

UNIVERSIDAD DE SEVILLA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN

GRADO EN PERIODISMO



TRABAJO DE FIN DE GRADO

**La estrategia de gabinetes de comunicación
política y comunicación de crisis: el
Gobierno de España y la COVID-19**

AUTOR: Daniel Hernández Pérez
TUTORA: Rosalba Guadalupe Mancinas-Chávez

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
2. MARCO TEÓRICO Y CONTEXTUAL	6
MARCO TEÓRICO GENERAL: COMUNICACIÓN Y CRISIS	6
<i>Comunicación política y opinión pública</i>	<i>7</i>
<i>La comunicación política: definición.....</i>	<i>9</i>
<i>La opinión pública: definición</i>	<i>10</i>
<i>Gestión comunicativa: los gabinetes de prensa.....</i>	<i>12</i>
<i>Comunicación de crisis</i>	<i>13</i>
<i>Comunicación de crisis e información de crisis</i>	<i>14</i>
<i>La importancia de los medios de comunicación en la comunicación de crisis.....</i>	<i>15</i>
<i>Los principios de una correcta comunicación de crisis</i>	<i>17</i>
MARCO CONTEXTUAL: LA COVID-19	22
<i>Qué es la COVID-19</i>	<i>22</i>
<i>La COVID-19 desde el punto de vista epidemiológico en España</i>	<i>23</i>
<i>El papel de la sanidad en la sociedad española</i>	<i>26</i>
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	29
<i>Hipótesis</i>	<i>29</i>
<i>Objetivos</i>	<i>30</i>
<i>Metodología</i>	<i>31</i>
4. ANÁLISIS.....	35
<i>Comparecencia y rueda de prensa</i>	<i>35</i>
<i>Noticias en medios de comunicación</i>	<i>42</i>
5. RESULTADOS Y CONCLUSIONES	45
<i>Interpretación de los resultados</i>	<i>45</i>
<i>Conclusiones.....</i>	<i>53</i>
6. REFERENCIAS	55

RESUMEN

La comunicación en una sociedad se representa como un pilar fundamental para el correcto funcionamiento de esta. En situaciones de crisis es una herramienta de la que las instituciones hacen uso para poder anticiparse ante los acontecimientos y no agravar consecuencias. Este Trabajo de Fin de Grado (TFG) contextualiza y analiza las acciones comunicativas de la crisis sanitaria ocasionada por la pandemia de la COVID-19 en España durante un plazo concreto de marzo de 2020, fecha en la que la incidencia de casos por coronavirus obligó a decretar el estado de alarma en España. Periódicos como *El País* o *El Mundo* informaban y valoraban diariamente los acontecimientos y la comunicación institucional ofrecida por el Gobierno de España, esta labor periodística ha ofrecido a este informe una visión experta sobre las declaraciones del representante del Gobierno, las cuales, junto a los principios tácticos de la comunicación en crisis, han servido para llegar a unos racionales resultados y conclusiones. El objetivo general de esta investigación es conocer la gestión de la comunicación de crisis por parte del Gobierno de España frente a la COVID-19, partiendo de la inquietud por comprender si esta gestión fue la más adecuada para la situación que se estaba viviendo. La hipótesis desde la que se partía inicialmente predecía que la comunicación llevada a cabo en el periodo de estudio por parte de la institución no fue la correcta, creando confusión, infoxicación y una apariencia de control que en absoluto en aquel momento se tenía sobre la realidad. La hipótesis fue confirmada.

PALABRAS CLAVE: COVID-19, coronavirus, comunicación de crisis, Gobierno, España, discurso periodístico, medios de comunicación, opinión pública.

1.INTRODUCCIÓN

El 10 de marzo del año 2020 España esta sumida en una crisis sanitaria que empieza a conmocionar a la sociedad y a poner a prueba el sistema sanitario. En esta fecha el Gobierno de España y la ciudadanía española ponen todo el foco en encontrar la manera de poder entender cómo actuar e intentar minimizar las consecuencias que se avecinan en un futuro, no muy lejano. Puesto que, “alerta y emergencia son condiciones necesarias, pero no suficientes para hablar de crisis sanitaria, pues las crisis precisan la percepción del riesgo de afectación colectiva y de la incertidumbre en el manejo del riesgo individual. Esa doble percepción es la que da fuerza pública, la que conlleva temor e incluso pánico en la población, y la que genera la movilización de los recursos del sistema sanitario” (Juan Gervás e Ildefonso Aguado, 2009).

En esta escena de la realidad, en un intento de mitigar la incertidumbre de la ciudadanía española, el Gobierno implanta una serie de comparecencias y ruedas de prensa con el objetivo de mantener a la población informada de la mejor manera posible. Esta acción se lleva a cabo para fomentar la colaboración, o retroalimentación, de la ciudadanía con la misión principal de acabar con consecuencias de mínimo impacto y recuperar la normalidad cuanto antes.

Sin embargo, la gestión comunicativa por parte de las entidades políticas durante las crisis es sólo una manera reactiva de abordarlas (J. Gervás e R. Meneu, 2010), por lo que emerge una incógnita acerca de la calidad informativa que se ofrece por parte de las instituciones políticas en estos momentos tan cruciales de la crisis provocada por la COVID-19.

Por ello, este trabajo de Fin de Grado desarrolla una investigación alrededor de esta incógnita, investigación en la que como objeto de estudio principal se tomaron las acciones comunicativas institucionales de una comparecencia y rueda de prensa oficial y, en concreto, sus mensajes políticos-institucionales, y el tratamiento que los principales diarios de España hicieron de estas declaraciones. La razón de todo ello radica en la idea de que los organismos políticos emiten “discursos que se articulan multisígnicamente y que pretenden

retroalimentar las relaciones de poder preestablecidas con introyecciones de estos discursos en las clases sociales subalternas” (Gallardo, 2014. Citado en Micalletto, 2018).

De este modo, la investigación toma como base científica los principios tácticos de la comunicación de crisis para verificar si en el discurso seleccionado se respetan las directrices presupuestas para una buena comunicación de crisis. En una misma línea, se recogen las informaciones y opiniones emitidas por dos diarios españoles de gran tirada nacional para analizar las repercusiones periodísticas en relación con la comparecencia y rueda de prensa.

Por lo tanto, teniendo en cuenta que “las crisis sanitarias obedecen a lógicas culturales y sociales, a la vez emocionales y racionales, y eso es lo que hace de su manejo un arte político y de comunicación, que no sólo requiere ciencia y técnica para su gestión” (J. Gervás e I. Aguado, 2009), en este trabajo de investigación se escalrecen cuáles son los aciertos y errores emitidos por las instituciones del gobierno español en su manejo del “arte político” de la comunicación institucional dentro de un periodo de estudio, para finalmente promover cierta racionalidad a las respuestas de las incógnitas planteadas.

2.MARCO TEÓRICO Y CONTEXTUAL

Las estructuras que conforman nuestro marco teórico son los cimientos sobre los que se van a sustentar las partes individuales como el trabajo de recabación de información y análisis del contenido, su posible discusión y las conclusiones a las que se puedan llegar al final del proyecto.

La misión principal de este apartado es esclarecer todos los conceptos teóricos necesarios para nuestro lector interesado. Se llevará a cabo la selección de aquellos términos esenciales que puedan conformar la mejor imagen del tema-objeto de estudio, antes de comenzar con el apartado de análisis práctico del que obtendremos la información científica del acontecimiento en concreto.

Para asegurarnos de que nuestro planteamiento de estudio sea lo más productivo posible hemos visto necesario analizar nuestro objetivo desde sus aspectos más generales hasta los más específicos, conectados con la finalidad de la investigación. Así, podríamos enmarcar los conceptos generales, quizá ya conocidos, con los aspectos específicos que dan personalidad al conjunto del estudio.

MARCO TEÓRICO GENERAL: Comunicación y crisis

En el título de nuestro proyecto: “La estrategia de gabinetes de comunicación política y la comunicación de crisis: el Gobierno de España y la COVID-19”, podemos percibir que el estudio gira en torno a cuatro términos determinantes que conforman el concepto más amplio de la estrategia comunicativa del gobierno: la comunicación política, los gabinetes de prensa, la sanidad y el concepto de crisis. Por ello, hemos estructurado nuestro marco teórico general en torno a los mismos.

Así, la premisa primordial ha sido ir de menos a más, definiendo lo más básico para entrelazar, de forma determinante, los conceptos de mayor relevancia. Comunicación e información son los fundamentos de la comunicación política. A la par de las dos primeras, según el proceso de comunicación, surgen reacciones como la opinión pública. La combinación de estos tres conceptos con las situaciones de salud y crisis hacen que la acción de un gabinete de prensa político tenga, en este caso, un sentido valioso y notorio en su labor.

Por lo tanto, hemos considerado relevante definir, de la manera más sintetizada posible, todos aquellos aspectos que puedan ayudar al lector a hacerse una idea general de la situación en la que rodeamos el campo de estudio.

Comunicación política y opinión pública

Para llegar de forma precisa y completa a estos conceptos esenciales, antes debemos pararnos a definir brevemente qué es la comunicación y cuál es la importancia que tiene en nuestra sociedad. Este ejercicio nos obliga a destacar que la comunicación es un elemento que conlleva intrínseco otro que lo complementa, la información, y forman así un proceso vital en el comportamiento de los humanos como sociedad. No obstante, como indica Ángel Benito (1982: 185 citado en García Froitián, 2017), no podemos caer en la confusión de ambos:

“No hay que confundir ‘información’ y ‘comunicación’, pues la comunicación es la consecuencia sociológica del proceso, y el proceso es la información”.

Nos servimos de la Real Academia Española (RAE), para intentar definir qué es la comunicación. Sus tres acepciones posicionadas en primer lugar, según su diccionario, son:

- “1. f. Acción y efecto de comunicar o comunicarse.*
- 2. f. Trato, correspondencia entre dos o más personas.*

3. f. *Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.*” (Real Academia Española de la Lengua (RAE). Página web. Abril de 2020)

Su tercera definición es la que obtiene un significado más acertado en el campo sobre el que nos vamos a desarrollar. Puesto que profundiza más en el proceso y acciones que se necesitan para llevar a cabo el acto de comunicar, además, se añaden los elementos básicos: emisor, receptor, canal, mensaje y contexto.

Estos últimos están todos relacionados entre sí por un concepto en común: la información, en concreto, el mensaje. Este se mueve por todas las partes del ‘proceso de comunicación’, es lo que se transmite al comunicar. Es decir, es lo que compone el proceso; creado por un emisor, destinado a un receptor, a través de un canal elegido y compartido por un mismo código.

Todo ello, sin dejar atrás el complemento de las circunstancias que rodean el acto de comunicación que es el contexto en el que se desarrolla. Así lo afirma Abril al hablar sobre la conexión latente entre información y cultura, con respecto a la transmisión del conocimiento (2007: 63 y 64 citado en García Froitián, 2017):

“Las sociedades modernas (y/o posmodernas) fueron transformándose en sociedad desde la información en la medida en que se adoptaron y extendieron determinados medios de producción, intercambio y difusión del conocimiento. Para que este proceso fuera posible, las más variadas prácticas comunicativas: desde la enseñanza al periodismo, desde la documentación a la interpretación y traducción de idiomas, de la cartografía al patronaje industrial, del arte audiovisual al diseño de máquinas inteligentes, precisaron infraestructuras tecnológicas e institucionales comunes. Lo cual suponía la existencia de marcos compartidos de conocimiento teórico y práctico, de vocabularios, destrezas, memorias e imaginarios, estilos cognitivos y formas de la sensibilidad del sentimiento”.

Por lo tanto, vemos una conexión bidireccional entre comunicación e información, que conforma el edificio de una comunidad llamada sociedad. Los humanos para poder ser lo que son en este conjunto deben transmitir y recibir información, debido a que *“la comunicación es tan universal como la sociedad, y viceversa, la sociedad es tan extensa como la comunicación”* (Carabaña y Lamo de Espinosa. 1978:162 citado en García Froitián, 2017). De esta manera desembocamos en el punto central de la teoría del **interaccionismo simbólico**, defendida por autores como Mead; la sociedad es fundamentalmente interacción.

Llegando a la clave final de un proceso humano natural en el que un emisor transmite un mensaje con una finalidad determinada, con intención. Puede variar dependiendo del propósito que desee la persona que comunica. Pero, lo que está ratificado es que este proceso tiene como consecuencia una reacción en el receptor. Que individual, o conjuntamente, transferida de diferentes maneras se define como opinión.

La comunicación política: definición

El término de comunicación política es, en tanto en cuanto queramos profundizar, complicado de definir. Puesto que *“la confusión que reina en torno a la definición del término de comunicación política se debe, fundamentalmente, al rápido desarrollo que los medios de comunicación tuvieron durante el siglo XX”* (Canal. 2006:17).

Se ha llevado a cabo un arduo trabajo de campo por parte de varios profesionales académicos de diversas disciplinas (entre los que están políticos, juristas, sociólogos, psicólogos, retóricos, etc.), para poder llegar a la tarea de una definición unificadora de todos los ámbitos en los que la comunicación política se desarrolla con plenitud.

