observado de interrelación desde la cuenta de la Familia Real fue el 1 de mayo de 2020: con motivo de la National Gardening Week, el

¹⁶ Según recoge el ex primer ministro británico, Tony Blair, en sus memorias publicadas en 2010.

¹⁷ En el periodo de 14 meses estudiado (08/01/2020 – 09/03/2021).

¹⁸ Véase *Imagen 3*.

jardinero jefe de Buckingham Palace, Mark Lane, estuvo contestando por Twitter preguntas de los usuarios en relación con la jardinería.



Imagen 45. Tuit publicado por la Familia Real británica el 1 de mayo de 2020. Fuente: Twitter @RoyalFamily

En este sentido, la Casa Real durante la gestión de la crisis del *Megxit* en Twitter tampoco ha sabido aprovechar una de las ventajas que posiciona a la red social como el canal más adecuado para la comunicación durante una crisis, según De la Cierva (2015): la posibilidad de personalizar los mensajes. En los tuits emitidos por @RoyalFamily en relación a la salida de los duques de Sussex se observan mensajes breves, enunciativos y con su correspondiente enlace al comunicado oficial del palacio de Buckingham. Estos comunicados son las únicas declaraciones ofrecidas por palacio y se dirigen tanto a los medios de comunicación como al público en general.

Del uso que les da la Familia Real a sus redes sociales, y tras el análisis de los resultados, se puede intuir que los *social media* no formaban en un primer momento de su estrategia comunicativa, o al menos no eran uno de los canales prioritarios en la comunicación de esta crisis. De este modo se entiende por qué demoraron tres horas en publicar el comunicado en sus redes o el hecho de que la defensa tras las acusaciones de racismo vertidas por los duques durante la entrevista con Oprah no haya sido publicada ni en la web ni en Twitter. Tal decisión está contraindicada por los expertos, que enfatizan en la necesidad de tener en cuenta los medios digitales en el momento en que estalla una crisis (Burgueño, 2018).

El 9 de marzo, un día después de que se emitiera en el Reino Unido la entrevista de los duques de Sussex con Oprah Winfrey, Buckingham Palace mandó un comunicado a los medios, que no fue publicado ni en su página web ni en sus redes sociales. En esta declaración se volvió a incidir en la resolución de los conflictos dentro de la familia y de manera privada. Resulta extraño el hecho de que no se hayan servido de las redes sociales para darle una mayor difusión, tanto como el que tampoco esté publicado en su web, contrariando las indicaciones en materia de gestión de crisis en el mundo digital.

En función de lo estudiado y retomando las recomendaciones de Ritter (2011) para convertir un problema en crisis, se aprecia que, en cierta medida, los Windsor siguen algunas de las pautas planteadas por el autor. Así, la Empresa trata de “hacer el avestruz”, evitando hablar de los temas personales de los miembros de la Familia. También vemos que parece trabajar en las crisis solo cuando trascienden a la opinión pública. Por tanto, cabe incidir en la idea de que la Casa Real británica cuenta con una estrategia propia de comunicación, al margen de lo que indican los expertos en esta materia.

Unas declaraciones de la historia Penny Junor en el documental sobre la Casa de Windsor (Findlay, 2017) pueden acercarnos a comprender el porqué de esta postura contraria a las recomendaciones de los especialistas: “[Los Windsor] tienen una visión muy amplia de la vida. No solo piensan en la semana o el año que viene, piensan en los próximos 50 o 100 años, y saben que lo que hoy parece todo un drama se desvanecerá en la historia”. La perspectiva que arroja esta afirmación desvela el trato que dan desde palacio a ciertos acontecimientos que en la contemporaneidad nos parecen una de las peores crisis reales. Consecuentemente, se espera de la Corona que se limite a esperar a que se pasen las cosas (Hunt, 2015), siguiendo la máxima de la familia: “nunca te expliques, nunca te quejes” (Dymond, 2012).

IV. CONCLUSIONES

Una vez finalizado nuestro trabajo de investigación, se han de retomar los objetivos inicialmente planteados a fin de vertebrar a través de los mismos una serie de conclusiones que quedarán reflejadas en este último apartado.

El primer objetivo planteado en este Trabajo Fin de Máster pasaba por conocer y evaluar las principales herramientas utilizadas por la Casa Real británica para la gestión de la crisis provocada por el alejamiento de los duques de Sussex de la Familia Real. Para una mayor concreción de esta meta se formularon las siguientes preguntas de investigación: ¿cómo han gestionado esta crisis comunicativamente?, ¿qué medios han utilizado?, ¿qué tan novedosas han sido las herramientas empleadas?, ¿ha sido correcta la gestión comunicativa de la crisis?, ¿ha sabido gestionar esta situación?

Respondiendo a las cuestiones, la Casa Real ha gestionado comunicativamente esta crisis siguiendo una línea estratégica marcada por la discreción controlada, a través de la publicación de declaraciones oficiales por parte del palacio de Buckingham o de Su Majestad la Reina y su difusión, tanto a los medios de comunicación como en su página web y cuenta de Twitter oficial. En este caso se advierte una inexistente innovación en las herramientas, pues ya habían hecho uso de las redes sociales para comunicar en crisis anteriores, como por ejemplo en el caso del duque de York.

En lo que respecta a la gestión comunicativa, aunque a priori se perciba como insuficiente si se atiende a la cantidad de mensajes, consideramos que ha sido correcta dentro de lo que se espera de la Familia Real. Podemos afirmar que Isabel II ha conseguido gestionar la situación provocada por la salida de los duques de Sussex de manera rápida, clara y concisa, informando de manera continuada hasta llegar a las resoluciones de los acuerdos con Harry y Meghan.

