

## **EL DESARROLLO DE LA CRISIS DEL COVID-19 EN ESPAÑA: GESTIÓN DE LA CRISIS Y PERCEPCIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA**

**MARTA REBOLLEDO**

*Profesora de comunicación política y subdirectora del Máster en  
Comunicación Política y Corporativa en la Universidad de Navarra*

El 14 de marzo fue un día que todos los españoles recordaremos para siempre y que formará parte de nuestro imaginario. Aquel día a las 20:00h de la tarde, el presidente Pedro Sánchez se dirigía a la ciudadanía en rueda de prensa para declarar el estado de alarma en España durante quince días debido a la propagación de la pandemia del coronavirus. Tras los primeros quince días de confinamiento, luego llegarían otros quince, y otros más. Desde entonces, muchas son las preguntas que se nos agolpan en nuestra mente y diversos los debates que ha desencadenado, y sigue desencadenando, la crisis del COVID-19 en la opinión pública.

### **Los primeros momentos de la crisis y el cambio abrupto de escenario**

Si algo caracteriza esta primera fase es la rapidez con la que se suceden los hitos relativos a la aparición del coronavirus y un cambio de escenario abrupto. En España se pasa en tan solo una semana de llevar una vida normal a estar confinados en casa, sin escenarios intermedios o situaciones progresivas en cuanto a restricciones. ¿Cómo llegamos a esta situación?

Si tenemos que fijar día y lugar donde se inicia la crisis del

coronavirus, hay que retrotraerse al 31 de diciembre en la ciudad de Wuhan, capital de la provincia de Hubei. Aquel día, las autoridades de esa localidad china detectaron ciertos casos atípicos entre su población. Un mes más tarde, la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaraba el estado global de emergencia de salud pública. En España el primer caso detectado por el COVID-19 es el 31 de enero en la isla de La Gomera. El 24 de febrero el virus salta a la península con la detección de infectados en la Comunidad de Madrid, Cataluña y la Comunidad Valenciana. A partir de entonces, el goteo de contagiados es continuo. El primer muerto confirmado tuvo lugar el 13 de febrero y lo supimos tres semanas después de que en realidad pasara.

Mientras se sucedían casos nuevos y fallecimientos, otros temas de diferente índole completaban la agenda mediática-política. El 12 de febrero el Mobile World Congress decide cancelar definitivamente su celebración ante la sucesión de bajas de distintas empresas participantes. El debate entonces giraba en torno a si era una medida excesiva o si realmente era necesaria. En ese momento, había más de 59.000 infectados y más de 1.200 fallecidos en el mundo. El 19 de febrero se celebra el partido de la Champions League entre los equipos del Atalanta y del Valencia en Milán, dentro de una normalidad aparente: un estadio de fútbol abarrotado con seguidores de ambos equipos. Desde los primeros días de marzo, el tema principal de la agenda del gobierno es la celebración del Día Internacional de la Mujer el 8 de marzo, animando a la ciudadanía a participar en ella y aprovechando la ocasión para la presentación de la ley de libertad sexual. En ese momento, hay 1.231 casos y 30 fallecidos en España; 11.428 casos y 4.025 fallecidos en el mundo. A principios de esa semana, el calendario para la celebración de las Fallas en Valencia a mediados de marzo sigue su curso normal, y no se ve necesidad alguna por parte del ministerio de Sanidad de suspender dichas fiestas, ni tampoco actos ni concentraciones. El 11 de marzo la OMS pasa a calificar el brote de coronavirus de «pandemia»,

considerándolo así como un problema global. Entonces, se registraban más de 126.000 positivos y más de 4.600 muertes en 114 países. El 15 de marzo se declara el estado de alarma en España.

### **La gestión del gobierno y la percepción de la opinión pública**

Una acción clave en toda gestión de crisis es adelantarse a posibles escenarios que puedan darse y, en consecuencia, tomar las decisiones oportunas para evitar situaciones no deseadas, o al menos minimizar los efectos negativos. Además, es en momentos de crisis cuando precisamente más esfuerzos se deben dedicar a la comunicación. ¿Qué función principal tiene la comunicación desde el gobierno? Por un lado, informar a los ciudadanos de la situación y transmitirles seguridad y confianza mediante las medidas que se vayan a adoptar; por otro, hacerles ver la gravedad sin caer en el alarmismo.

Un aspecto positivo que se hizo desde el ejecutivo desde el primer momento fue poner a un experto en primera línea de la comunicación: Fernando Simón, el director de Alertas y Emergencias Sanitarias, aparecía día tras día en ruedas de prensa, actualizando los datos relativos al virus, explicando su evolución y concienciando a los ciudadanos de las medidas que debían tomar. Sin embargo, el presidente Sánchez no aparece públicamente por la gestión del COVID-19 hasta el día 9 de marzo. Sus primeras palabras las pronuncia en un encuentro con empresarios, tras presidir por primera vez el comité del seguimiento del coronavirus. El hecho de que el máximo dirigente del país no se dirija antes a sus ciudadanos para tratar la situación vírica transmite este mensaje a la opinión pública: ni él mismo había otorgado al asunto la importancia que requería en sus inicios. Según un estudio de Ipsos realizado a nivel global a mediados de marzo, la población en España tiene una valoración moderada sobre la gestión de la crisis desde las instituciones, siendo la OMS el organismo que genera más confianza y el gobierno de España el que tiene una valoración

más baja, lo que tendría que ver no tanto con las medidas tomadas sino con el retardo en su aplicación. En esta línea, los españoles asumimos que se tardará más de lo previsto en controlar esta situación debido en parte a la respuesta poco contundente desde el ejecutivo.