Serán Dan Nimmo y Keith Sanders los autores que sitúan el fundamento propio de la Comunicación Política como un campo en la lingüística diferenciado, en los

años cincuenta. Para ser más precisos, haciendo referencia al libro *Political Behavior* publicado en 1956 por Eulau, Eldersveld y Janowitz (1956 citados en Canal, 2006). Estos autores definen el concepto como «uno de los tres procesos (junto con el del liderazgo político y las estructuras de grupo) de intervención por medio del cual se movilizan y transmiten las influencias políticas entre unas instituciones gubernamentales formales y el ciudadano-votante».

Se puede destacar que, en sus inicios, la comunicación política y su definición han estado (y están) ligadas a la propaganda, el marketing o las estrategias llevadas a cabo en torno al proceso electoral. No obstante, como hace referencia Canal (2006), el desarrollo de la información y los medios de comunicación ha hecho que este concepto sea disperso según el ámbito en el que queramos poner su objeto de estudio.

De esta manera, tras la selección de varias definiciones de comunicación política encontradas, de varios autores (citados en Canal, 2006), como: «actividad comunicativa considerada política en virtud de las consecuencias tanto actuales como potenciales que tiene en el funcionamiento del sistema político» (Fagen.1966: 20); «Símbolos políticos más sobresalientes en la élite de la prensa» (Arora y Lasswell. 1969); «el papel de la comunicación en el proceso político» (Chaffee. 1975:15).

Observamos que la definición que mejor conforma el término, conjunto determinante de nuestro estudio, es elaborada por uno de los autores anteriormente mencionados (Nimmo, 1987: 7. Citado en Canal, 2006), el cual concreta a la comunicación política como: “la actividad comunicativa considerada política en virtud de sus consecuencias actuales o potenciales en la regulación de la conducta humana, cuando ésta se encuentra en condiciones de conflicto”.

La opinión pública: definición

Guardando similitud con el concepto de comunicación política, la opinión pública se trata de un concepto difícil de acotar y definir de manera universal. Su

composición definitoria se formará a partir de los elementos que inciden en ella, de manera que, dependiendo del ámbito en el que se desarrolle (político, económico, social...), su significado como sujeto de la sociedad será de índole diversa y diferente. Sin embargo, en la actualidad es un concepto que goza de destacada relevancia debido al cambio de tornas que se han ido acaeciendo con el paso de los años: con la expansión de la alfabetización, los cambios en los estratos sociales (la Reforma Protestante, caída del Antiguo Régimen, la sociedad/sistema de clases...), las revoluciones (sociales, industriales y, sobre todo, tecnológicas), y la Declaración Universal de los Derechos de la Humanos.

En nuestra investigación es un concepto principal indirecto. Es decir, no incidimos directamente en él, pero nace como consecuencias de términos que son fundamentales en nuestro estudio (comunicación e información). Por lo que hemos creído necesario el intento de llegar a una definición útil y precisa para nuestro proyecto.

Buscando el apoyo, una vez más, de la RAE podemos decir que **opinión pública** es el: “sentir o estimación en que coincide la generalidad de las personas acerca de asuntos determinados” (Diccionario de la Lengua Española. Página web. Abril 2020).

Esto quiere decir que la opinión pública es, en otras palabras, “la idea o visión común que un grupo de personas tiene sobre un tema concreto. Sea cual sea la temática en cuestión: social, jurídica, religiosa, política...” (García Frontiñán. 2017: 86), y en nuestro caso en particular, en cuestión sanitaria.

Para sintetizar el lazo sustancial que este fenómeno tiene con nuestro objeto de estudio, es considerable destacar que en nuestro siglo (XIX) la opinión pública se ha visto reforzada por la nueva revolución que nuestra sociedad está experimentando: la globalización de Internet, la Web 2.0 y las redes sociales (RRSS). De esta manera (García Frotiñán. 2017: 88):

“Estas herramientas digitales han logrado que las opiniones de la sociedad se transmitan sin ningún tipo de censura y en tiempo real, multiplicando mucho más

que con los medios de comunicación de masas el alcance potencial de la opinión pública”.

Llegando así, a ser un elemento imprescindible de investigación para cualquier proceso de comunicación que se lleva a cabo. Tal ha sido su empoderamiento, que la opinión pública forma parte del centro de atención de diferentes administraciones e instituciones. Estas elaboran, a través de lo que llamamos gabinetes de comunicación, planes para abordar, de la mejor manera posible, el control de esta. Teniendo como objetivo final una opinión pública positiva que se entiende como un triunfo en próximas gestiones de carácter público y social.

Gestión comunicativa: los gabinetes de prensa

Como consecuencia a la nueva era que nuestra sociedad está viviendo, todos los sistemas para el manejo de información se han revolucionado. Debido a la fluctuación de mensajes y, por ende, a sus repercusiones en la ciudadanía, empresas e instituciones (públicas y privadas) se han organizado de la mejor manera posible para ser capaces de manejar dicha situación. Así, procedente de la libre propagación de información y su repercusión nació un nuevo departamento en las infraestructuras de dichos agentes: los gabinetes de comunicación.

La necesidad de comunicar, cada vez más rápido, en los últimos años se ha visto acrecentada por los medios multimedia. En España la aparición de los gabinetes de comunicación fue tardía, sólo tras la dictadura (fin de las restricciones informativas) empezaron a nacer lo que hoy se consideran gabinetes en torno a la comunicación. Pero, a pesar de la relativa y reciente aparición en nuestro país, se trata de un sector que ha crecido de manera exponencial, no sólo debido a las consecuencias anteriormente mencionadas, sino también a la hora de atajar situaciones de crisis.

En lo tocante a sus funciones, podemos enumerar, según García Frontiñán, las tareas principales o acciones más importantes que un gabinete de comunicación maneja en una situación problemática o inesperada (2017: 98):

- Gestionar la información.
- Seleccionar los mensajes clave que se van a transmitir.
- Elegir a los portavoces más adecuados para cada momento.

Y cómo no, para poder llevar a cabo estos cometidos, los gabinetes de comunicación cuentan con diversas herramientas. Estas, dependiendo del ámbito en el que se utilicen, pueden ser útiles todas o algunas. Así Francisco Marín (2009: 82 y 83, citado en García Froitián, 2017), destaca cinco instrumentos esenciales para poder elaborar el trabajo profesional, de los cuales, hemos considerado elegir los dos más destacados para nuestra investigación:

- *Los comunicados. Contienen información sobre asuntos puntuales y de interés relacionados con las actividades de la organización. En situaciones de crisis, el contenido debe centrarse en hechos conocidos y datos contrastados.*
- *La rueda de prensa. Es un acto dirigido a facilitar información importante a un grupo de periodistas sobre un asunto concreto de gran interés para la entidad convocante, la opinión pública y los medios de comunicación convocados. A ella deben asistir directivos en representación de la empresa, con conocimiento profundo del tema que se vaya a tratar y preparados para dar respuesta a las preguntas de los periodistas (García Froitián. 2017: 98).*

Comunicación de crisis

En la actualidad cuando nos referimos al término crisis, automáticamente, la mayoría de los individuos tiende a pensar en el ámbito económico. No obstante, una crisis como tal se puede desarrollar en otros campos fuera de la situación financiera-económica a la que nos tienen acostumbrados en el mundo globalizado y económico en el que vivimos.

Por lo tanto, en busca de una definición “neutra” de este concepto encontramos en la RAE **la crisis** definida como un: “*Cambio profundo y de consecuencias importantes en un proceso o una situación, o en la manera en que estos son apreciados*”. (Diccionario Real Academia Española de la Lengua. Página web. Abril de 2020).

En un intento de profundizar y entender un poco más este aspecto crucial en nuestra investigación, se debe matizar que las consecuencias que una crisis puede ocasionar son impredecibles según cómo se trate esta en cada estadio del acontecimiento. Es decir, como bien desarrollan Luis Arroyo y Magali Sus (2008: 150-153, citado en García Froitián, 2017) cada crisis presenta **cinco fases**:

1. Latencia. Periodo en el que la crisis se está gestando.
2. Eclosión. El problema en cuestión aparece de manera inesperada y se necesita una actuación inmediata. Fase cuya atención mediática alcanza su máxima cobertura.
3. Perversión. Aparición de antiguos y nuevos actores en los hechos en los que se desarrolla la crisis. Caracterizada por el oportunismo.
4. Síntesis. Los medios de comunicación con grandes públicos aprovechan para redactar sus editoriales o realizar programas/reportajes con las ideas esclarecedoras de los hechos.
5. Renovación. Fase en la que la crisis cumple un aniversario y esta vuelve a ser punto de mira de los medios de comunicación.

Comunicación de crisis e información de crisis

Como puede ser contraproducente, hemos decidido esclarecer la diferencia de estos dos aspectos. En primer lugar, existen dos agentes que se encargan de darle forma a la comunicación e información de crisis. Hablamos de los **gabinetes de prensa** y los **medios de comunicación**, quienes en una labor

conjunta se encargan de producir los datos que la ciudadanía va a adquirir como resultado de la intersección de estos dos agentes.

Como reacción intrínseca a las consecuencias de una crisis la sociedad tiende a una búsqueda de uno o varios responsables que, en su mayoría, son instituciones (públicas o privadas, gubernamentales o civiles). Estas a su vez se ven en la obligación de dar respuesta a las demandas sociales para salvaguardar su imagen.

De este modo, nace una labor especializada en los gabinetes de comunicación, a los que las instituciones acuden para crear los **mensajes más adecuados** que puedan defender su actividad y prestigio. Los cuales serán, normalmente, transmitidos por los medios de comunicación hasta llegar a la audiencia deseada. La labor de los periodistas en este intercambio de información es ejercer de filtro entre la institución y la sociedad, llevando a cabo una tarea de contraste y verificación de esta para ofrecer a su público el punto de vista más plural del problema, permitiendo así a la población poder conocer de forma profunda todos los aspectos de la crisis.

De esta manera, deducimos que comunicación de crisis es aquella elaborada por los gabinetes de comunicación a expensas de las expectativas de sus dirigentes en cuanto a prestigio e imagen. Y la información de crisis es la que los medios de comunicación analizan y transforman para, posteriormente, divulgar a la población de una manera fidedigna y real a los acontecimientos que transcurren en su sociedad. Sin embargo, como ya hemos mencionado, ambas se interrelacionan por lo que era necesario para nuestra investigación diferenciarlas, y hacer hincapié en la comunicación de crisis elaborada por esos profesionales de la comunicación especializados que crean planes de comunicación.

La importancia de los medios de comunicación en la comunicación de crisis

Dentro del gran espectro del mundo de la comunicación se conoce con certeza en Relaciones Públicas el inmenso poder de los *mass media* para constituir la imagen de las corporaciones, instituciones y organizaciones, sobre todo en los acontecimientos de crisis. Los medios de comunicación son una de las fuentes de información que construyen la imagen corporativa (Capriotti, 2009. Citado por Micaletto y Gallardo, 2015) de cualquier empresa o institución de cara a la opinión pública.

De este modo, son los propios medios los que se convierten en el nexo entre las instituciones y la sociedad, actuando de alguna forma como un filtro cognitivo entre ambas. Puesto que “en una perspectiva amplia los medios de comunicación son los intermediarios al transportar los mensajes de las compañías u organizaciones a los públicos mas amplios y depositar en ellos los mensajes clave de las empresas” (Vidal, 2013).

El proceso de esta simbiosis, entre organizaciones y medios de comunicación, es diferente a seguir según el tipo de acontecimiento o crisis acaecida. Por lo que existen diferentes técnicas comunicativas para que los dos protagonistas puedan intercambiar información: entre ellas se encuentra la rueda de prensa (Ramírez, 1995. Citado por Micaletto y Gallardo, 2015).

Es crucial tener en cuenta que no todos los acontecimientos ni todas las crisis obtienen el grado suficiente de relevancia como para que instituciones y medios de comunicación deban interaccionar para ofrecer un retrato de la realidad al público afectado. No obstante, “las crisis institucionales implican acontecimientos conflictivos, que son noticiosos, en tanto que los lectores se sienten especialmente atraídos por las noticias sobre conflictos, y más si los actores involucrados son conocidos o próximos geográficamente” (López, 2005: 274. Citado por Micaletto y Gallardo, 2015).

En otras palabras, los medios de comunicación cumplen un papel fundamental en los acontecimientos que se transcurren en una crisis porque “la función de transportar mensajes y de convertirse en una audiencia más, está presente, desde luego, durante las operaciones normales de una compañía o institución,

pero se acentúa con cierto dramatismo durante el estallido, desarrollo y cierre de una crisis” (Vidal, 2013).

Los principios de una correcta comunicación de crisis

Los mensajes que se transmiten en una crisis, en nuestro caso sanitaria, deben estar organizados de tal manera que se pueda minimizar las consecuencias. Para ello existen una serie de tácticas, o principios tácticos, en torno a la comunicación y gestión de una crisis. Estos parámetros que deben guiar las acciones comunicativas en la mejor vertiente de una crisis han sido tema de estudio para distintos autores, donde cada cual aporta directrices diferentes.