El segundo objetivo expuesto hacía referencia al análisis de los mensajes emitidos por la Casa Real británica, para lo que se expusieron estos interrogantes: ¿cómo han sido estos mensajes?, ¿en qué medios han lanzado sus comunicaciones?, ¿qué imagen del conflicto han construido?, ¿cómo se construye la imagen mediática de los duques de Sussex sobre una base textual, a nivel discursivo, en los mensajes emitidos por la Casa Real británica?

Del análisis de los tuits emitidos por *@RoyalFamily* se desprende que estamos ante unas oraciones en tono enunciativo cuya finalidad es redirigir a los internautas a las declaraciones íntegras publicadas en la web de la Familia Real. Los comunicados procedentes de Buckingham Palace y de Su Majestad la Reina trataban sobre el curso de las negociaciones sobre la salida de los duques de Sussex como miembros activos de la Familia Real, así como las consecuencias que tendría tal acontecimiento. Estos mensajes eran difundidos a través de los medios tradicionales (medios de comunicación) y de los *social media* (redes sociales).

Buckingham tomó las riendas del discurso desde el estallido de la crisis a raíz del anuncio unilateral de los Sussex. En esa primera respuesta demostró tener el control de la situación, aclarando el estado real de las conversaciones y estableciendo un posicionamiento al respecto que se ha mantenido en el transcurso de los comunicados: apoyo y empatía hacia los duques. De esta manera, Harry, Meghan y Archie son descritos como miembros muy queridos de la familia por parte de Isabel II, a quienes se les brinda todo apoyo. Este tratamiento situó a la opinión pública del lado de la Corona, tachando a Meghan como la culpable del conflicto (no en vano se conoce a este acontecimiento como *Megxit*) y a Harry como una víctima.

El último objetivo propuesto fue estudiar el tratamiento de la comunicación institucional de la Casa Real británica en Twitter. A tal fin, se expusieron las siguientes preguntas: ¿qué tratamiento se le otorga en las redes sociales?, ¿ha difundido toda la comunicación en estas plataformas?, ¿qué impacto han tenido los mensajes en las distintas redes sociales?, ¿cuáles han sido las reacciones por parte de los internautas?, ¿ha sabido aprovechar las capacidades de comunicación que ofrecen estas herramientas?

La cuenta *@RoyalFamily* acumula más de 4 millones de seguidores en Twitter. A pesar de la presencia con la que cuentan en esta plataforma, los Windsor no han difundido toda la comunicación relativa a la crisis del *Megxit*, habiendo decidido no hacerse eco del comunicado publicado tras la controvertida entrevista de los duques en el programa de Oprah Winfrey el 8 de marzo de 2021.

Los cuatro tuits relacionados con el *Megxit* superaron exponencialmente la media de interacciones del resto de publicaciones durante el periodo analizado. De esta manera se observa el enorme impacto y repercusión que tuvo esta crisis, despertando miles de comentarios por parte de los usuarios de la red, la mayoría a favor de la Corona británica. A pesar de que los datos sitúan a la Familia Real en una posición victoriosa, hemos podido comprobar que no han sabido aprovechar (y no aprovechan) las posibilidades que ofrecen las redes sociales, en concreto la plataforma de *microblogging* Twitter.

La conclusión final alcanzada es que la Casa Real británica está muy arraigada en su manera de comunicar y gestionar sus crisis. Más, este arraigo se combina con el carácter de supervivencia que caracteriza la Casa de Windsor, que ha sabido aprender de sus errores y ha ido aplicando pequeños cambios que han sido muy bien recibidos por la opinión pública. De este modo han conseguido que, pese a los escándalos en que se han visto envueltos, la Corona siga gozando de una popularidad inigualable por el resto de monarquías contemporáneas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aced, C. (2013). *Relaciones públicas 2.0. Cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital*. Barcelona: Editorial UOC.
- Ahmed, M. (2020). The ‘Megxit’ in British and American Headlines: A Critical Discourse Analysis. *Textual Turnings: An International Peer-Reviewed Journal in English Studies*, 2(1), 135-151.
- Álvarez, G. (2020. 22 de enero). Los motivos por los que el Príncipe Carlos es el gran perjudicado del Sussexit. *Bekia*. <https://www.bekia.es/realeza/noticias/motivos-principe-carlos-perjudicado-megxit/>
- Aoraha, C. (2020, 10 de noviembre). How The Sun came up with one of words of the year as Megxit enters Collins dictionary. *The Sun*. <https://www.thesun.co.uk/news/uknews/13155149/how-the-sun-megxit-collins-dictionary/>
- Balmer, J. M. T, Greyser, S. & Urde, M. (2006). The monarchy as a corporate brand: Some corporate communications dimensions. *European Journal of Marketing*, 40. 902-908.
- Balmer, J. M. T. (2004). *The British Monarchy as a corporate Brand: heresy or necessity?* Bradford University: Bradford School of Management.
- Balmer, J. M. T. (2009). Scrutinising the British monarchy: The corporate brand that was shaken, stirred and survived. *Management Decision*, 47(4), 639-675.
- Balmer, J. M. T. (2011). Corporate heritage brands and the precepts of Corporate heritage brand management: Insights from the British monarchy on the eve of the royal wedding of prince Williams (April 2011) and Queen Elizabeth II’s Diamond Jubilee (1952– 2012). *Journal of Brand Management*, (18)8, 517–544.
- Balmer, J.M.T. y Gray, E. R. (2003). Corporate Brands: What are they? What of them? *European Journal of Marketing*, 37(7/8), 972- 997.
- Bardin, L. (2002). *El análisis de contenido*. (3ªed). Madrid: Akal.
- Barnett, A. (2002, 13 de junio). Prince Harry taken to drink and drugs rehab clinic. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/uk/2002/jan/13/monarchy.antonybarnett>
- Barroso, O. (2008). Del Portal en La Comunicación Empresarial a La Web 2.0. La Carrera por La Empatía con El Usuario. *Revista RE- Presentaciones*, Año 2(4), 115-122.
- Batty, D. (2012, 24 de agosto). Sun publishes pictures of naked Prince Harry. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/uk/2012/aug/24/prince-harry-naked-pictures-sun>
- BBC News. (18 de enero de 2020). Harry and Meghan: Queen and Buckingham Palace statements in full. *BBC News*. <https://www.bbc.com/news/uk-51164232>

- Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communications Research*. The Free Press.
- Blackall, M. y Waterson, J. (2019). Top lawyer calls Prince Andrew BBC interview 'a catastrophic error'. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/uk-news/2019/nov/16/top-lawyer-calls-prince-andrew-bbc-interview-catastrophic-error>
- Blasco, L. (2019, 18 de noviembre). Príncipe Andrés: 5 frases por las que la entrevista del hijo de Isabel II con la BBC es considerada por muchos un 'desastre mediático' para la Casa Real británica. *BBC News*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-50460356>
- Booth, R. y Lewis, P. (2015, 4 de enero). Palace takes unusual step to deny Prince Andrew underage sex claims. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/uk-news/2015/jan/04/prince-andrew-denies-underage-sex-claims-buckingham-palace>
- Brand Finance. (2017, 20 de noviembre) *Valued at £67 Billion, the Monarchy is Britain's Greatest Treasure* [comunicado de prensa]. <https://brandfinance.com/press-releases/valued-at-67-billion-the-monarchy-is-britains-greatest-treasure>
- Burgueño, J. (2018). *Qué hacer cuando arde la red: gestión de crisis de comunicación online*. Editorial UOC.
- Cando, M. J. (2000). La posición de la Corona en el modelo jurídico anglosajón. *Revista de Estudios Políticos (Nueva Época)*, (109), 103- 132.
- Carr, J. (2021, 30 de marzo). 'They betrayed the Royals': Meghan and Harry 'lobbed a huge bomb into the heart of the institution' with their bombshell Oprah accusations, royal expert Penny Junor claims on first anniversary of Megxit. *Mail Online*. <https://www.dailymail.co.uk/news/article-9419981/Meghan-Harry-lobbed-huge-bomb-heart-institution-royal-expert-claims.html?ito=push-notification&ci=113185&si=24691838&ai=9419981>
- Castells, M. (2008). Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red (I). Los medios y la política. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, (74), 13-24.
- Castillo, A. (2010). *Introducción a las Relaciones Públicas*. Instituto de Investigación en Relaciones Públicas.
- Clancy, L. (2021). The corporate power of the British monarchy: Capital(ism), wealth and power in contemporary Britain. *The Sociological Review*, 6(2), 330-347.
- Clark, T. (2012, 24 de mayo). Queen enjoys record support in Guardian/ICM poll. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/uk/2012/may/24/queen-diamond-jubilee-record-support>
- Conde Aguilar, A. (2020). *Comparación de la estrategia de comunicación del Ministerio de Sanidad de España en Twitter durante la crisis del ébola y del COVID-19* [Trabajo fin de Máster, Universidad de Sevilla]. Depósito de Investigación de la Universidad de Sevilla. <https://idus.us.es/handle/11441/102538>

- De la Cierva, Y. (2015). *Comunicar en aguas turbulentas: un enfoque ético para la comunicación de crisis*. EUNSA.
- Dymond, J. (2019, 19 de agosto). Prince Andrew ‘appalled’ by Jeffrey Epstein’s sex abuse claims. *BBC News*. <https://www.bbc.com/news/uk-49390871>
- Dymond, J. (2021, 8 de marzo). Analysis: Harry and Meghan rattle monarchy’s gilded cage. *BBC News*. <https://www.bbc.com/news/uk-56326048>
- Findlay, R. (2017). *The Royal House of Windsor* [serie de televisión]. Reino Unido: Channel 4 Television Corporation.
- Foster, M. (2012, 28 de septiembre). No action over naked Prince Harry photos, palace says. *CNN*. <https://edition.cnn.com/2012/09/28/world/europe/uk-royals-harry-photos/index.html>
- García Fernández, M. D. (2014). *Comunicación y Casa Real. La organización de actos como estrategia de relaciones públicas de la Casa de S.M. El Rey* [Tesis doctoral, Universidad de Málaga]. Repositorio Institucional de la Universidad de Málaga. <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/8273>
- Goicoechea Margalef, M. M. (2015) *Herramientas de Gestión de crisis en la Comunicación Institucional. Aplicación al análisis de la crisis de Astilleros de Cádiz 1995* [Tesis doctoral, Universidad de Sevilla]. Depósito de Investigación de la Universidad de Sevilla. <https://idus.us.es/handle/11441/39836>
- Gómez López, J. (2017). *La comunicación institucional de la Casa Real española para la sociedad de la información* [Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. E-Prints Complutense. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/42335/>
- Graham, C. (2019, 17 de agosto). EXCLUSIVE: Prince Andrew is pictured inside paedophile Jeffrey Epstein’s £63million mansion of depravity nine years ago... so how did he miss signs of the billionaire's sexual deviance? *The Daily Mail*. <https://www.dailymail.co.uk/news/article-7367511/Prince-Andrew-pictured-inside-paedophile-Jeffrey-Epsteins-63million-mansion-depravity.html>
- Gumucio, J. C. (1997, 2 de septiembre). La familia real quiere un entierro privado para Diana. *El País*. https://elpais.com/diario/1997/09/02/internacional/873151203_850215.html
- Harris, K. (2019, 1 de diciembre). Prince Charles will reduce monarchy to just his children and his grandchildren – expert. *Express*. <https://www.express.co.uk/news/royal/1211706/prince-charles-royal-news-prince-andrew-after-Queen-Royal-family>
- Her Majesty The Queen. (1947, 21 de abril). *A speech by the Queen on her 21st Birthday, 1947* [transcripción del discurso]. The Royal Family. <https://www.royal.uk/21st-birthday-speech-21-april-1947>