Tras la fase inicial de la crisis, los ciudadanos se adaptan a la situación inusual en la que se ven sumidos, mientras los datos en cuanto a casos y fallecimientos por el coronavirus siguen en aumento, y así la famosa curva toma vuelo. A ello se suman noticias acerca de la carencia de equipamientos por parte del personal sanitario, además de confusas revelaciones sobre compras fallidas y retrasos en entregas del material que se esperan desde las comunidades. ¿Se podía haber hecho algo para haber controlado la expansión del virus por el mundo?, ¿hasta qué punto los datos sobre el número de contagiados y fallecimientos que proporcionan las fuentes gubernamentales regularmente se corresponden con la realidad?, ¿hasta cuándo vamos a tener que quedarnos encerrados en casa? Es el momento en que la gestión de las emociones adquiere visibilidad.

Las emociones, y más en situaciones de crisis, sirven como herramienta a los ciudadanos para interpretar y dar sentido a lo que está pasando. Precisamente, para comprender un mundo complejo y globalizado, en *Geopolitics of Emotion*, Dominique Moisi defiende la necesidad de comprender las emociones de sus ciudadanos (Moisi, 2010). Si bien tradicionalmente han estado relegados a un segundo plano, la investigación académica afirma que los sentimientos son fuentes de información para la valoración de la toma de decisiones de los votantes y ciudadanos: los sentimientos que las personas tienen hacia un candidato en particular influyen en la evaluación de problemas políticos.

Curiosamente, España es uno de los países que más preocupación presenta respecto a la amenaza que supone el coronavirus, siendo un 84 % el grado de amenaza a nivel mundial y un 65 % para el país. Asimismo, la percepción de

amenaza personal va en aumento a medida que las medidas de contención se endurecen. En esta línea, una parte relevante de la investigación sobre emociones y comportamiento político se basa en la teoría de la inteligencia afectiva que se centra en las consecuencias de las emociones (Marcus, G. E., Neuman, R. & MacKuen, M., 2000), siendo el miedo y la ira las emociones que más llevan a la movilización; se llega incluso a situar a la ansiedad como la emoción nuclear que mueve y organiza la sociedad (de hecho, la ansiedad suele señalarse como la enfermedad por excelencia del siglo XXI).

Normalmente, en situaciones de amenazas o crisis nacionales, los gobiernos automáticamente llaman a la unidad para poder afrontar las dificultades; es entonces cuando surge el denominado «*rally around the flag*» (unirse en torno a la bandera), en donde los ciudadanos, ante la sensación de inseguridad y de incertidumbre frente a una amenaza, prefieren unirse en torno al presidente. Curiosamente, numerosos líderes nacionales, que se encontraban en índices bajos de apoyo popular antes de la crisis sanitaria, están viéndose reforzados por su gestión, según señalan encuestas tales como la de YouGov. Pero Pedro Sánchez parece ser la *rara avis* en cuanto al apoyo de los españoles en esta gestión de crisis, como han señalado varias encuestas recogidas en medios.

¿Cómo será nuestra vida una vez que la situación se normalice?, ¿se repetirá la situación frente a otras amenazas víricas en el futuro? Las dudas nos van a seguir asaltando una vez se vuelva a un supuesto escenario de «normalidad». Las consecuencias de diferente calado (psicológicas, físicas, sociales, económicas, etc.) que tendremos que afrontar como sociedad y seres humanos nos llevan a vislumbrar posibles escenarios cuyo factor común es la incertidumbre. Una buena comunicación de gobierno será aquella que transmita de manera transparente y clara los hechos, que explique el porqué de las medidas tomadas; pero también que sepa conectar con los ciudadanos para crear un clima de confianza que lleve a disminuir el nivel de ansiedad con el que vamos a convivir.

## Bibliografía

- Estudio de la opinión pública acerca de la crisis del coronavirus, Ipsos – Informe España 13-15 de marzo, 17 de marzo de 2020.  
[https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2020-03/estudio\\_de\\_la\\_opinion\\_publica\\_sobre\\_la\\_crisis\\_del\\_coronavirus.pdf](https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2020-03/estudio_de_la_opinion_publica_sobre_la_crisis_del_coronavirus.pdf)
- Marcus, G. E., Neuman, R., & MacKuen, M. (2000). *Affective intelligence and political judgment*. Chicago: University of Chicago Press.
- Moisi, D. (2010). *Geopolitics of emotions: How Cultures of Fear, Humiliation, and Hope are Reshaping the World*, Nueva York: Anchor.
- Visualización de casos de COVID-19 en Worldometer.  
<https://www.worldometers.info/coronavirus/>