Por su parte el autor Almada (2009, citado en Micaletto, 2018) ofrece los siguientes principios para una buena comunicación en crisis:

I. Tomar la iniciativa

Ser proactivo y saber anticiparse a las preguntas de los periodistas cuando la crisis ya está en curso puede ser una buena táctica para que no te pillen con guardia baja. De esta manera la sensación de que nos están sometiendo a un interrogatorio se disipa, evitando así tener que posicionarnos en una actitud defensiva. Prepararse a conciencia y tomar la iniciativa de los mensajes que queremos transmitir al público se traducirá en una imagen de seguridad de que la situación no se nos ha desbordado.

II. No discutir ni adoptar posiciones defensivas

Lo último que queremos conseguir es que se nos identifique como culpables o de que la situación se nos haya desatado fuera de control, por lo tanto, deberemos evitar adoptar alguna de estas dos posiciones. El

objetivo que tenemos, tanto a la hora de transmitir el mensaje como en el momento de responder a los planteamientos que nos realicen la actitud debe ser templanza.

III. No especular

Cuando emitimos mensajes el público receptor quiere que seamos directos y concisos, de tal forma que si están fundamentados por información específica (estudios, investigaciones, leyes, fotos, vídeos, etc.), aún mejor.

IV. Comunicar con frecuencia

Una cosa es la infoxicación, la cual no es buena para ningún público, no obstante, en ciertas ocasiones el contacto continuo y periódico con el público puede llegar a tranquilizarlo. De esta manera, la información que le estamos brindando les otorga la sensación de que la organización les tiene al tanto de los avances que se vayan produciendo y, por ende, se sentirán valorados.

En otro orden de cosas, unos de los aspectos más destacables que marcan la diferencia a la hora de superar una crisis con resultados positivos giran en torno del concepto de credibilidad. Autores como Daniel y Mario Barquero (2005, citados en Micaletto, 2018), estiman conveniente para superar una situación de crisis con éxito los siguientes elementos:

1. La credibilidad de la organización.
2. Que la organización asuma responsabilidades.
3. La confianza en la organización.

En relación con estos aspectos ambos autores, Daniel y Mario Barquero (2005, citados en Micaletto, 2018) estipulan que las organizaciones o instituciones deben enfocar sus estrategias a través de los siguientes principios tácticos:

V. Credibilidad

Es uno de los principios esenciales puesto que se sustenta en la imagen de la empresa en base al historial de acciones efectuadas anteriormente. Esta se logra dando visibilidad a las actuaciones correctas y responsables en las que la organización ha sido protagonista. Que la opinión pública tenga conocimiento de las actuaciones positivas de la organización es un punto a favor para la misma, teniendo en cuenta todas las valoraciones del público existente (interno y/o externo).

Además, a este principio básico se le puede añadir el aspecto de la confianza, la cual es indispensable para las organizaciones ya que "una organización creíble y que asume sus responsabilidades genera confianza en los públicos" (Micaletto, 2018. p 509).

VI. Asumir responsabilidad

Evitar que suceda una crisis es la premisa esencial en cuanto a responsabilidad de toda organización. Esto se puede llevar a cabo con políticas de prevención y operativas diarias en los que se trabaja, cada vez más, para minimizar las posibilidades eventuales. No obstante, poco puede hacer la organización sobre las acciones de terceros y ninguno sobre los efectos naturales. De igual manera, como indica Xifra (2009, citado en Micaletto, 2018) "aquellos riesgos que son asumidos de forma voluntaria suelen ser mejor aceptados que aquellos sobre los que los individuos tienen un menor control".

VII. Evitar cualquier forma de mentira

El intento de minimizar las consecuencias o evadir la responsabilidad a través de la mentira se debe evitar a toda costa. Suponer que una alteración de la verdad no será detectada por el público es un error, puesto que la realidad indica que la mayoría de las mentiras son detectadas en plazo breve de tiempo. En este aspecto, si se utiliza una mentira y esta es descubierta la imagen de la organización podría verse gravemente dañada. Por consiguiente, “no se debe mentir ni tan siquiera en aspectos secundarios de la crisis, ya que con ello se dificulta que la opinión pública distinga que la opinión pública distinga lo verdadero de lo falso. quien emite mentiras se autoexcluye como fuente fiable de información sobre la crisis” (Micaletto, 2018. p.510)

VIII. Evitar el silencio

Igual que decir una mentira podría ser nuestra perdición, el silencio también. No responder podría dar pie a especulaciones que no convienen por parte de los contra-comunicadores, favoreciendo así a los rumores. En este caso la organización podría verse debilitada y sujeta a ambiguas interpretaciones donde queda en un puesto de colapso o poca capacidad de reacción.

Como señala Fita (1999, citado en Micaletto 2018), la manera de abordar la comunicación es casi tan importante como resolver la crisis en sí. La comunicación deberá defender las diferentes posturas del problema y, principalmente, la de una imagen y una identidad que están puestas en tela de juicio (Micaletto, 2018).

Por otro lado, Luecke (2005, citado en Micaletto 2018) propone, dentro de la comunicación de crisis, otros principios tácticos a tener en cuenta:

IX. No tratar de minimizar la situación

Relativizar nuestra crisis con otras situaciones similares no nos dará ninguna ventaja, quizá, por el contrario, se convierta en un aspecto negativo. No diga:

“Sí, nuestro petrolero ha vertido medio millón de barriles de petróleo cerca de las playas de Alicante, pero comparado con el incidente de Exxon Valdez, no ha sido nada” (Micaletto, 2018).

X. Comunicar todas las noticias malas de una vez

En el mismo supuesto que quitar una tirita del tirón, de igual forma debemos dar información negativa. Almada (2009, citado en Micaletto 2018) es uno de los autores que avala este razonamiento, puesto que cuando las noticias son buenas antes o después se debe comunicarlas y “es preferible que sea de una vez”.

XI. Comunicar con amplitud

Incendios, cortes de fluido eléctrico, compras hostiles, fracasos de productos y otros hechos perjudiciales crean una demanda súbita y sustancial de información. La gente quiere saber qué ha sucedido, cómo ocurrió, qué pasará a continuación y cómo debería reaccionar (Luecke, 2005 citado en Micaletto 2018.).

En relación con este aspecto, Xifra (2009, citado en Micaletto 2018) señala que “si el público entiende el problema y sus factores de riesgo, percibirá menos riesgos”.

XII. Hablar con una sola voz

El nombramiento de un portavoz tiene su razón de ser en tanto en cuanto a mensaje unificado se refiere. Aunque exista una única figura comunicativa puede que la prensa o cualquier contra-comunicador busquen a otras personas para preguntar acerca de sus puntos de vista, percepciones, historias... “Es preferible pedirles que remitan todas las preguntas al portavoz de la empresa” (Luecke, 2005 citado en Micaletto 2018).

MARCO CONTEXTUAL: La COVID-19

Qué es la COVID-19

A finales del año 2019, concretamente el 31 de diciembre, la Comisión de Salud y Sanidad de Wuhan (provincia de Hubei, China) reportó un informe clínico-sanitario sobre un grupo de 27 casos de neumonía de etiología desconocida, todos ellos expuestos en relación con un mercado de pescado, marisco y animales vivos en la ciudad de Wuhan. Una semana después, las autoridades sanitarias de China señalaron como agente causante del brote un nuevo tipo de virus de la familia de *Coronaviridae* que más adelante se le denominó SARS-CoV-2.

Según señala un informe reciente “los coronavirus (CoV) en sentido amplio son un grupo de virus de ARN de cadena simple con envoltura. Estos pertenecen a la subfamilia Orthocoronavirinae, familia *Coronaviridae*, en el orden Nidovirales. Se clasifican en cuatro géneros: alfa, beta, gamma y Deltacoronavirus. Los dos primeros pueden infectar al ser humano (1,2). Los CoV son agentes patógenos que pueden ser transmitidos a los animales y al hombre; tienen una distribución mundial” (Bonilla-Aldana, D. K., Villamil-Gómez, W. E., Rabaan, A. A., & Rodríguez-Morales, A. J., 2020). **falta añadir a referencias**

Siguiendo un orden aclaratorio, podemos identificar, por tanto, a los coronavirus como una familia de virus que provocan infección en los seres humanos y en una diversidad de animales, destacando mamíferos y aves. Además, las autoridades sanitarias lo catalogan como una enfermedad zoonótica, lo que significa que estos virus pueden transmitirse de los animales a los humanos.

Según la última actualización científica-técnica del Centro de Coordinación de Alertas y Emergencias Sanitarias “los coronavirus que afectan al ser humano

(HCoV) pueden producir cuadros clínicos que van desde el resfriado común con patrón estacional en invierno hasta otros más graves como los producidos por los virus del Síndrome Respiratorio Agudo Grave (por sus siglas en inglés, SARS) y del Síndrome Respiratorio de Oriente Próximo (MERS-CoV) (3). En concreto, el SARS-CoV-1 en 2003 ocasionó más de 8.000 casos en 27 países y una letalidad de 10% y desde entonces no se ha vuelto a detectar en humanos”.

De esta manera, ante la supuesta aparición de una nueva variante, la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró el problema como una emergencia sanitaria de preocupación internacional y, además, la denominó “Enfermedad por Coronavirus 2019”, también mundialmente conocida por las siglas COVID-19. El 11 de marzo de 2020 esta misma organización declaró el estado de pandemia mundial, la cual ha registrado, desde sus inicios hasta principios de 2021 (casi un año después), más de 90 millones de casos notificados alrededor del mundo.

La COVID-19 desde el punto de vista epidemiológico en España

Aunque los comicios de la COVID-19 empezaron a vislumbrarse a partir de diciembre de 2019 (en Wuhan, China), no fue hasta mediados de enero de 2020 cuando el Gobierno de España decidió comenzar un protocolo de comunicación de crisis ante la aparición de los primeros casos. Concretamente, según un estudio cronológico de la pandemia elaborado por Colaboradores de Wikipedia (2021), el 24 de enero de 2020 el Ministerio de Sanidad, encabezado por el ministro Salvador Illa, comienza con la estrategia de comunicación de crisis definiendo los parámetros que debe cumplir un enfermo/contagiado para realizarse la prueba del coronavirus. Una semana más tarde, el 31 de enero, se detectó el primer caso diagnosticado como positivo en coronavirus de España en la isla de La Gomera (Islas Canarias). A raíz de la inminente llegada de la enfermedad al territorio español, el Gobierno decide dar voz al director del Centro de Coordinación de Alertas y Emergencias Sanitarias, Fernando Simón, quien intenta calmar a la población con mensajes como: "parece que la epidemia [en

Wuhan] tiene posibilidades de empezar a remitir" y que "España no va a tener, como mucho, más allá de algún caso diagnosticado" (Colaboradores de Wikipedia, 2021).

Sin embargo, en el mes de febrero, con el segundo caso positivo, comenzó el llamado "efecto dominó", donde se empiezan a cancelar eventos masivos por precaución y medidas de contención del virus, como el Mobile World Congress. Por el contrario, en otros países europeos seguían celebrando este tipo de eventos multitudinarios (como partidos de fútbol). Esto, junto a una libre circulación por las aduanas, provocó la detección del caso particular de un médico italiano que dio positivo en la isla de Tenerife. Por primera vez, desde el comienzo de la Emergencia por Salud Pública declarada por la OMS, se pone en cuarentena en territorio español un hotel turístico en su totalidad.

En un intento de apaciguar a las masas el Ministerio de Sanidad anunciaba el día 26 de febrero que la nación había entrado en un cambio de nivel de riesgo "bajo" a "moderado". Además, el presidente de la Sociedad Española de Epidemiología, Pedro Godoy, declaraba que en España no se iban a ver hospitales colapsados, "el sistema sanitario español está sobradamente preparado para hacer frente a lo que viene" (Colaboradores de Wikipedia, 2021). Para finales de este mismo mes ya comienzan los primeros contagios locales, y los primeros diagnósticos en diferentes comunidades autónomas donde aún el virus se suponía que no había llegado. De esta manera, la cifra de casos por coronavirus para finales de febrero del 2020 se elevaba a medio centenar.

Debido al reporte de nuevos casos en diferentes comunidades y provincias, a principios de marzo España ya contaba con más de 80 casos positivos y en consecuencia las alarmas comienzan a saltar. La capital, Madrid, empieza a elevar su cifra exponencialmente. Por consiguiente, de forma estrepitosa, se certifican las primeras muertes a causa de la COVID-19. Diez días más tarde, según la cronología elaborada por RTVE sobre la epidemia, el ministro de Sanidad, Salvador Illa, reporta más 1200 casos positivos (el doble del día anterior). Seguidamente se asume el supuesto de "transmisión comunitaria" en

Madrid, lo que provoca el cierre de centros educativos en la comunidad (junto con otras provincias) 15 días, mientras que el número de fallecidos por coronavirus asciende a 28.

