

Pandemia y guerra: narrativas de crisis y liderazgo.

Análisis de las estrategias discursivas presidenciales en el inicio de la pandemia del COVID-19

Pandemic and war: crisis narrative and leadership.
Analysis of the presidential speeches at the beginning of the
COVID-19 pandemic

José Manuel Pérez Tornero. Universidad Autónoma de Barcelona. España.

josemanuel.perez@uab.es

[CV]  

Carles Marín Lladó. Universidad Rey Juan Carlos. España.

carles.marin@urjc.es

[CV]  

Laura Cervi. Universidad Autónoma de Barcelona. España.

laura.cervi@uab.cat

[CV]  

El presente trabajo ha sido financiado por la red de excelencia “Red Innonews: Innovación de los informativos en la sociedad digital” (Identif: CSO2017-90819-REDT), en la que participan la Universidad Autónoma de Barcelona, la Universidad de Santiago de Compostela, la Universidad de Sevilla y la Universidad Jaume I de Castellón. Fecha de inicio y término de la investigación: 2018-2020.

Cómo citar este artículo

Pérez Tornero, J. M., Marín Lladó, C. y Cervi, L. (2021). Pandemia y guerra: narrativas de crisis y liderazgo. Análisis de las estrategias discursivas presidenciales en el inicio de la pandemia del COVID-19. *Revista Latina de Comunicación Social*, 79, 1-21. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1500>

RESUMEN

Introducción. Las crisis provocadas por acontecimientos imprevistos como el COVID-19 ponen a prueba las capacidades de comunicación y liderazgo de los actores políticos. Como respuesta, estos políticos establecen estrategias comunicativas que buscan redefinir y reforzar su liderazgo (y su imagen) ante la opinión pública. **Metodología.** Este texto analiza el desarrollo de algunas de las estrategias llevadas a cabo por los líderes políticos de los tres países europeos más afectados en la primera ola de la pandemia del COVID-19: Emmanuel Macron (Francia), Giuseppe Conte (Italia) y Pedro Sánchez (España). El análisis se basa en la semiótica generativa y se centra en el estudio de las dimensiones semionarrativa, semántica y discursiva. **Resultados.** En el caso concreto de la pandemia del coronavirus, tales narrativas introducen cuestiones relacionadas con la guerra y el combate. De este

modo, facilitan la aparición de subencuadres como la heroicidad y el patriotismo. **Discusión.** Existe una gran similitud entre todos los discursos analizados a la hora de valerse de la secuencia narrativa propia de la realización del héroe. Pero ni la diferencia de contexto político, ni la diversa evolución de la pandemia en cada uno de los países analizados, así como tampoco el diferente estatuto político de los líderes, conlleva una diferenciación en sus bases narrativas y en sus encuadres bélicos. **Conclusiones.** Se confirma que las nuevas narrativas se originan en los órdenes discursivos tradicionales como el bélico y el épico-heroico y se destaca una novedad: el papel que juega la ciencia en el acompañamiento de este discurso.

PALABRAS CLAVE: Comunicación política; comunicación de crisis; liderazgo; narrativa; metaforización.

ABSTRACT

Introduction. Crises caused by unforeseen events such as COVID-19 challenge political actors' communication and leadership abilities. In response, these politicians establish communication strategies that seek to redefine and reinforce their leadership (and their image) before public opinion. **Methodology.** This text analyzes the development of some of the strategies carried out by the political leaders of the three European countries mostly affected by the first wave of the COVID-19 pandemic: Emmanuel Macron (France), Giuseppe Conte (Italy) and Pedro Sánchez (Spain). The analysis is based on generative semiotics and focuses on the study of the semi-operative, semantic and discursive dimensions. **Results.** In the specific case of the coronavirus pandemic, such narratives introduce issues related to war and combat. In this way, they facilitate the appearance of sub-frames such as heroism and patriotism. **Discussion.** There is great similarity between all the discourses analyzed when making use of the narrative sequence of the hero's realization. Neither the different political context, nor the diverse evolution of the pandemic in each of the countries analyzed, as well as the different political status of the leaders, entails a differentiation in their narrative bases and in their war frameworks. **Conclusions.** It is confirmed that the new narratives originate in traditional discursive orders such as the warlike and the epic-heroic and a novelty stands out: the role that science plays in accompanying this discourse.

KEYWORDS:

Political communication; crisis communication; leadership; narrative; metaphorization.

CONTENIDO

1. Introducción. 2. Marco conceptual. 2.1. Liderazgo. 2.2. Crisis. 2.3. El liderazgo en tiempo de crisis. 3. Justificación y objetivos. 4. Metodología. 5. Resultados. 5.1. Los discursos de Macron. 5.1.1. El sujeto colectivo francés: una gran nación. 5.1.2. Liderazgo *macroniano*. 5.2. Los discursos de Conte. 5.2.1. El sujeto colectivo italiano: Italia como actante y destinador. 5.2.2. La presentación de Conte como líder. 5.3. Los discursos de Sánchez. 5.3.1. El sujeto colectivo español: España como actante. 5.3.2. El Liderazgo de Sánchez. 6. Conclusiones. 7. Referencias

1. Introducción

Los momentos de crisis, como la provocada por la pandemia mundial del COVID-19, erosionan las rutinas discursivas políticas de una sociedad (Krzyżanowski, 2019) y son enfrentadas a problemas urgentes que exigen acciones extraordinarias, tanto por parte de la ciudadanía como de sus instituciones políticas (Christensen et al., 2016). Son momentos que cuestionan la estabilidad del orden discursivo vigente en tres aspectos, como mínimo: a) las formas habituales de comunicación

política (Bennett y Pfetsch, 2018); b) la percepción social de la realidad (Boin, Kuipers y de Jongh, 2019); y c) las modalidades del liderazgo político (Anderson, 2018).

