

Lo que queda tras la pandemia: Consecuencias de la COVID en la política y su relación con los medios y la sociedad.

*Pandemic outcomes: COVID aftermath in Politics and its relations
with media and society.*



J. Pedro Marfil
Universidad Camilo José Cela.
@JPedroMarfil

Resumen

La pandemia de la COVID ha producido una serie de cambios en la política, la relación de los representantes con los medios de comunicación y la sociedad. El uso de herramientas digitales ha facilitado la gestión y ha hecho posible que determinadas acciones se mantengan a pesar del confinamiento o las restricciones sanitarias. El presente artículo hace un breve recorrido por algunas de estas consecuencias y su impacto en España.

Palabras clave

Política; comunicación; medios de comunicación; pandemia; COVID.

Abstract

The COVID pandemic has brought about changes in politics and on the relationship of representatives with the media and society. The use of digital tools has provided management and made it possible for certain actions to continue despite confinement or health restrictions. This article takes a brief look at some of these consequences and their impact in Spain.

Keywords

Politics; communication; media; pandemic; COVID.

«Dada la situación excepcional provocada por la pandemia de la COVID-19 (...)» así comenzaban y comienzan muchas intervenciones y comunicados en espacios públicos en los que hasta marzo de 2020 se actuaba con lo que se conocía como «normalidad». El virus sesgó planes, se llevó vidas y trastocó proyectos. Algunos de los cuales han logrado retomarse, otros, no. La política, al igual que cualquier otro elemento de la vida de los ciudadanos, no ha sido ajena a lo ocurrido y también parece querer desmerecerse de lo ocurrido durante más de un año y medio.

La pandemia ha supuesto un catalizador para que el uso de tecnologías que estaban ya a disposición de todos se incrementase. Reuniones, quedadas con amigos, conferencias o grupos de trabajo han migrado hacia entornos virtuales difuminando la importancia de la presencialidad y aportando nuevas perspectivas en el ámbito laboral y político.

El primer cambio visible a los ojos de todos se produjo con la llegada de las ruedas de prensa a través de plataformas de videoconferencias. Concretamente, en lo relativo a las intervenciones de los medios de comunicación. Los partidos y las instituciones tomaron momentáneamente el control de la comunicación, pudiendo filtrar más aún las preguntas de los medios y decidiendo quién y qué preguntaba. Bien es cierto que esto no dista mucho del desarrollo de cualquier rueda de prensa en la actualidad –el portavoz elige quién le pregunta– pero sí hubo momentos en los que algunas instituciones pidieron a los medios sus preguntas (El Confidencial, 2020). La excusa era lograr un desarrollo más fluido de las ruedas de prensa telemáticas. Afortunadamente, la injerencia quedó en algo puntual y los medios continúan preguntando con libertad siempre que es posible. Pero la anécdota mostró algo significativo, muchas instituciones continúan temiendo a los medios y recelan de sus profesionales. Esto es sintomático de la necesidad de concienciar sobre el papel de la comunicación en democracia, de la transparencia y de una visión estratégica de este negociado.

El uso de herramientas telemáticas también provocó cambios en la gestión interna de los partidos. Durante la primera etapa de la pandemia, algunas formaciones y líderes optaron por mantenerse en un segundo plano ante la alta volatilidad de la situación y para tratar de evitar el posible desgaste. Pasados los primeros compases de ésta, las organizaciones se vieron obligadas a retomar su actividad en un contexto marcado por las limitaciones de movilidad y aforo. La adversidad provocó la emergencia de liderazgos capaces de hacer frente a la situación no solo a través de la adopción de medidas y la gestión, sino también a través de la concienciación y el ejemplo. La labor pedagógica de hombres y mujeres que fueron capaces de mostrar su empatía con la ciudadanía forjó referentes que se han mantenido en momentos posteriores. Lo interesante de todo ello es que, en muchas ocasiones, a pesar de que los niveles de competencia fuesen autonómicos o nacionales, fueron representantes locales quienes mejor encarnaron el sentir de la comunidad y quienes lograron diferenciarse y mostrar un estilo propio.

Estos nuevos liderazgos han continuado por los derroteros que el empleo de la tecnología empezó a marcar hace más de una década. Las narrativas, cada vez más emocionales (Arias Maldonado, 2016) son sintomáticas de la traslación de mensajes propios de la esfera privada hasta la arena pública lo

cual, en el transcurso de la pandemia, ha provocado escenarios interesantes. Sin ir más lejos, las intervenciones de Trudeau (Canadá), Johnson (Reino Unido) o Sánchez (España) mostraron diferentes estilos a la hora de trasladar mensajes similares (Hernández-Herrarte, Marfil, Zamora y Santiago, 2022). En la esfera local, esta disparidad también se ha producido con figuras capaces de liderar la concienciación y mostrar la importancia de las medidas en marcha para recuperar lo antes posible la normalidad.