El 10 de febrero Sanidad pasa a un escenario de “contención forzosa” en zonas de alta transmisión, y España entra en un fatídico panorama: eventos multitudinarios culturales o masivos (como las Fallas de Valencia) se suspenden; asciende la cifra de fallecidos; aparecen numerosas colas en los supermercados y lugares de abastecimiento; y la OMS declara la COVID-19 como pandemia mundial. Dos días más tarde todas las comunidades autónomas ejecutan el cierre de colegios. El panorama económico del país se ve oscurecido por la caída del IBEX 35 y el Gobierno de España inyecta en Sanidad y en la economía nacional miles de millones de euros para intentar sufragar lo que ya es, con todas las mayúsculas, una crisis sanitaria nacional.

El 13 de febrero el Gobierno de España decide decretar el Estado de Alarma en el país. El presidente, Pedro Sánchez, anuncia que el día 15 de marzo de 2020 comenzará un confinamiento temporal de dos semanas (a expensas de la evolución de la pandemia). Se aprueban decretos ley para adaptar la situación del país a los acontecimientos. El primer día de estado de alarma, 15 de marzo, los ministros de Sanidad, Defensa, Interior y Transporte quedan al frente de la crisis y son los responsables de reportar toda la información y detalles sobre las consecuencias de la COVID.19.

España se sume en una cuarentena en la que se efectúa: un cierre de fronteras (excepto para transporte de mercancías), y un retorno de ciudadanos españoles instalados en diferentes países alrededor del mundo. Después de tres meses de “encierro domiciliario” el Gobierno de España anuncia el final del confinamiento domiciliario a la sociedad, sin embargo, no concluye el Estado de Alarma con restricciones; llamando a esta situación “nueva normalidad”. Hasta la fecha España sigue inmersa en una diversa espiral de vaivenes luchando contra un virus que obliga a su sociedad a estar en fases sanitarias según la epidemiología de cada territorio autónomo y sus correspondientes zonas sanitarias.

El papel de la sanidad en la sociedad española

Gobierno, gabinetes de prensa, medios de comunicación y sociedad tienen algo en común; la repercusión que causan los unos a los otros. En nuestro caso, la sanidad y salud son, en su mayoría, el epicentro que provoca repercusiones en nuestra investigación. Para desarrollar de buena fe la relevancia de esta debemos saber cuál es el puesto que ocupa la sanidad entre las principales preocupaciones de la población. Para ello nos servimos del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

El uso de esta fuente radica en dos motivos fundamentales: su periodicidad, que nos otorga la posibilidad de escoger datos del tiempo que queremos analizar, y la medición de la opinión pública, información crucial en nuestra investigación que nos permitirá estimar la repercusión que tiene en la sociedad las estrategias de comunicación, por parte del gobierno, en torno a la sanidad, salud y crisis en general.

Por lo tanto, recurrimos al barómetro publicado por el CIS correspondiente al mes de enero de 2020. Se ha decidido escoger este estudio porque el periodo del mes de enero se encuentra en el meridiano del objeto de estudio en cuestión. Es el momento en el que el virus está presente en nuestra sociedad, pero aún no afecta de forma masiva. De esta manera podemos recabar datos en los que la población se estaba viendo afectada, pero no estaba influida por un “boom informativo” de la enfermedad. Así, podremos llegar a la creación de un marco objetivo sobre salud y sanidad pública en España.

El estudio al que hemos recurrido está compuesto por una encuesta llevada a cabo a través de 2.929 entrevistas en 295 municipios de 49 provincias diferentes. En él se incluyen dos preguntas que utilizaremos para ser conscientes del nivel de preocupación de la sociedad española por la sanidad:

- ¿Cuál es, a su juicio, el principal problema que existe actualmente en España? ¿Y el segundo? ¿Y el tercero?

- ¿Cuál es el problema que usted, personalmente, le afecta más? ¿y le segundo? ¿y el tercero?

Siguiendo los resultados del análisis de la encuesta, podemos deducir que la sanidad ocupa uno de los primeros puestos en el ranking. Siendo concretos, la respuesta a la primera pregunta revela que la sanidad ocupa el puesto número cinco.

Por otro lado, si nos centramos en la respuesta de la segunda pregunta, nos percatamos de que el objeto de estudio sube un punto en el ranking, llegando al puesto número cuatro. Es decir, a los españoles les interesa aún más la sanidad cuando se trata de problemáticas que les afectan personalmente.

Este informe revela, por lo tanto, que indiferentemente de la repercusión que puede incidir en la sociedad, sea colectiva o individual, la sanidad para aquel entonces enero de 2020 se trataba de una cuestión de importante relevancia.

En otro orden de cosas, es importante establecer cuál es el puesto que ocupa la sanidad entre los temas que más interesan a la población española (y no sólo los que les preocupan). Lo que nos lleva a recabar la información extraída por el Barómetro Sanitario (estudio realizado por el Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social, en colaboración con el CIS), que establece el conocimiento de la opinión de la sociedad española sobre los intereses sociales.

Este estudio, realizado de manera anual, se llevó a cabo a través de 7.800 entrevistas personales, divididas en tres submuestras u oleadas a personas de ambos sexos, mayores de edad y residentes en todas las CC.AA.

De esta manera escogemos el último Barómetro Sanitario ejecutado por el ministerio, siendo este el del año 2018. Es en la primera pregunta donde encontramos la información necesaria para ubicar la sanidad entre los intereses de los españoles, que dices así:

1. ¿Podría decirme cuál de las siguientes áreas que le voy a leer es la que considera Ud. de mayor interés para los ciudadanos y las ciudadanas?

A través de la interpretación de los resultados, encontramos que la sanidad ocupa el primer puesto entre los intereses sociales de los españoles. Es decir, la sanidad (29,2%) es el tema más interesante para la ciudadanía española, a la que le siguen trabajo (27.25) y educación (19,9%).

En definitiva, la sanidad para los españoles es un tema de elevada preocupación que está latente de forma general, de manera sustancial cuando les afecta directamente, y primordial cuando se trata de un tema de interés social. En el mismo orden de cosas, toda repercusión que este sector pueda afectar directamente en la sociedad española es recogida por los medios de comunicación e instituciones públicas, y seguidas de forma fiel e intuitiva por parte de los ciudadanos.

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las acciones políticas de los gobiernos en situaciones de crisis suelen estar sujetas al juicio de la opinión pública. Es una consecuencia totalmente lícita en una sociedad basada en la libertad de expresión. No obstante, la opinión de la sociedad sobre estos casos peculiares siempre suele ser negativa ante la respuesta de los políticos y las autoridades pertinentes frente a los hechos acontecidos, básicamente porque las consecuencias no suelen ser positivas. Pero, lo cierto es que en situaciones de crisis las decisiones y acciones tomadas tienen directrices a seguir, en cuanto a comunicación se refiere.

Por lo que se cree necesario exponer cuáles son los principios tácticos establecidos para la elaboración de comunicación institucional en una crisis social, en este caso sanitaria, y las acciones llevadas a cabo en cuanto a información y protocolos por parte de un gobierno, en nuestro caso el Gobierno de España. Asimismo, cuál es el papel de la prensa y su discurso realizado como consecuencia de esta misma acción comunicativa.

De este modo, el objetivo final de esta investigación es que el lector pueda establecer una información objetiva sobre las actuaciones en cuanto a estrategia comunicativa institucional en un contexto de crisis en concreto, fiel a la realidad, libre de sesgos e ideologías políticas y, por ende, una opinión más acorde con la realidad.

Hipótesis

Frente a la situación de crisis vivida en marzo de 2020 como consecuencia por la declaración del estado de alarma en España, el Gobierno emitió una serie de mensajes para informar, sosegar y dirigir a una sociedad con un elevado nivel de alerta y preocupación, debido a las dudas e incertidumbre que las crisis sanitarias provocan en las personas.

Este acontecimiento, junto con el desconocimiento y lenta capacidad de reacción existente frente al nuevo virus que acechaba la salud de la sociedad española, hizo que la opinión pública y los medios de comunicación comenzaran a tener un interés ávido por este tema y comenzara una alarma colectiva.

De forma reactiva las instituciones decidieron emitir una serie de mensajes institucionales para dar respuesta a una sociedad demandante de información. Debido a la respuesta reactiva, que no proactiva, por parte del Gobierno nace incógnita acerca de la calidad informativa que se ofrece por parte de las instituciones políticas en este momento tan crucial de la crisis. Se establece, por lo tanto, como punto de partida la necesidad de esclarecer si la fluidez de mensajes institucionales, dentro del periodo de estudio, fue correcta o no.

Objetivos

La razón de establecer unos objetivos tiene su origen en la idea de fijación concreta en algunos aspectos. De esta manera, el objetivo general otorga una visión global del acontecimiento, siendo este: analizar la estrategia de comunicación institucional, de un determinado periodo de tiempo, llevada a cabo por el Gobierno de España ante la crisis sanitaria de la COVID-19 durante el principio de la pandemia. Se establece un vínculo claro entre la comunicación ofrecida por las instituciones y las reacciones de la población y todo su conjunto. Por lo tanto, se determina de gran interés saber los aciertos y errores cometidos en dicha elaboración comunicativa para conocer si hubiese sido posible un cambio en las circunstancias acontecidas.

Por otro lado, en un afán de no perder el hilo de la investigación, se ha considerado establecer otros objetivos con el fin de ser más específicos. De esta manera, el proyecto de análisis e investigación comprende cuatro objetivos específicos:

A. Exponer cuáles son los principios tácticos que seguir, en cuanto a comunicación política/institucional se refiere, ante una crisis.

- B. Determinar si el gobierno de España cumple con los pasos necesarios para llevar a cabo una estrategia adecuada política/institucional ante una crisis sanitaria.
- C. Analizar si en la comparecencia y rueda de prensa institucional que se emitió en el periodo de estudio se ejecutan los principios de una buena comunicación de crisis.
- D. Conocer cuál es la repercusión de la prensa ante dicha comunicación de crisis institucional.
- E. Determinar conclusiones racionales y completas que resuelvan la hipótesis planteada en el periodo de estudio.

Metodología

El origen de este trabajo comenzó con una pregunta en concreto: ¿Cuál ha sido la estrategia de comunicación institucional establecida por el Gobierno de España con respecto a la crisis sanitaria de la COVID-19 durante sus comicios?

Como el caso de estudio se ha alargado en el tiempo, y, por ende, todas sus posibilidades de acontecer, se decidió analizar un periodo de tiempo en concreto. De este modo, el periodo de análisis y estudio elegido se acota desde el día 10 al día 15 de marzo de 2020.

El periodo de estudio, concretamente, se determina en el día 10 de marzo de 2020, escogiendo y visualizando la rueda de prensa más destacada del día. El periodo de análisis periodístico, sin embargo, se decide alargar cinco días para tener información suficiente de contraste. Y, además, para completar una semana en la que se dieron hechos de importante índole que provocaron un aumento de flujo informativo en lo que a comunicación institucional se refiere. De esta manera, para ser más precisos, el periodo se enmarca desde la recomendación por parte del Gobierno del cierre de los centros educativos a cada CC.AA, hasta el inicio del Estado de Alarma en todo el territorio español. Franja de tiempo en la que comenzó el repunte de casos positivos por

coronavirus y empezaron los sucesos de alarma colectiva y sentimiento de inseguridad en la sociedad española.

En lo tocante a la manera de ejecución de la investigación, debemos partir de la base de que se eligieron dos variables de estudio para poder realizar el trabajo de contraste, en relación con la comunicación institucional que deriva de la gestión política. Estas variables fueron:

- A. Los principios tácticos en la comunicación de crisis.
- B. Los discursos, informaciones y valoraciones periodísticas emitidas por la prensa.

Con respecto a las fuentes, para recabar la información necesaria se recurrió a fuentes primarias. Por un lado, la rueda de prensa elegida para estudiar se extrajo de la página web oficial de La Moncloa. Exactamente, por su importancia y contenido, de los cuatro vídeos que se produjeron ese día se eligió:

- Comparecencia del presidente del Gobierno tras la reunión extraordinaria del Consejo Europeo sobre el coronavirus.

Por otro lado, las informaciones y mensajes elaborados por la prensa han constituido una segunda fuente primaria de cara al análisis del proyecto. Su utilidad se manifiesta en el resultado de las valoraciones, posterior a un análisis, de la información que conforma el discurso periodístico del que se nutre la opinión pública. Teniendo como tema principal la comparecencia elegida, su protagonista, la COVID-19 o los acontecimientos derivados, además de otros comunicados institucionales, que le siguieron hasta el último día de su análisis.