- Hoge, W. (2002, 14 de enero). Charles's Response to Use Of Drugs by Son Is Praised. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2002/01/14/world/charles-s-response-to-use-of-drugs-by-son-is-praised.html>
- Hunt, P. (2015, 2 de enero). Prince Andrew sex case claim denied. *BBC News*. <https://www.bbc.com/news/uk-30659629>
- Instituto Nacional de Estadística (2004). *Indicadores sociales 2004. Familia y relaciones sociales. Tablas de la UE* [fichero de datos]. Recuperado de <https://www.ine.es/daco/daco42/sociales/familia-ue.xls>
- Johnson, B. (2021, 9 de abril). *Prime Minister's statement on the death of His Royal Highness The Prince Philip, Duke of Edinburgh* [transcripción del discurso]. GOV.UK. <https://www.gov.uk/government/speeches/prime-ministers-statement-on-the-death-of-his-royal-highness-the-prince-philip-duke-of-edinburgh>
- Jones, S. (2005, 13 de enero). Royal family caught up in Nazi row. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/media/2005/jan/13/royalsandthemediapressandpublishing>
- Jurado Rodas, B. (2015). *Comunicación institucional y política en las administraciones locales* [Tesis doctoral, Universidad de Sevilla]. Depósito de Investigación de la Universidad de Sevilla. <https://idus.us.es/handle/11441/34231?>
- Kemp, S. (2021, 27 de enero). Digital 2021: the latest insights into the 'state of digital'. *We Are Social*. <https://wearesocial.com/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital>
- Kottasová, I. (2019, 17 de noviembre). Who is Prince Andrew? The Queen's 'favorite' child embroiled in the Epstein scandal. *CNN*. <https://edition.cnn.com/2019/11/16/uk/prince-andrew-queen-jeffrey-epstein-scli-intl-gbr/index.html>
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido: teoría y práctica*. Paidós Comunicación
- Labio-Bernal, A. (2001). Prensa sensacionalista británica: la estructura narrativa en la historia de la familia real (1990 – 1997). En M. C. Parias, E. Arias, M. J. Ruiz y M. E. Barroso (coords.), *Comunicación, historia y sociedad: homenaje a Alfonso Braojos* (pp. 509-522). Universidad de Sevilla.
- Landler, M. (2021, 9 de marzo). What's The Firm? *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2021/03/09/world/europe/royal-family-firm-meghan-harry.html>
- Lewis, P. y Ball, J. (2015, 3 de enero). Prince Andrew named in US lawsuit over underage sex claims. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/uk-news/2015/jan/02/prince-andrew-named-us-lawsuit-underage-sex-allegations>

- Losada, J. y Velasco, J. (2018). *(No)Crisis: comunicación de crisis en un mundo conectado*. Editorial UOC. <https://elibro-net.us.debiblio.com/es/ereader/bibliotecaus/59140?page=1>
- MacLellan, K. y Pierson, B. (2015, 5 de enero). UK's Prince Andrew steps up denial of underage sex. *Reuters*. <https://www.reuters.com/article/usa-lawsuit-britain-royals-idINKBN0KD01B20150105>
- Markle, M. (2020, 25 de noviembre). The Losses We Share. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2020/11/25/opinion/meghan-markle-miscarriage.html>
- Martín Martín, F. (2010). *Comunicación Empresarial e Institucional*. (5ª ed.). Universitas.
- Núñez, A. (2011). *La estrategia del pingüino*. Random House Mondadori.
- Ortega, A. (2021, 11 de marzo). 'La Firma: así funciona por dentro la familia real británica. *Forbes España*. <https://forbes.es/lifestyle/90977/la-firma-asi-funciona-por-dentro-la-familia-real-britanica/>
- Piñuel, J. L. (2002). La comunicación corporativa de la gestión de crisis. *Comunicación y Psicotecnia*, 5-34.
- Ponsford, D. (2016, 9 de noviembre). Prince Harry privacy plea prompts more front-page coverage of Meghan Markle romance. *Press Gazette*. <https://www.pressgazette.co.uk/prince-harry-privacy-plea-prompts-more-front-page-coverage-of-meghan-markle-romance/>
- Rawlinson, K. y Davies, C. (2020, 8 de enero). Prince Harry and Meghan to step back from royal family. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/uk-news/2020/jan/08/prince-harry-and-meghan-say-they-are-stepping-back-from-royal-family>
- Real Academia Española. (2014). Comunicación. En *Diccionario de la lengua española* (23.ª ed.). <https://dle.rae.es/comunicaci%C3%B3n>
- Real Academia Española. (2014). Crisis. En *Diccionario de la lengua española* (23.ª ed.). Recuperado de <https://dle.rae.es/crisis>
- Real Academia Española. (2014). Institución. En *Diccionario de la lengua española* (23.ª ed.). <https://dle.rae.es/instituci%C3%B3n>
- Real Academia Española. (2020). Definición de institución. *Diccionario panhispánico del español jurídico*. <https://dpej.rae.es/lema/instituci%C3%B3n>
- Real Academia Española. (2020). Definición de red social. *Diccionario panhispánico del español jurídico*. <https://dpej.rae.es/lema/red-social>