Mención aparte merece la figura de los líderes autonómicos quienes durante la gestión de la pandemia han recibido cotas de visibilidad inusitadas. Algunos, por encima incluso de los propios dirigentes de sus partidos, como en el caso de la Comunidad de Madrid. El hecho de que las competencias en Sanidad recaigan en este escalafón del Estado dotó de protagonismo al manido concepto de la cogobernanza, palabra habitualmente mal empleado (Monge, 2020), para referirse a mecanismos de coordinación entre diferentes niveles de la administración. Así, muchas autonomías aprovecharon la coyuntura para tratar de mostrar su capacidad de gestión y para consolidar sus modelos políticos en el medio plazo. Los procesos electorales en Euskadi y Galicia (2020); y Madrid y Cataluña (2021) dieron continuidad a los partidos o coaliciones de gobierno con la única excepción de la comunidad catalana.

Precisamente, las campañas electorales también se adaptaron a la coyuntura. Durante los últimos diez años, los partidos se adaptaron a la atomización de los espacios parlamentarios y mediáticos provocada por la emergencia de nuevas formaciones políticas (Delgado Sotillos, 2020). Esto provocó una mayor competitividad electoral y narrativa con el fin de lograr visibilidad en los medios para lograr trasladar las propuestas y mensajes a los electores. Durante la pandemia, los actores políticos han tenido que competir no solo con sus rivales, sino también con dos elementos clave: los cambios en las prioridades de la opinión pública y el interés mediático, copado por el devenir de la situación sanitaria. Más allá de las limitaciones logísticas de aforos y la imposibilidad de organizar eventos multitudinarios, los partidos han tenido que formarse a marchas forzadas sobre propuestas de gestión sanitaria y por hacerlas llegar a los ciudadanos. Todo ello, en un contexto en el que los hábitos de consumo informativo han cambiado (Montaña, Ollé y Lavilla, 2020) y en el que la desinformación y los bulos han jugado un papel importante (Salaverría *et al.*, 2020) nuevamente, de la mano de la tecnología.

Las conclusiones que deja este tiempo son variadas. Algunas, evidentes en cierto modo, afectan al uso y potencial de las tecnologías como elemento central capaz de canalizar la gestión del día a día (también en política). Otras enseñanzas son de índole más humana. Unas atañen a la necesidad de más y mejor conocimiento no solo en ciencia, sino también en alfabetización mediática para saber distinguir el trigo de la paja, hacer llegar los mensajes y lidiar con el ruido. Otras relativas al ser, al uso del tiempo y a las prioridades. Estaría bien no olvidar el valor de un abrazo y el peso de los afectos con el prójimo en un contexto polarizado en el que la política no es, ni debe serlo todo.

Referencias bibliográficas

- Arias Maldonado, M. (2016): *La democracia sentimental: política y emociones en el siglo XXI*. Página Indómita.
- Delgado Sotillos, I. (2020): «La formación de gobiernos en sistemas multipartidistas: la paradoja del caso español». *Teoría y realidad constitucional*, 45: 261-290
- El Confidencial (2020, 5 abril): «Ruedas de prensa adulteradas: seis casos de cómo Moncloa elude el control de los medios». Disponible en: https://www.elconfidencial.com/espana/2020-04-05/ruedas-prensa-la-moncloa-casos-sec_2534680/
- Hernández-Herrarte, M.; Marfil, P.; Zamora, P. y Santiago, J. (2022): *Liderazgo ante el COVID-19: análisis comparativo de las emociones predominantes en los discursos de los principales líderes internacionales*. *Oralia Análisis del discurso oral* 25 (1) Pre impresión.
- Monge, C. (2020): «Cogobernanza, un término redundante». *El País*, 14 de mayo de 2020. Disponible en: <https://elpais.com/opinion/2020-05-13/cogobernanza-un-termino-redundante.html>
- Montaña, M.; Ollé, C. y Lavilla, M. (2020): «Impacto de la pandemia de COVID-19 en el consumo de medios en España». *Revista Latina De Comunicación Social*, (78): 155-167. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1472>
- Salaverría, R.; Buslón, N.; López-Pan, F.; León, B.; López-Goñi, I. y Erviti, M. C. (2020): «Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la COVID-19». *El profesional de la información*, 29(3).