Para elegir los periódicos con objeto de análisis se acudió a la información recabada por el Estudio General de Medios en la última oleada del año 2020 (EGM: 2020), que determina qué periódicos son los más leídos durante el intervalo seleccionado. El criterio de elección de las dos cabeceras se basó en tres factores: cabecera nacional, con alta capacidad de penetración informativa en la población, y con temática diversa (incluyendo secciones como: Política,

España, Economía, Sociedad y Salud). Además, para obtener una mayor imparcialidad de los hechos, otro aspecto definitorio de la selección fue escoger dos cabeceras de perspectivas ideológicas diferentes. De esta manera, siguiendo los requisitos establecidos, los periódicos elegidos para la ejecución del análisis discursivo fueron:

- A. *El País* (1.004.000 lectores diarios).
- B. *El Mundo* (657.000 lectores diarios)

La selección muestral escogida para el desarrollo del análisis fue teórica. De tal manera, esta se hizo señalando los contextos de unidades de análisis importantes para el objeto de investigación y seleccionando la muestra en función de su significado para las metas planteadas en el proyecto (Sáenz de Ormijana, 2016-17: 14).

Siguiendo estas pautas el estudio de los mensajes que forman parte del discurso periodístico se atendió al desarrollo de los siguientes aspectos:

- Titulares
- Subtítulos
- Entradillas
- Cuerpo de la noticia
- Fotografías
- Vídeos

Las técnicas con el objetivo de recoger la información se basaron en un vaciado de prensa y en el análisis del contenido de la rueda de prensa que dirigió el presidente del gobierno, Pedro Sánchez. Por otro lado, los textos periodísticos fueron recogidos a través de las hemerotecas digitales de los diarios anteriormente citados, para los cuales se necesitaba una suscripción de pago temporal, así de tal modo se obtuvo a un acceso ilimitado de las noticias y artículos seleccionados para su posterior análisis en papel.

De forma concreta, para llevar a cabo la investigación con rigurosidad se utilizó un sistema de triangulación metodológica dentro de métodos (Betrián, Galitó, García, Jové y Macarulla. 2013: 8), donde se integran las técnicas: estudio de

caso, la investigación documental (Valles, 2000), y el análisis cualitativo de contenido (Andréu, 1998).

Finalmente, con el objetivo de que este proyecto no quede en meros datos recabados sin coherencia y cohesión, se elaboró un resumen a modo de conclusión, con verificación o no de la hipótesis y sus posibles discusiones adversas según los resultados obtenidos.

4. ANÁLISIS

Comparecencia y rueda de prensa

En primer lugar, vamos a establecer el análisis de la rueda de prensa que el Gobierno de España emitió en base a la problemática de la COVID-19 el día 10 de marzo de 2020. En dicha fecha el presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, realizó una comparecencia ante los medios de comunicación tras el Consejo Europeo extraordinario sobre el coronavirus. A modo de resumen, el discurso que emitió en la comparecencia y posterior rueda de prensa es el siguiente:

Pedro Sánchez agradece la asistencia de los periodistas a la comparecencia y, seguidamente, expone el asunto de esta. La cual se basa en lo acontecido en el Consejo Europeo extraordinario en lo tocante a las medidas sanitarias y económicas que se quieren implantar para hacer frente a “las consecuencias que la crisis sanitaria está teniendo en la producción, en la distribución, en el transporte y también en las finanzas de las mayores economías mundiales”.

A continuación, informa sobre las acciones que se han llevado a cabo en España desde que esta crisis sanitaria ha dado lugar; “cómo estamos abordando desde el mes de enero la dimensión sanitaria del problema desde el Gobierno de España”; “el seguimiento continuo para adoptar decisiones proporcionales en cada momento”; “la coordinación máxima” (con el sistema autonómico); y “el criterio de la total transparencia informativa” (para con los ciudadanos de España).

Una vez expuestos los criterios que se han seguido, el dirigente político asume la dificultad de los acontecimientos, pero vislumbra una declaración de esperanza con respecto a la crisis afirmando que “vamos a superar y lo vamos a conseguir antes y con el menor daño posible”, aludiendo a la ayuda colectiva de la sociedad y el conjunto de políticos y expertos científicos. Así pues, reitera la importancia de la cooperación entre las autonomías del país con sus respectivos dirigentes políticos, y alude a la responsabilidad civil de cada uno de los ciudadanos.

Para cohesionar su petición, afirma que el Gobierno de España está cooperando y para hacer esto efectivo “ha radicado la dirección de esta respuesta al coronavirus en el Ministerio de Sanidad y en ese departamento se han creado distintos mecanismos de dirección y coordinación que siguen siempre criterios dictados”. En términos aclaratorios explica el funcionamiento de la comisión técnica y todos los mecanismos que utilizan para ejecutar las acciones entre los distintos canales existentes (gobierno, ministerios, comisiones, autonomías, sociedad) y la frecuencia de comunicación y de transparencia (ruedas de prensa mañana y tarde).

Para finalizar el bloque de dimensión sanitaria el presidente declara de forma reiterativa un mensaje de “unidad y serenidad y de estabilidad”, en el que quiere expresar el máximo compromiso del Gobierno de España, donde asegura que “haremos lo que haga falta, donde haga falta cuando haga falta” para superar esta crisis.

A continuación, se dispone a desgranar los aspectos de la dimensión económica que van a paliar las consecuencias del coronavirus en España expuestos ante las instituciones europeas, defendiendo que se “proporcionarán mecanismos para dotar de suficiente liquidez a las pequeñas y medianas empresas de nuestro continente y también de nuestro país en consecuencia”.

Estas acciones a nivel económico surgen con el devenir de la crisis sanitaria y el surgimiento de otro riesgo paralelo. Tal como el presidente transfiere al indicar que se había reunido con el secretario general de la OCDE para empezar a idear un plan económico de choque, en base a que “resulta complejo hacer todavía una cuantificación económica [...] porque no tenemos una certeza y es cuál va a ser la duración de esta crisis”.

Del mismo modo, para intentar encuadrar los aspectos en materia económica que se habían sopesado en el consejo el presidente divide en cuatro los ámbitos de actuación de dicho plan de choque: “la acción de dedicar recursos a proteger y a garantizar el bienestar de las familias españolas en particular de las familias trabajadoras” (donde hace bastante hincapié); “medidas para garantizar el suministro y la producción de medicamentos y el acceso al material sanitario”;

“medidas para proteger el empleo en sectores que sufran caídas temporales de demanda”; y recalcar “el empeño y todos los recursos necesarios para apoyar la liquidez de las pequeñas y medianas empresas del sector productivo de nuestro país”.

Pedro Sánchez reconoce al mismo tiempo que las medidas serán contundentes pero las crisis también: “medidas y acciones muy meditadas, adaptadas a las dificultades que están surgiendo -o las que podrían surgir- [...] pero debemos ser conscientes que esta va a ser una crisis que esperemos sea temporal y que entre todos los países y también entre todas las administraciones podamos ponerle freno cuanto antes”. Para enfrentar las malas noticias reflexiona sobre dos requisitos que se necesitan para enfrentarse a una crisis sanitaria de este nivel: un sistema sanitario robusto y una respuesta unida.

En el mismo orden, realza al sistema sanitario español declarando que en España “contamos con una ratio de médicos por habitante superior a la media europea [...] Sostienen uno de los sistemas más prestigiosos y eficientes del mundo según todos los indicadores especializados”. Aprovecha para reconocer el trabajo de los efectivos sanitarios y seguidamente expone que la segunda condición en relación con la respuesta unida, donde hace hincapié en la importante colaboración de todos, en todos los sentidos (sociedad, política, ciencia, sanidad...). Su aportación a nivel política la ejemplifica declarando “en este sentido permítanme decir que el gobierno de España ha coordinado gobierno de distinto signo, como es las CAM y el País Vasco”. Igualmente, apela al papel fundamental de los ciudadanos como principales cooperadores, los cuales, repite, deben ayudar “siguiendo a rajatabla las recomendaciones de los expertos y autoridades”.

Dando pie al final de su comparecencia el presidente dedica unas palabras a las personas afectadas por la enfermedad, y las condolencias a los familiares de las personas fallecidas: “El Gobierno de España está y estará con todas ellas”. Antes de finalizar Pedro Sánchez resalta, de manera reiterativa, el trabajo de las personas que están en primera línea como hacía al principio de su intervención y aprovecha para resaltar el trabajo de las instituciones y administraciones

asegurando que “el Gobierno, las Comunidades Autónomas y el conjunto de las administraciones públicas están cumpliendo puntualmente con su tarea (...)”.

Para finalizar y dar paso a la rueda de prensa el presidente esboza un relato empático donde intenta conectar con las incertidumbres y el malestar que la población, probablemente esté sopesando. Además, intenta desligar esta crisis sanitaria de todo tipo de sesgos y discriminaciones a cualquier afectado. “El virus afecta a las personas sin preguntar dónde nacen, dónde viven o qué piensan”. Sin más dilación, queda a disposición de los medios de comunicación y comienza la rueda de prensa.

El periodista perteneciente al periódico *El Confidencial* abre la rueda de prensa, su primera pregunta está relacionada con la incógnita acerca de la suspensión de las Fallas en Valencia. Por otro lado, pregunta sobre la dudosa existencia de autocritica por parte del Gobierno, ya que “se dice que se ha actuado tarde e incluso que erró al haber permitido la manifestación del 8 de marzo en Madrid”. Además, remata el turno de palabra preguntando si cree que el Gobierno tuvo acción tardía o actuó de manera errónea al permitir la realización de la manifestación. El presidente responde en orden y expone, en primer lugar, que la decisión de cancelar las Fallas de Valencia aún está por determinar, puesto que siguen las directrices de consenso con las distintas comunidades autónomas, en este caso con la comunidad valenciana, en base a las instancias políticas y el criterio de la comunidad científica.

Asimismo, las dos preguntas restantes las responde de forma dilatada afirmando que “hay que distinguir dos dimensiones de la emergencia”: la sanitaria y la económica. En línea con el discurso expone hechos cronológicos que empiezan desde el 24 de enero con respecto al protocolo de actuación ante la llegada de la crisis sanitaria; también cuantifica las reuniones que se han realizado por parte de los organismos institucionales encargados de evaluar y controlar la situación como el Comité Ministerial de Evaluación (37 reuniones) , Consejo Interterritorial (7); las ruedas de prensa establecidas en vista de una mayor transparencia informativa (34); los encuentros con los gobiernos autonómicos con mayor incidencia (3); y los encuentros con los organismos internacionales (5). De la misma manera, mantiene otra enumeración con distintas actuaciones

por parte del Ministerio de Sanidad, el Congreso de los Diputados y el Centro de Alertas y Emergencias Sanitarias del Ministerio de Sanidad.

Por lo tanto, se muestra tajante en su respuesta tras la exposición de acciones por parte de los organismos correspondientes al decir que la transparencia informativa del Gobierno de España ha sido, a su parecer, “la más extensa que se haya hecho nunca ante una situación similar en nuestro país”. En un mismo orden de cosas, concreta la dimensión económica para acabar la explicación dualista que presentó en su respuesta.

Para intentar terminar el extenso relato concluye con una serie de declaraciones que se relacionan con ambas preguntas opinando que “creo, honestamente, que el Gobierno de España está antes una crisis difícil, compleja, está demostrando capacidad de adaptación y de actuación ante, insisto, una crisis que lógicamente va variando conforme pasan las horas y ya no voy a decir los días”.

En relación con la manifestación de 8 de marzo, concretamente, señala que “es muy importante seguir las recomendaciones de la comunidad científica de las comunidades autónomas afectadas y también del Gobierno de España, en este caso, del Ministerio de Sanidad. Nosotros es lo que hemos hecho”. Insiste en que todas las acciones tomadas desde las instituciones del Gobierno se ciñen a las recomendaciones que hacen los científicos, justifica las responsabilidades de estas declarando que “la asunción de las responsabilidades políticas las tomamos nosotros porque para eso somos responsables políticos, pero, evidentemente tienen una carga y un fundamento científico de los expertos”. Concluye su alegato con un mensaje de unión política y social para hacer frente a la crisis y se disculpa por la respuesta tan extensa, pero recalando la importancia de esta.

Otra periodista pregunta, en relación con la dimensión económica, cuáles son las medidas económicas que se van a tomar y si estas afectarán a los Presupuestos Generales del Estado, si va a pedir colaboración a los distintos partidos para su aprobación y, por otro lado, si dispone de algún mensaje para la ciudadanía acerca del rumor del desabastecimiento de los supermercados “que desde el gobierno no ha sido todavía muy respondida que digamos”.

Pedro Sánchez indica que todas las medidas de salud pública van a tener un impacto, pero asegura “honestamente, ahora mismo, no hay ningún organismo institucional y nacional que se pueda aventurar cuál es ese impacto”, y evoca la precaución y compromiso para con el Gobierno de España. Por otro lado, declara que lo importante es la salud de los ciudadanos y frenar la extensión del coronavirus. Para explicar las acciones prioritarias pone como ejemplo el cierre de colegios, otra vez, y las distintas ayudas que se generarán para paliar las dificultades de padres y madres con el cuidado de sus hijos, además, de mencionar la liquidez extra para las medianas y pequeñas empresas.

De mismo modo, pone en valor la economía española y la capacidad de resiliencia para explicar las diferencias de crecimiento económico de España con relación a los vecinos europeos, pero insiste en que “el Gobierno de España va a poner todos los mecanismos encima de la mesa para dar respuesta pronta a esta situación”. Además, afirma que sería una noticia estupenda para la sociedad española que los presupuestos salieran adelante para adoptar políticas económicas y fiscales beneficiosas para el conjunto de España.