- Ritter, M. (2017, 27 de septiembre). Los 12 errores más garrafales de la comunicación de crisis. *Reputación y Crisis. El Blog de Michael Ritter*. <https://reputationcrisis.wordpress.com/2011/09/27/los-12-errores-mas-garrafales-de-la-comunicacion-de-crisis/>
- Rivière, M. (2009). *La Fama: iconos de la religión mediática*. Crítica.
- Rodrich Portugal, R. (2012). Fundamentos de la Comunicación Institucional: una aproximación histórica y conceptual de la profesión. *Revista de Comunicación*, (11), 212-234.
- Sánchez-González, D. M. (2017). Protocolo y Relaciones Institucionales. *Revista Estudios Internacionales*, 4(7), 158-167.
- Scobie, O. & Durand, C. (2020). *Meghan & Harry. En libertad*. HarperCollins Ibérica.
- Scobie, O. [@scobie]. (2021, 19 de febrero). *Statement from Buckingham Palace on Prince Harry and Meghan, the Duchess of Sussex* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/scobie/status/1362734326211870722>
- Sevilla Muñoz, J. y Zurdo Ruiz-Ayúcar, M. T. (Dirs.). (2009). Los trapos sucios se lavan en casa. En *Refranero multilingüe*. Instituto Cervantes. <https://cvc.cervantes.es/lengua/refranero/ficha.aspx?Par=59003&Lng=0>
- Stacey, D. (2020, 13 de enero). BREAKING: The Queen releases statement about Prince Harry and Meghan Markle's royal future. *HELLO!* <https://www.hellomagazine.com/royalty/2020011383098/royal-family-release-statement-sandringham-summit-prince-harry-meghan-markle/>
- Subiela, B. y Hernández, S. (2012). Comunicación de crisis y redes sociales: ¿oportunidad o amenaza? En M. Ojeda y M. Grandío, *Estrategias de comunicación en redes sociales: usuarios, aplicaciones y contenidos* (161-180). Editorial Gedisa.
- The Sun. (2012, 23 de agosto). The Sun explains decision to print naked Prince Harry pictures. *The Sun*. <https://www.thesun.co.uk/archives/news/860130/the-sun-explains-decision-to-print-naked-prince-harry-pictures/>
- Tiburcio, N. (2019, 20 de noviembre). La situación del príncipe Andrés tras su retirada: mismos privilegios, menos trabajo. *Vanitatis*. https://www.vanitatis.elconfidencial.com/casas-reales/2019-11-20/principe-andres-situacion-renuncia-privilegios-trabajo_2345784/
- Tobitt, C. y Majid, A. (2021, 27 de abril). National press ABCs: Circulations down by fifth compared to before first UK lockdown. *Press Gazette*. <https://www.pressgazette.co.uk/most-popular-newspapers-uk-abc-monthly-circulation-figures/>

- Wade, C. (2020, 20 de enero). Queen Elizabeth Teaches ‘Megxit’ PR Lessons. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/chetwade/2020/01/20/queen-elizabeth-teaches-megxit-pr-lessons/?sh=61c6c682717e>
- Westphalen, M. H., y Piñuel, J. L. (1993). *La dirección de comunicación*. Ediciones del Prado.
- Wheeler, C. (2020, 6 de diciembre). Windsors unscathed by The Crown’s melodrama. *The Times*. <https://www.thetimes.co.uk/article/windsors-unscathed-by-the-crowns-melodrama-psxsbgrrf>
- Witchell, N. (2019, 24 de agosto). Prince Andrew: I did not suspect Epstein’s behaviour. *BBC News*. <https://www.bbc.com/news/uk-49460263>
- Woods, I. (2019, 3 de septiembre). Prince Andrew engagements in Northern Ireland cancelled in wake of Epstein scandal. *Sky News*. <https://news.sky.com/story/prince-andrew-engagements-in-northern-ireland-cancelled-in-wake-of-epstein-scandal-11801621>
- Wootton, D. (2020, 7 de enero). Prince Harry and Meghan could move to Canada for 2020 and ditch HRH titles after ‘feeling sidelined’ by royals. *The Sun*. <https://www.thesun.co.uk/news/10693487/prince-harry-meghan-move-to-canada/>
- YouGov. (2020). *Do you think that Britain should continue to have a monarchy, or not?* [conjunto de datos]. YouGov PLC. <https://yougov.co.uk/topics/politics/survey-results/daily/2020/02/18/8b405/1>