En lo tocante a al desabastecimiento de supermercados el presidente, de manera concluyente, señala a las grandes superficies, como ellas indican, para aclarar que “no existe ningún tipo de problema de abastecimiento de alimentos y, por tanto, creo que desde el Gobierno de España lo único que podemos hacer es secundar ese mensaje de tranquilidad y serenidad”.

Uno de los miembros de prensa destaca la redundancia del presidente acerca de las semanas duras y difíciles que el conjunto de la sociedad española va a padecer para preguntar “¿cuáles son los escenarios que anticipa el Gobierno para este espacio temporal tan duro y difícil; que concrete un poco este vaticinio?”. Por otro lado, plantea qué consecuencias tendría para la lucha contra el coronavirus la no cooperación de la unidad de todos (que anteriormente el presidente señalaba). El presidente comienza a responder la última pregunta realizada por el periodista con un tono positivo acerca de las relaciones con las comunidades autónomas y las administraciones públicas quienes son las que tienen las competencias en sanidad y cuentan con el apoyo del Gobierno de España.

En cuanto a la opinión del presidente sobre los tiempos arduos que el país se va a someter, Pedro Sánchez hace hincapié en esa coordinación positiva entre todos los posibles contribuyentes y, sobre todo, en la confianza de los expertos científicos, “porque de esta manera, entre todos seremos capaces de superar cuanto antes y con el menor daño posible los efectos” que la crisis sanitaria está teniendo con todos. Finalmente insiste en que se ha de ir con un ritmo acertado, con las medidas acertadas y sin descartar ninguna acción determinante en la lucha contra “el desafío que tenemos por delante”.

Por último, un periodista le pregunta al presidente si va a proponer algún mecanismo para garantizar la participación de los partidos políticos de la oposición, debido a que se le ha demandado su comparecencia en el Congreso de los Diputados. Además, aprovechando referencias de las últimas preguntas sobre los tiempos difíciles, cuestiona si es necesario mentalizar a los ciudadanos de un mantenimiento del crecimiento de contagios, así como si el Gobierno sabe cuándo se alcanzará el pico de contagios.

Pedro Sánchez afirma que todas las decisiones del Gobierno de España y los gobiernos autonómicos están avaladas por la ciencia y sus expertos, y por ellos los ciudadanos deben sentirse seguros. También declara que su objetivo principal es frenar la extensión del virus y para ello no hará exclusiones con ningún institución u organismo político, además, agradecerá cualquier medida que aporte un resultado positivo al objetivo principal ya que “todas las aportaciones que nos pueda hacer la oposición desde un punto de vista constructivo, si son factibles, si son realizables [...] nosotros las asumiremos como propias”. Finaliza destacando que las comparecencias van relacionadas a la transparencia informativa que ha hecho referencia durante toda la rueda de prensa, y le da importancia a las comparecencias que el Ministro de Sanidad ha realizado ante dicho organismo político porque “la ciudadanía es lo que aprecia, que sea la ciencia y que sean también los responsables, en este caso el Sistema Nacional de Salud, quienes expliciten [...] cuáles son las medidas y los argumentos” que su gobierno está poniendo en marcha. Sin mayor dilación da las gracias y abandona la sala de comparecencia.

Noticias en medios de comunicación

Al mismo tiempo de estudio, se ha procedido a la recopilación y posterior análisis de las noticias procedentes de los dos medios de comunicación. Estos discursos periodísticos que guardan relación en varios aspectos como: la rueda de prensa; su protagonista, Pedro Sánchez; la gestión comunicativa acontecida; o su tema principal, el coronavirus en España. El siguiente cuadro representa el número de artículos analizados en cada periódico elegido:

Tabla 1. Noticias analizadas

DIARIOS	Nº DE NOTICIAS
<i>El País</i>	17
<i>El Mundo</i>	17
Total	34

Fuente: Elaboración propia

De forma concreta, los mensajes procedentes del diario *El País* fueron:

Tabla 2. El País

TITULAR	GÉNERO/ SECCIÓN	FECHA	VALOR
<i>España llega tarde</i>	Análisis (España)	10/3/20	NEGATIVO
<i>El coronavirus irrumpe en política: el PP rompe la tregua y exige medidas</i>	Noticia (España)	10/3/20	NEUTRO/INFORMATIVO
<i>Decidir unidos</i>	Editorial	11/3/20	NEUTRO/IMPERATIVO
<i>PP y Ciudadanos urgen a Sánchez a dar explicaciones en el Congreso por el coronavirus</i>	Noticia (España)	11/3/20	NEUTRO/INFORMATIVO
<i>La política española entra en estado de excepción por la crisis del coronavirus</i>	Noticia (España)	12/3/2020	NEUTRO/INFORMATIVO
<i>A medio camino</i>	Editorial	12/3/2020	NEGATIVO

<i>El Congreso y el Senado suspenden casi toda su actividad durante los próximos 15 días</i>	Noticia (España)	12/3/2020	NEUTRO/INFORMATIVO
<i>Salud y política</i>	Columna (Opinión)	12/3/2020	NEUTRO/INFORMATIVO
<i>Sánchez se reserva el estado de alarma y recalca la coordinación con las comunidades</i>	Noticia (España)	13/3/2020	NEUTRO/INFORMATIVO
<i>Plan de alivio</i>	Editorial	13/3/2020	POSITIVO/IMPERATIVO
<i>Los virus de la politiquería</i>	Columna (Opinión)	13/3/2020	NEGATIVO
<i>El estado de alarma “no podía esperar más”</i>	Noticia (España)	14/3/2020	NEUTRO/INFORMATIVO
<i>“Hemos pecado de exceso de confianza. Nadie pensaba en esto”</i>	Entrevista (Sociedad)	14/3/2020	NEUTRO/DECLARATIVO-IMPERATIVO
<i>Sumar o restar</i>	Editorial	14/3/2020	NEUTRO/IMPERATIVO
<i>Todos confinados</i>	Columna (Opinión)	15/3/2020	NEUTRO/AFIRMATIVO-DECLARATIVO
<i>Cómo reaccionan los países en momentos decisivos</i>	Columna (Opinión)	15/3/2020	POSITIVO
<i>La hora de los ciudadanos</i>	Editorial	15/3/2020	NEUTRO/INFORMATIVO-IMPERATIVO

Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, los textos periodísticos examinados del segundo diario, en este caso *El Mundo*, fueron:

Tabla 3. El Mundo

TITULAR	GÉNERO/SECCIÓN	FECHA	VALOR
<i>El Gobierno defiende que no se anulara el 8-M por el coronavirus, pero no descarta suspender las Fallas</i>	Noticia (Gobierno)	10/3/2020	NEUTRO/INFORMATIVO
<i>Pedro Sánchez convoca a los presidentes autonómicos a una reunión virtual para abordar la crisis del coronavirus</i>	Noticia (Política)	11/3/2020	NEUTRO/INFORMATIVO
<i>Ya no es tiempo de poner parches</i>	Editorial	11/3/2020	NEGATIVO
<i>Por la unidad nacional contra la pandemia</i>	Editorial	11/3/2020	NEGATIVO
<i>Coronavirus: se ha actuado tarde y se ha priorizado la economía a las personas</i>	Análisis (Opinión)	12/3/2020	NEGATIVO

<i>El Gobierno recomienda cerrar los colegios en toda España por el coronavirus y adelanta 2.800 millones para evitar el colapso sanitario</i>	Noticia (Gobierno)	12/3/2020	NEUTRO/ INFORMATIVO
<i>Sánchez decreta la "emergencia económica" con un escaso plan para turismo y moratoria fiscal a pymes</i>	Noticia (Economía)	12/3/2020	NEUTRO/ INFORMATIVO
<i>Una crisis en busca de líder</i>	Editorial	13/3/2020	NEGATIVO
<i>Pedro Sánchez anuncia el estado de alarma para frenar el coronavirus 24 horas antes de aprobarlo</i>	Noticia (Política)	13/3/2020	NEUTRO/ INFORMATIVO
<i>Una gestión chapucera, improvisada y sin liderazgo</i>	Editorial	13/3/2020	NEGATIVO
<i>La UE desaconsejó permitir "multitudes" seis días antes del 8-M para evitar transmitir el coronavirus</i>	Noticia (Política)	14/3/2020	NEGATIVO/ INFORMATIVO
<i>A partir de hoy</i>	Opinión	14/3/2020	NEGATIVO
<i>Moncloa celebra un Consejo de Ministros presencial e incluye a Pablo Iglesias pese a su cuarentena por el coronavirus</i>	Noticia (Gobierno)	14/3/2020	NEUTRO/ INFORMATIVO
<i>Pedro Sánchez impone un confinamiento flexible por el coronavirus con el Gobierno dividido</i>	Noticia (Gobierno)	14/3/2020	NEUTRO/ INFORMATIVO
<i>Una nación unida, un Ejecutivo roto e insolvente</i>	Editorial	15/3/2020	NEGATIVO
<i>El coronavirus atropella al Gobierno de coalición</i>	Análisis (Gobierno)	15/3/2020	NEGATIVO
<i>Por un Gobierno de emergencia nacional</i>	Opinión (a vuelta de página)	15/3/2020	NEGATIVO/ IMPERATIVO
<i>El Gobierno no descarta el cierre de fronteras y lo está abordando ya con la UE</i>	Noticia (España)	15/3/2020	NEUTRO/ INFORMATIVO

Fuente: Elaboración propia.

5. RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Interpretación de los resultados

Tras el análisis de las variantes expuestas en nuestra metodología para llevar a cabo nuestra investigación se han recogido unos resultados que serán expuestos de manera explicativa a continuación.

En la comparecencia del presidente, Pedro Sánchez, se ha de destacar que el acto tuvo dos partes diferenciadas, si bien al principio el protagonista en este comienza con un alegato individual en el que exponía sin interrupción sus pareceres, declaraciones y posibles soluciones ante la realidad, al final acaba adoptando una posición bidireccional, emisor y receptor, en una rueda de prensa con periodistas.

En primer lugar, mientras el presidente del Gobierno discurre con su discurso se detectan varias declaraciones en las que interfieren principios tácticos en la comunicación de crisis que no son respetados. La especulación (Almada, 2009) en determinadas frases emitidas, unidas a un intento de minimizar la situación (Daniel y Mario Barquero, 2008) se visualizan en su alegato en algunas frases como; “vamos a superar y lo vamos a conseguir antes y con el menor daño posible”, esto pueda llevar a la creación de una expectativa incierta sobre la solución del problema, ligada a una dudosa interpretación positiva de las consecuencias de la situación.

En una misma vertiente, se visualiza en otros argumentos una falta de credibilidad (D. y M. Barquero, 2005) en momentos donde el presidente asegura, en un futuro, algo que es totalmente incierto: “haremos lo que haga falta, donde haga falta cuando haga falta”, o “el Gobierno, las Comunidades Autónomas y el conjunto de las administraciones públicas están cumpliendo puntualmente con su tarea ...”. Este tipo de declaraciones emitidas en un momento donde su acción está en tela de juicio, y no precisamente a favor con lo expuesto, puede restar más que sumar. Esta forma de emitir informaciones indirectamente daña la credibilidad y la imagen de la institución en un intento de crear una expectativa

a su favor sobre los acontecimientos, sobre todo si son tan volátiles como las crisis sanitarias.

Dentro de un intento de mantener la imagen sobre algunas críticas a las acciones realizadas por las instituciones Pedro Sánchez también peca en la intención de ampararlas, cayendo inconscientemente en una posición defensiva con frases del calibre: “permítanme decir que el gobierno de España ha coordinado gobierno de distinto signo, como es las CAM y el País Vasco”, que podría haber evitado debido a que no es necesario aclarar hechos tácitos; “creo, honestamente, que el Gobierno de España está antes una crisis difícil, compleja, está demostrando capacidad de adaptación y de actuación ante, insisto, una crisis que lógicamente va variando conforme pasan las horas y ya no voy a decir los días”, ensalzando la figura de su institución, cuando el valor de juicio debería tenerlo la ciudadanía; o “la asunción de las responsabilidades políticas las tomamos nosotros porque para eso somos responsables políticos, pero, evidentemente tienen una carga y un fundamento científico de los expertos” para excusar ciertas decisiones cuestionadas por los medios de comunicación.

En relación con el párrafo anterior, en concreto a la última declaración, se encuentran conexiones con otro principio táctico no cumplido: asumir la responsabilidad (D. y M. Barquero, 2005). Se halló una falta de admisión de responsabilidad en ciertas acciones o decisiones: “es muy importante seguir las recomendaciones de la comunidad científica de las comunidades autónomas afectadas y también del Gobierno de España, en este caso, del Ministerio de Sanidad. Nosotros es lo que hemos hecho”.

Una característica para destacar, en varias ocasiones sucede sin darnos cuenta, es que las omisiones de responsabilidades se enlazan con el silencio (D. y M. Barquero, 2005), o en este caso en particular, con respuestas densas y evasivas. De este modo, el presidente en distintas ocasiones, sobre todo en las respuestas a las preguntas de los periodistas, no es preso del silencio, pero tampoco se ciñe a contestar debidamente la cuestión en sí (lo que es sinónimo de silencio encubierto). Un ejemplo claro se puede divisar en la respuesta dilatada de la primera pregunta que se le formula, donde Sánchez se explica de manera detallada en muchos aspectos, pero realmente no contesta a la incógnita que el

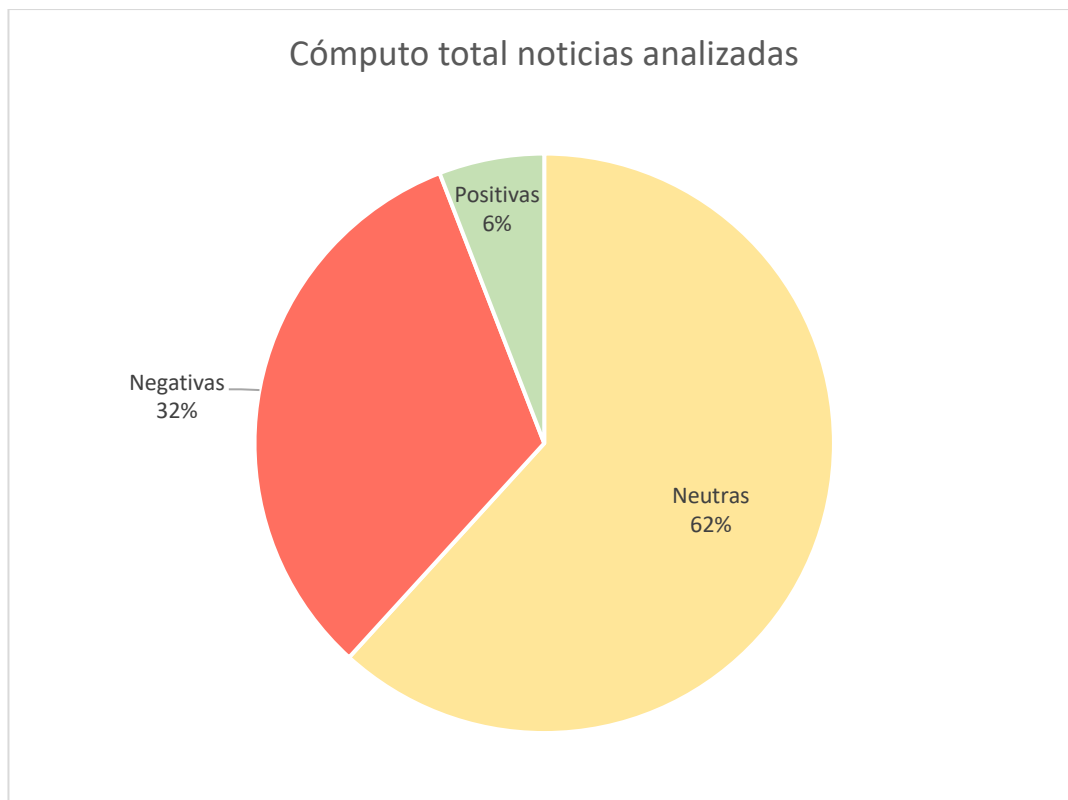
periodista le plantea: “se dice que se ha actuado tarde e incluso que erró al haber permitido la manifestación del 8 de marzo en Madrid”.

Para acabar, en el intento de alcanzar un mayor grado de objetividad, tras haber analizado los aspectos negativos, o no alcanzados, en relación con los principios tácticos se determina como buena praxis señalar que algunas acciones comunicativas de Pedro Sánchez se ejecutan de manera correcta con algunos de estos principios. Comunicar con frecuencia (Almada, 2009, citado en Micaletto, 2018) es uno de ellos, y se divisa en el momento que explica el funcionamiento de la comisión técnica y todos los mecanismos que utilizan para ejecutar las acciones entre los distintos canales existentes (gobierno, ministerios, comisiones, autonomías, sociedad) y la frecuencia de comunicación y de transparencia (ruedas de prensa mañana y tarde). Y, evitar la mentira (D. y M. Barquero, 2005) que ha cumplido en mayor medida en declaraciones como: “honestamente, ahora mismo, no hay ningún organismo institucional y nacional que se pueda aventurar cuál es ese impacto”. Finalmente, la representación de una única voz (Luecke, 2005), en este caso la de Pedro Sánchez, facilitó la comunicación y evitó confusiones y contradicciones entre locutores, entregando así una comparecencia a la sociedad concreta y concisa. Aunque si fuéramos más allá, y tuviéramos en cuenta las acciones comunicativas en su cómputo durante todo el proceso de la crisis, este principio no se cumple ya que en este caso sólo es el presidente el que comparece, pero en otras muchas ruedas de prensa, los comités elaborados para abordar estas situaciones se componen de más de una persona.

En otro orden de cosas, después de realizar el cómputo de análisis de los 37 textos periodísticos podemos exponer que 11 mensajes (32% del total) no aprueban las acciones comunicativas que el Gobierno estuvo llevando a cabo en relación con el tema principal. Por otro lado, existen 21 mensajes (62% del total) periodísticos que no muestran ni aprobación ni desaprobación, manteniendo una neutralidad de carácter informativa hacia sus lectores. Sin embargo, sí que se detectan distinciones en la enunciación del discurso utilizado en ellas, las cuales serán especificadas en los resultados de cada diario. Finalmente, sólo 2 noticias

(6% del total), y únicamente procedentes del diario *El País*, muestran de manera explícita una actitud positiva, o de aprobación, ante el objeto de estudio.

Gráfico 1. Cómputo total noticias.



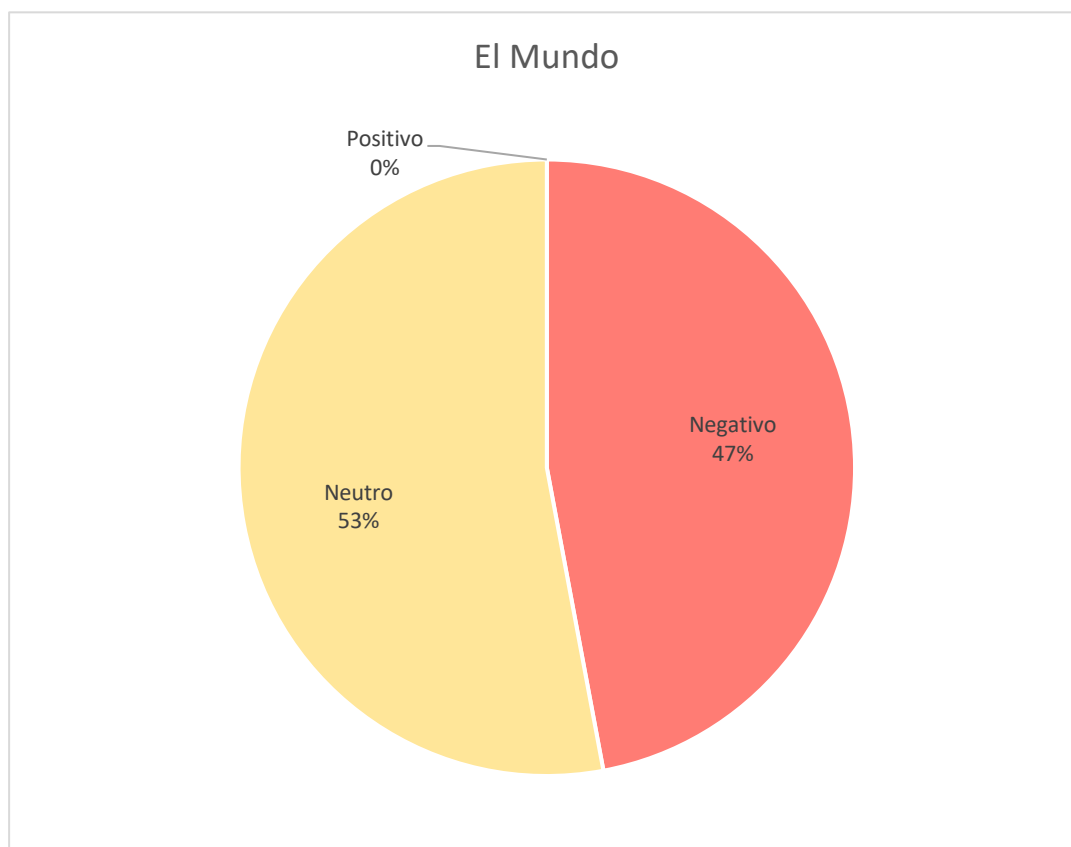
Fuente: Elaboración propia.

Estos datos en conjunto revelan que la prioridad de la prensa española en ese momento fue informar a la población sobre los hechos que estaban aconteciendo a su alrededor. Más de la mitad de las noticias analizadas (62%) no ejerce juicio de valor ante las acciones comunicativas. Por el contrario, el siguiente porcentaje más alto de este gráfico, el porcentaje de noticias con un valor negativo (32%), arroja una señal clara de confirmación hacia nuestra hipótesis, puesto que dentro de estos artículos existe una desaprobación explícita hacia la gestión del Gobierno para con sus ciudadanos durante la pandemia por coronavirus en España.

Dentro de las 17 noticias analizadas del diario *El Mundo* encontramos un total de 8 mensajes periodísticos que califican con un valor negativo las acciones comunicativas llevadas por el Gobierno de España. Se debe señalar que sólo se

da un caso de distinción en la enunciación del discurso en este diario. Esta distinción se detecta en una noticia de valor negativo, con una enunciación imperativa, es decir, además de tener un valor negativo el autor de dicho texto expresa una orden o mandato en él con el objetivo de crear una reacción en los aludidos en el propio texto. Por otro lado, son 9 los mensajes neutros (informativos) los que completan el total de artículos analizados. El diario *El Mundo* no emitió ningún texto con valor positivo en el periodo de análisis.

Gráfico 2. Noticias El Mundo.



Fuente: Elaboración propia.

En el gráfico del diario *El Mundo* podemos observar que los mensajes producidos de carácter negativo casi son más de la mitad. Este aspecto se relaciona un aspecto más tajante y con una visión clara sobre los pasos a seguir del Gobierno en España en esta época de la crisis. Si bien la mayor parte de las noticias son

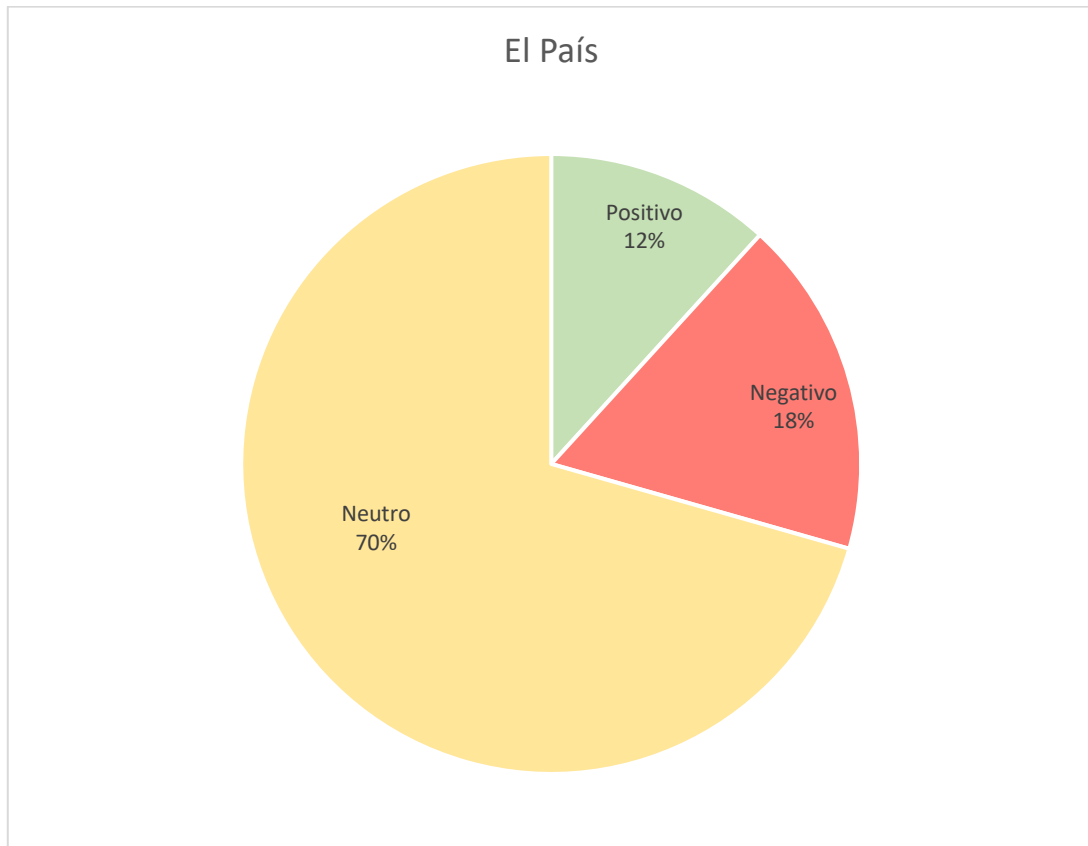
negativas, todos los textos con género de opinión son negativos. De esta manera, entendemos que la línea editorial del periódico desaprobaba cómo se estaban gestionando las acciones de La Moncloa, en todas sus vertientes. Esto nos lleva a otro índice de corroboración de la hipótesis planteada.