ANEXOS

Anexo 1. Listado de tuits emitidos por @RoyalFamily (08/01/2020 – 09/03/2021)¹⁹

Texto	Fecha	Retuits	Citas	Me gusta	Respuestas	Enlace al tweet
Today is #CommonwealthDay The Commonwealth is a voluntary association of 54 independent countries. The Queen is Head of the Commonwealth. Cámaraher Majesty signs a message to the Commonwealth. AtavozListen to the full message here: https://bit.ly/3opEuR	08/03/2021	2378	461	18.000	1.000	https://twitter.com/RoyalFamily/status/1326813973360749847
Marking both Commonwealth Day and #InternationalWomensDay, The Countess of Wessex spoke to three women from around the Commonwealth about their experiences of supporting other women and their wider communities. Watch the call over on YouTube: https://bit.ly/3sUwF7F	07/03/2021	389	76	3.662	298	https://twitter.com/RoyalFamily/status/1320546396237256752
In this year's #CommonwealthDay message The Queen pays tribute to the way in which communities across the family of nations have come together in response to the pandemic. The message has been broadcast as part of @BBCOne's 'A Celebration for Commonwealth Day' ahead of #CommonwealthDay itself tomorrow.	07/03/2021	3.077	499	18.900	1.400	https://twitter.com/RoyalFamily/status/1320546396237256752
You can watch the message in full on our YouTube channel: [Cita @RoyalCWSociety] Watch The Queen and other members of the Royal Family celebrating the achievements of Commonwealth citizens around the world over the past year on @BBCOne from 5pm. [Cita @GiveUKAShout] The Duke and Duchess of Cambridge speak to a family whose lives were changed by a text message to the Shout 85256 mental health support service.	07/03/2021	236	18	2.081	98	https://twitter.com/RoyalFamily/status/1320546396237256752
@GiveUKAShout is a free, 24/7 confidential text service for anyone struggling to cope. Text SHOUT to 85256 to start a conversation [Cita @RoyalAFForces] This afternoon, Her Majesty held a telephone Audience with the @ChiefOfArSuff, and heard about the @RoyalAFForces' commitment to supporting the nation's response to the pandemic. The Queen has spoken to the Heads of the three Services of the Armed Forces in recent weeks.	05/03/2021	442	62	3.700	322	https://twitter.com/RoyalFamily/status/1320546396237256752
The Duchess of Cornwall talks about the joys of owning your first book, as she joins @literacy_trust and @OakNational Academy to celebrate the wonderful world of books with authors @tomfletcher, @Zemfibre and Katherine Rundell, as well as pupils from Aoklam Whin Primary School. [Cita @GRCT] This #WorldBookDay the Royal Collection Trust will be sharing books from the Royal Library as well as book-related activities for children and adults throughout the day. Head over to @GRCT to see more. Happy #WorldBookDay	04/03/2021	231	30	2.091	88	https://twitter.com/RoyalFamily/status/1320546396237256752
The Queen and the Duke of Edinburgh are pictured in the Library at Balmoral Castle in 1976. Queen Victoria and Prince Albert in the Royal Library at Windsor Castle. The Royal Library is a treasure trove of more than 50,000 books and manuscripts collected by British monarchs over the centuries. #WorldBookDay [Cita @hmTreasury] Earlier this evening, The Queen held an Audience via telephone with the Chancellor of the Exchequer, the Rt Hon. Rishi Sunak MP. [Cita @BritishArmy] The Queen, Head of the Armed Forces, spoke to the Chief of the General Staff, @ArmyCGS, to hear about how @BritishArmy personnel continue to support communities across the UK in response to the pandemic, as well as fulfilling operational duties overseas. The Queen held a meeting last week with the Governor of South Australia, His Excellency the Hon. Heu Van Le and @marshall_steven, the Premier of South Australia. HM was briefed on the region's Covid-19 response and the rollout of the vaccination to frontline workers. The Queen also unveiled a new statue of Her Majesty by sculptor Robert Hanna for AM which was recently installed in the grounds of Government House in Adelaide. Her Majesty was interested to hear that the statue has become a popular spot for photographs! #DidYouKnow The Queen has visited Australia 16 times over her reign? The new statue is situated outside the Morning Room at Government House, Adelaide. Her Majesty has previously hosted Audiences in the Morning Room as part of official visits to the country. The Queen was presented with a scale model of the statue - a 'maquette' - at the end of the meeting, which will be sent from South Australia to Her Majesty as a memento. See more from the conversation here: https://bit.ly/3074QZv The Duchess of Gloucester, Patron, is taking part in @ProstateUK's #MarchTheMonth challenge! HRH - supported by her walking partner, The Duke of Gloucester - will complete 11,000 daily steps this month, representing the 11,000 men who die from prostate cancer every year. The @ProstateUK #MarchTheMonth challenge aims to help raise awareness of and beat prostate cancer - now the most commonly diagnosed of all cancers in the UK. https://bit.ly/2ZV7Y2M Good luck to everyone taking part! #MenWeAreWithYou #DyddGŵylDewiHapus! Wishing all of our Welsh followers a Happy #StDavidDay The Queen during a visit to the Royal Welsh Regiment on St David's Day in 2017. Yesterday The Countess of Wessex, Grand President, @Johnnambulance, completed her first shift as a Care Volunteer at an NHS vaccination centre. HRH has joined a growing team of over 10,000 volunteers who have been trained and deployed across the country. "Keep up the good work." The Queen praised the speed and efficiency of the vaccine rollout across England, Scotland, Wales and Northern Ireland, with over 6 million people having now received their first dose. During Her Majesty's call with health leaders, The Queen heard from NHS England and NHS Scotland officials about how the four nations of the UK are working together to deliver the vaccine. The Queen lauded the extraordinary community spirit on display to the war effort. The vaccine deployment programme is being ably supported by the Armed Forces. Dr Gillian Richardson, Deputy Chief Medical Officer of Wales, shared a testimonial of a @royalnavy nurse, who has been working on the front line to deliver the vaccine. In Northern Ireland, residents of all 483 care homes have now received the vaccine Dr Nareesh Chada, NI's Deputy Chief Medical Officer, told The Queen about the achievement, and reflected on the pandemic from a public health perspective. The Queen has spoken to health officials leading the deployment of the COVID-19 vaccine across the four nations of the UK. Her Majesty heard about the vital importance of ensuring all communities have access to the vaccine, and shared her own experience. Today, The Earl of Wessex paid a virtual visit to North Yorkshire. Over the coming weeks, HRH will be video calling in to charities and key workers across all regions of Yorkshire, to hear about their work, and to thank them for all that they do. Firstly, The Earl thanked community leaders in North Yorkshire: Drs Amanda Vipond and Kim Chandler Mountain Rescue Leader Mike Gallagher Chief Constable Richard Lewis The Very Reverend John Dobson @BishopofNorthYork James Mason @northyorkscs Richard Flinton The Earl then spoke to local charities to hear about how they have been affected by the pandemic. The Genesis Project provides meals to children in need. Choose Life Foundation allows young people to explore the outdoors, to benefit their mental health. The Earl also heard from the Island in York - a charity whose team of dedicated volunteers has supported thousands of disadvantaged and isolated children through positive mentoring activities. Some were taken before the pandemic. This morning The Princess Royal, Patron of @RCofEM, met Advanced Clinical Practitioners delivering frontline services during the pandemic. HRH learnt about their experiences in A&E and thanked them for their courage and dedication in Covid patient assessment and treatment. HRH was pleased to hear that the numbers of specialist practitioners has grown four fold since 2016 and their skills are making a significant impact on emergency care provision. "It's lovely to be recognised for something you love doing." Congratulations to Priya Anukwalia, who has been named as this year's winner of The Queen Elizabeth II Award for British Design. Priya was virtually presented with the award by The Countess of Wessex this afternoon. Priya is the fourth winner of The Queen Elizabeth II Award for British Design, which was first presented by The Queen at London Fashion Week in 2015. The Award recognises the role of the fashion industry in society, and the talent of young British designers.						