En cuanto al diario *El País*, de las 17 noticias examinadas se hallan 3 noticias que ejercen un valor negativo hacia el objeto de estudio. Por otra parte, este diario sí que emitió noticias con un valor positivo, concretamente 2 fueron los mensajes con un mensaje de aprobación hacia dichas acciones comunicativas del Gobierno, de las cuales una de ellas posee una enunciación discursiva imperativa. En este, el autor, además de avalar las intenciones de las instituciones españolas, demanda ciertas ideas que pueden ayudar a mejorar la situación (no se limita a hacer un juicio de valor). Finalmente, las noticias de carácter neutro completan el análisis con un número total de 12 mensajes.

El gráfico del diario *El País* hallamos varios cambios con respecto al anterior, la única similitud es que las noticias neutrales-informativas son las mayoritarias. Aunque, hasta en ese aspecto se diferencian. Los mensajes con un valor negativo son pocos (18%), no obstante, no restan importancia con respecto a una idea crítica, y de desaprobación, con los hechos ocurridos. Sin embargo, es cierto que, en algunos momentos, pone en valor en ciertos artículos (12%) aquellas acciones que ven que se están haciendo bien.

La diferencia que se destaca entre el periódico *El Mundo* y *El País* radica en sus noticias informativas. Por una parte, *El Mundo* da la impresión de ser un periódico con ideas editoriales claras, no se ven titubeos entre los géneros periodísticos, si una noticia es informativa, es informativa, y si es un editorial que juzga con un valor negativo, lo hace contundente y firmemente. Por el contrario, *El País*, podemos esclarecer, va más allá he intenta hacer una reflexión global del todo. La línea editorial intenta desgranar varios aspectos que conformen una información híbrida para la sociedad. Por ello, con el transcurso del análisis de las noticias de este periódico se tuvo que poner muy en cuenta la enunciación del discurso, ya que era el factor diferenciador que hacía desnivelar la balanza cuando existía la duda de si un texto era negativo, positivo o neutral con una intención en concreto.

Gráfico 3. Noticias *El País*.



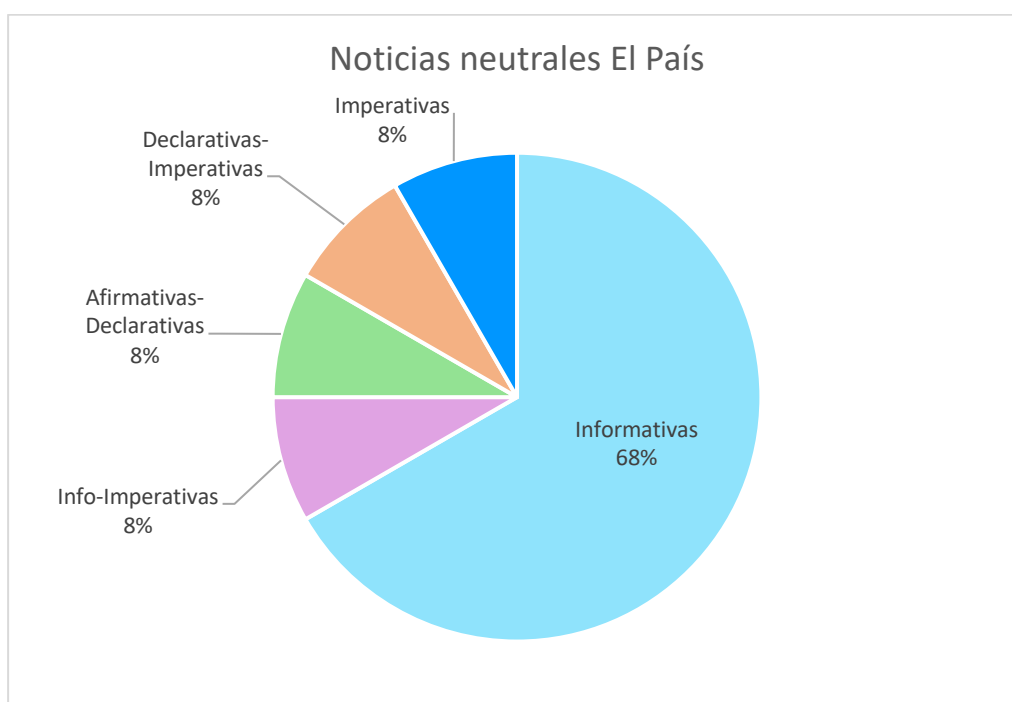
Fuente. Elaboración propia.

En relación con esta característica, dentro de la categoría de noticias neutrales, debemos decir que en las 12 noticias (70%) se detectaron varios tipos de enunciación discursiva, lo que llevó a realizar una clasificación en detalle para una mejor calidad y comprensión del propio análisis. De tal manera, dentro de las noticias neutrales del diario *El País* tenemos cinco categorías a destacar donde las informativas, con 8 mensajes (68%), poseen el mayor peso del gráfico íntegro. Las 4 noticias restantes, se dividen cada una en las siguientes categorías: informativa-imperativa; declarativa-imperativa; afirmativa-declarativa; e imperativa. Todas ellas representando un 8% cada uno en la estadística.

La enunciación del discurso en estos artículos ha sido factor de distinción indispensable a la hora de analizar porque significa un juicio de valor, pero un juicio de valor exigiendo o declarando un hecho necesario para la sociedad

dentro de un tono neutral-informativo. Puestos a determinar esta cabecera ha apostado por un intento de objetividad ante los hechos ya que a gestión de comunicación de crisis no es una acción fácil de aplicar, mucho menos si se trata de una crisis sanitaria. Los editoriales que no se han posicionado directamente en una desaprobación en este periódico han intentado sacar lo malo y lo bueno para poder exigir al Gobierno una mejora en las circunstancias acaecidas.

Gráfico 4: Noticias neutras El País.



Fuente: Elaboración propia.

La distinción de las noticias informativas adquiere un valor sustancial en determinadas frases que hacen que el texto periodístico no se estaque en una mera información neutral. La noticia en sí pasa a ser un discurso activo donde quiere provocar en el lector una reacción. Y no solamente en el lector, sino en los protagonistas y la sociedad en general, ya que en varios casos los ciudadanos también son protagonistas en los propios textos (ejemplo: *La hora de los ciudadanos*, Editorial de *El País*, 15/03/2020).

Conclusiones

Las acciones comunicativas emitidas por una empresa en situación de crisis tienen un objetivo claro: salvaguardar la imagen de esta. En nuestro caso de estudio la entidad, el Gobierno de España, pretendía conservar su imagen y, a su vez, mantener a la población española lo mejor informada posible para que las circunstancias a resolver fueran factibles y resolutivas, ya que la participación ciudadana cumplía un papel clave en la conclusión de la crisis sanitaria.

La comparecencia analizada y los mensajes periodísticos examinados vislumbran cuál ha sido la calidad comunicativa emitida dentro del periodo de estudio. Si bien se observan algunas distinciones que otorgan un valor positivo y de aprobación, se debe formular la respuesta respetando los porcentajes de los resultados que avalan la investigación.

Por lo tanto, basándonos en el incumplimiento de una cantidad de principios tácticos de la comunicación en crisis hallados, a pesar de acertar en otros, se determina que el Gobierno de España no supera con los pasos necesarios para llevar a cabo una estrategia adecuada política/institucional ante una crisis, como ha sido la COVID-19.

De esta manera, así lo avalan los once mensajes periodísticos de valor negativo, que muestran desaprobación, de los dos diarios de gran tirada nacional analizados. Ciertamente es que la mayoría de las noticias que han sido sujeto de estudio son de valor informativo (debido a la naturaleza de su categoría y género periodístico: noticia), no obstante, los artículos que contraen un mayor peso en cuanto a opinión dentro de un periódico son los editoriales de estos, los cuales son los que conforman esos once mensajes negativos.

Consecuentemente, la gestión comunicativa de la crisis en el periodo de estudio no fue adecuada. Esta gestión ha generado errores en la comparecencia y en la rueda de prensa con los periodistas. A pesar de que se ejecutaron acciones positivas, los errores cometidos se ensalzan en detrimento de estas. La hipótesis de que la gestión no fue correcta queda confirmada.

6. REFERENCIAS

AIM (2020. 1ª Ola). Estudio General de Medios. Recuperado el 18 de mayo de 2020, de <https://reporting.aimc.es/index.html#/main/diarios>

Bonilla-Aldana, D. K., Willamil-Gómez, W. E., Rabaan, A. A., & Rodríguez-Morales, A. J. (2020). Una nueva zoonosis viral de preocupación global: COVID-19, enfermedad por coronavirus 2019. *Latreia*, 33(22).
<https://revistas.udea.edu.co/index.php/iatreia/article/view/341260>

Centro de Coordinación de Alertas y Emergencias Sanitarias. (2021, enero). *Información científica -técnica: Enfermedad por coronavirus, COVID-19*. Ministerio de Sanidad.
<https://www.mscbs.gob.es/profesionales/saludPublica/ccayes/alertasActual/nCoV/documentos/ITCoronavirus.pdf>

CANAL, M. J. (2006). *Comunicación política. Una guía para su estudio y práctica* (2ª ed.). Tecnos.

CIS. (2020, enero). *Barómetro de enero de 2020* (Estudio nº3271).
http://www.cis.es/cis/export/sites/default/Archivos/Marginales/3260_3279/3271/es3271mar.pdf

Colaboradores de Wikipedia. (2021). *Anexo: Cronología de la pandemia de COVID-19 en España - Wikipedia, la enciclopedia libre*. Wikipedia.
https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Cronolog%C3%ADa_de_la_pandemia_de_COVID-19_en_Espa%C3%B1a

DE LA HOZ, F. K. (2006, 1 julio). *La Unión Europea ante las crisis sanitarias | Revista de Administración Sanitaria Siglo XXI*. Vol.4 Núm.3.
<https://www.elsevier.es/es-revista-revista-administracion-sanitaria-siglo-xxi-261-articulo-la-union-europea-ante-crisis-13094673>

DE LA HOZ, K. F. (2016, 9 noviembre). La comunicación en crisis sanitarias: perspectiva de las administraciones públicas = Health crises communication: public administration perspective | *REVISTA ESPAÑOLA DE COMUNICACIÓN EN SALUD*. RECS Vol.5, No 1 (enero-junio 2014). <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/RECS/article/view/3349>

GARCÍA, E. (2017). *Comunicación de crisis en los gabinetes de prensa sanitarios. Análisis de la producción periodística y de la información publicada sobre la gripe A - E-Prints Complutense*. UCM. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/41935/>

GÉRVAS, J., & HERNÁNDEZ-AGUADO, I. (2009). *Aciertos y errores en la gestión de las crisis de salud pública en España*. Vol.5 No 1. Ene./feb. 2009 <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2912828>

GÉRVAS, J., & MENEU, R. (2010, 1 diciembre). Las crisis de salud pública en una sociedad desarrollada. Aciertos y limitaciones en España. *Informe SESPAS 2010 | Gaceta Sanitaria*. <https://www.gacetasanitaria.org/es-las-crisis-salud-publica-una-articulo-S0213911110002554>

Gómez, J. L., & Palau, D. (2013). *Métodos y técnicas de análisis y registro para investigar la calidad periodística*. Vol.24 Núm. S1. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4229831>.

LAMATA, F. (2006, 1 julio). Crisis sanitarias y respuesta política | *Revista de Administración Sanitaria Siglo XXI*. Vol.4 Núm.3. <https://www.elsevier.es/es-revista-revista-administracion-sanitaria-siglo-xxi-261-articulo-crisis-sanitarias-respuesta-politica-13094669>

MICALETTO, J. P., & GALLARDO, L. (2015). *La comunicación institucional en la crisis del ébola en Europa: el caso de la crisis española de 2014 en sus inicios*. Vol. 5, Nº. 9 (enero-junio), 2015. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5103484>

MORENO, E. (2008). *Gestión de la información y la comunicación en emergencias, desastres y crisis sanitarias*. Vol. 20, Nº. 2, 2008, págs. 117-124.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2580937>

RTVE. (2020, 31 julio). *La cronología de la pandemia de coronavirus*. RTVE.es.
<https://www.rtve.es/noticias/20200315/cronologia-pandemia-coronavirus-espana/2009925.shtml>

Vidal, F. (2013). Medios y crisis: Una nueva visión sobre la estrategia de respuesta. En H. G. Hernández (Ed.), *Investigando la comunicación en crisis* (pp. 146–147). Tecnológico de Monterrey.
https://www.academia.edu/download/32924215/Vidal-Hernandez_Nueva_vision.pdf