¹⁹ Listado completo disponible en: <https://cutt.ly/ab9Aulf>

Anexo 2. Relación de gráficas, imágenes y tablas

Gráfica 1. Porcentaje de tuits en función de su relación con el *Megxit*.

Gráfica 2. Número de publicaciones por fecha durante el *Megxit*.

Gráfica 3. Fecha y hora de publicación de los distintos comunicados en la web y en Twitter por parte de la Familia Real, y en los medios de comunicación.

Gráfica 4. Número de veces que aparece un tema en los comunicados.

Gráfica 5. Comparativa de la media de retuits, citas, me gustas y comentarios entre los tuits del universo de estudio y los de la muestra de análisis.

Gráfica 6. Número de retuits, citas, me gustas y respuestas de los tuits referentes al *Megxit*.

Gráfica 7. Tono de las respuestas.

Gráfica 8. Distribución del tono de las respuestas.

Imágenes 1 y 2. A la izquierda, el escudo de armas del Reino Unido. A la derecha, una versión monocromática del escudo de armas empleado en la web oficial de la Familia Real como parte de su identidad visual corporativa.

Imagen 3. Captura de pantalla de la cuenta oficial de la Familia Real en Twitter.

Imagen 4. Imagen del comunicado de la BBC tras la noticia del fallecimiento de la princesa de Gales.

Imagen 5. Imagen de Isabel II en el discurso en recuerdo de la princesa de Gales.

Imagen 6. Imagen de la *Union Jack* ondeando a media asta en el mástil del palacio de Buckingham el día del funeral de la princesa Diana.

Imagen 7. El príncipe William y el príncipe Harry durante el funeral de su madre, la princesa Diana.

Imagen 8. Imagen de la reina inclinando la cabeza ante el féretro de la princesa Diana a su paso por el palacio de Buckingham.

Imagen 9. Portada de *News of the World* del 13 de enero de 2002.

Imágenes 10 y 11. Portadas del tabloide británico *The Sun* el 13 y 14 de enero de 2005.

Imagen 12. La reina Isabel II pasa revista durante el acto de graduación de su nieto, el príncipe Harry.

Imágenes 13 y 14. Portadas del tabloide británico *The Sun* el 23 y 24 de agosto de 2012.

Imagen 15. 16 de septiembre de 1982. El príncipe Andrés desembarca en Portsmouth (Inglaterra) tras la guerra de las Malvinas, en la que sirvió a bordo del HMS Invencible.

Imagen 16. Portada de *The Mail on Sunday* el 18 de agosto de 2019.

Imagen 17. Comunicado del duque de York publicado el 24 de agosto de 2019.

Imagen 18. Imagen de la entrevista del duque de York con Emily Maitlis para la BBC emitida el 16 de noviembre de 2019.

Imagen 19. Comunicado del duque de York publicado el 20 de noviembre de 2019.

Imagen 20. Comunicado de los duques de Sussex publicado el 8 de enero de 2020.

Imagen 21. Captura de pantalla de la página de inicio de la web publicada por los duques en el momento de su anuncio de retirarse de la Familia Real.

Imagen 22. Comunicado de Su Majestad la Reina publicado el 18 de enero de 2020.

Imagen 23. Comunicado de Buckingham Palace en nombre Su Majestad la Reina publicado el 9 de marzo de 2021. Fuente: *Royal Communications*.

Imágenes 24 y 25. A la izquierda, la publicación de los duques de Sussex en Instagram (08/01/2020 18:33). A la derecha, la respuesta de la Familia Real en Twitter (08/01/2020 21:46).

Imagen 26. Comunicado de Su Majestad la Reina publicado el 18 de enero de 2020.

Imagen 27. Notas para los editores del comunicado del palacio de Buckingham publicado el 19 de febrero de 2021.

Imagen 28. Comunicado de Buckingham Palace publicado el 8 de enero de 2020.

Imagen 29. Tuit publicado por la Familia Real británica el 13 de enero de 2020.

Imágenes 30 y 31. Tuits con mayor y menor repercusión (izquierda y derecha respectivamente).

Imágenes 32 y 33. Ejemplos de respuestas a favor de la reina.

Imágenes 34 y 35. Ejemplos de respuestas en contra de los duques de Sussex.

Imágenes 36 y 37. Ejemplos de respuestas en contra de Meghan Markle.

Imágenes 38 y 39. Ejemplos de respuestas apoyando a los duques de Sussex.

Imágenes 40 y 41. Ejemplos de respuestas en contra de la Corona por no haber defendido a los duques (izquierda) y acusaciones de racismo a la Casa Real (derecha).

Imágenes 42 y 43. Ejemplos de respuestas en contra de la Corona por su trato favorable al príncipe Andrés.

Imagen 44. Nube de palabras creada a partir de los comunicados emitidos por la Casa Real británica durante la crisis provocada por la salida de los duques de Sussex.

Imagen 45. Tuit publicado por la Familia Real británica el 1 de mayo de 2020.

Tabla 1. Principales descriptores de los tuits que conforman la muestra de la investigación.

Tabla 2. Ficha de análisis.

Tabla 3. Cuentas oficiales y seguidores de la Familia Real, Clarence House y el palacio de Kensington a 7 de mayo de 2021.

Tabla 4. Listado de las palabras con una frecuencia de aparición > 5 y su traducción al español.

Anexo 3. Portadas de los principales periódicos británicos tras el anuncio de los duques de Sussex (09/01/2020).



ROYAL SENSATION

They didn't even tell the Queen

Palace only discover Harry & Meg quitting when pair release statement

By Russell Myers *Staff Writer*
 The Royal Family was shocked last night over Harry and Meghan's shock decision to quit public life. Sources said the couple did not even tell the Queen they were planning to do it. One insider added: "They are showing complete disregard for the institution."

STORY: PAGES 2, 3, 4, 6, 8



WE'RE OFF! Prince Harry and Meghan Markle are seen leaving the palace grounds after their announcement.

ROYAL FAMILY BOMBHELL

QUEEN'S DISMAY AS HARRY AND MEGHAN STEP BACK FROM ROYAL LIFE

Palace 'disappointed' over shock announcement to quit senior roles

By Richard Palmer *Staff Correspondent*
 THE Queen was left dismayed last night after Harry and Meghan "stepped back" from senior royal duties. "Disappointed" Palace insiders were

TURN TO PAGE 2



Harry and Meghan quit roles amid Palace split

Nato agrees to give Trump more support in Middle East

© 'Upset' duke and duchess step back as senior royals @ Queen was not told before announcement made

Subeditor Lisa
 The Duke and Duchess of Sussex stepped out in the most dramatic fashion in their announcement that they were stepping down as "senior members" of the royal family. The Queen was not informed of the couple's decision until they had already released their statement. Sources close to the couple said they were planning to do it. One insider added: "They are showing complete disregard for the institution."

STORY: PAGES 2, 3, 4, 6, 8



WE'RE OFF! Prince Harry and Meghan Markle are seen leaving the palace grounds after their announcement.

IN THE NEWS

- Healthy habits pay off** People in their 30s can live up to a decade longer with a healthy diet and exercise. **Page 2**
- Rape campaign failed** A campaign for Lord Mayor of London and Meghan Markle failed to raise awareness for rape victims. **Page 2**
- EU rejects deadline** Britain will be unable to negotiate a trade deal with the EU by the end of the year. **Page 10**
- Pipeline defies US** Russia has renewed its offer to supply gas to Europe and Turkey. **Page 10**
- £360m mine move** The Anglo American mining group has moved its £360m mine to a new site in South Africa. **Page 10**
- Anderson injured** Steve Anderson, who played a crucial role in the 1966 World Cup, has been injured. **Page 10**

ROYAL BOMBHELL SPECIAL ISSUE

Sussexes dramatically step down as senior royals - WITHOUT telling Her Majesty, Charles or William

QUEEN'S FURY AS HARRY AND MEGHAN SAY: WE QUIT

Counting controversy: The Duke and Duchess of Sussex earlier this week



Opinion It's time the public had an honest response from The Firm



Shaun Lintern: The end of the Nightingales; Daisy Dunne: Millions face 'intolerable' heat; Borzou Daragahi: Turkey's domestic abuse problem; Jenny Eclair: At 60, my first TV presenter gig



Palace faces crisis over racism accusations

Meghan reveals unnamed royal's 'concerns' on baby's skin colour

ANDREW WOODCOCK POLITICAL EDITOR

Buckingham Palace was under mounting pressure last night to take action over racism claims made by the Duke and Duchess of Sussex during their bombshell interview with Oprah Winfrey. There was silence from the palace as

shockwaves swept around the world from the tell-all chat, which included an admission from Harry that racism was a "large part" of the couple's decision to leave the UK. Sir Keir Starmer said the couple's allegations - including that when Meghan was pregnant with Archie, an unnamed member of the royal family raised concerns about "how

dark his skin might be when he's born" - should be taken "very, very seriously". A senior member of the Labour front bench has called for an investigation by the palace. The prime minister yesterday said that he had "the highest admiration for the Queen and the unifying role that she plays in our country and across the Commonwealth".

THE TIMES

Hooked on sugar Are you addicted to certain foods? Wearing a mask will help your hay fever

Palace in turmoil over Meghan's racism claims

Queen demands more time to consider royal family response to Oprah interview



Emotions almost got the better of the Duchess of Sussex in her interview with Oprah Winfrey, broadcast in the UK last night

dragged into the net but one of the ministers accused Harry of "blowing up" the royal family, saying that the royal family was racist. Boris Johnson told a Downing Street press conference: "I really think that when it comes to matters to do with the royal family, the right thing for senior ministers to do is to assume and act in a way that is respectful to our history."

dragged into the net but one of the ministers accused Harry of "blowing up" the royal family, saying that the royal family was racist. Boris Johnson told a Downing Street press conference: "I really think that when it comes to matters to do with the royal family, the right thing for senior ministers to do is to assume and act in a way that is respectful to our history."

Harry and Meghan Interview essential comment and analysis



The Daily Telegraph

Duchess has shown courage, says Biden

White House praises Sussex's disclosure of struggles in Oprah interview as Palace comes under intense pressure to respond to racism claims



White House praises Sussex's disclosure of struggles in Oprah interview as Palace comes under intense pressure to respond to racism claims

DAILY EXPRESS

TURMOIL AT THE PALACE Harry and Meghan's devastating TV interview, airing grievances over racism and mental health, has rocked the monarchy. In the 70th year of the Queen's reign and with Philip, 99, in hospital, the nation's only consensus can be, it is...

SO SAD IT HAS COME TO THIS THE Royal Family was today still reeling from the shockwaves reverberating from Harry and Meghan's explosive TV interview. Last night the Palace was silent over the couple's string of damaging allegations that has left the British people asking can the rift ever be healed.