En estos momentos críticos, los líderes políticos y las instituciones ponen en marcha procesos orientados a recuperar la estabilidad perdida mediante estrategias que van desde el intento de recuperar y reparar el orden discursivo alterado hasta la proposición de nuevas formas de organización discursiva (Losada Díaz, Rodríguez Fernández y Paniagua Rojano, 2020). Es en este contexto cuando emergen nuevas narrativas (Valdivia, 2020) que, a menudo, tienen origen en órdenes discursivos tradicionales (Holmgreen y Huang, 2020; Sabucedo, Alzate y Hur, 2020).

En este artículo analizaremos, específicamente, la forma narrativa del discurso político de los presidentes de los tres países europeos en los que la crisis del COVID-19, en su primera ola, se presentó con mayor intensidad: Emmanuel Macron (Francia), Giuseppe Conte (Italia) y Pedro Sánchez (España).

Estudiaremos la sintaxis narrativa de sus intervenciones discursivas y cómo estas tratan de reconfigurar el enfoque y el marco con el que afrontan la pandemia y, al mismo tiempo, redefinen el papel que se atribuye a los diferentes actores que aparecen en el discurso.

2. Marco conceptual

2.1. Liderazgo

La definición del concepto de liderazgo político, a pesar de ser fundamental para comprender los procesos políticos, resulta complicada. Son muchas las disciplinas que han contribuido al estudio del liderazgo, como es el caso de la teoría política, la historia, la psicología y los estudios de gestión (Anderson, 2018; Boriello, 2017). Pero la definición mayoritariamente aceptada se concreta en el conjunto singular de relaciones de poder e influencias que se ejerce sobre una amplia gama de áreas temáticas, destacadas a nivel nacional y mundial, y desde el que se erige en una posición de preponderancia autorizada que involucra ideologías y ética (Blondel y Thiebault, 2010).

El concepto de liderazgo es, por lo tanto, relacional (Fabbrini, 1999): los líderes políticos obtienen inicialmente una autoridad a través de las urnas, pero esa autoridad queda sujeta potencialmente a desafíos constantes y latentes, pues tendrán que legitimarse a través del discurso. A partir de él, y de su variedad de estilos, los líderes ofrecen construcciones sociales de la realidad (Berger y Luckman, 1966).

En este sentido, en sociedades dominadas por los medios de comunicación (Pérez Tornero, 2020), y con un espacio político cada vez más mediatizado (Mazzoleni, 2017), los líderes se ven obligados a actuar de forma progresiva como auténticos actores mediáticos (Hepp, Hajarvard y Lundby, 2015). En particular la televisión, que ha ido jugando un papel fundamental en el proceso de personalización de la política (sobre todo a partir de los años noventa) y que ha provocado que el peso político del actor individual aumente con el tiempo, mientras que la centralidad del grupo político, es decir, el propio partido político, termina pasando a un segundo plano (Rahat y Sheaffer, 2007).

Algunos autores (Sampugnaro y Montemagno, 2021; Cervi y Roca, 2017) consideran que este fenómeno está causando una especie de americanización de la política; otros, en cambio, subrayan que los roles y los poderes pertenecientes a líderes políticos varían dependiendo del sistema político de un país u otro (Blondel y Thiebault, 2010). Sin embargo, existe un amplio acuerdo sobre la centralidad del discurso como constructor de realidades y como aspecto central del liderazgo contemporáneo.

2.2. Crisis

El concepto de crisis es quizás uno de los más debatidos en las ciencias sociales en los últimos tiempos (Krzyżanowski, 2019; Moffitt, 2015). Tal y como subrayan de Clercy y Ferguson (2016), las crisis “modernas” se transforman de forma paulatina en “crisis transfronterizas” (Boin, 2019), puesto que tienen la capacidad de traspasar fronteras geográficas y políticas y, al mismo tiempo, se convierten en desastres de proporciones internacionales que afectan y amenazan a múltiples y diferentes campos, tanto en el ámbito personal como en el profesional de los ciudadanos, sea cual sea su nivel social, económico y cultural. Son crisis que “saltan de un campo a otro”, desentierran problemas ya olvidados y los reconvierten en grandes amenazas de un alcance imprevisto (Arjen Boins, 2019).

Otros autores prefieren hablar de megacrisis que, además de tener un alcance global, originan diferentes crisis entrelazadas entre sí y conllevan cambios negativos y permanentes (Parrott, 2020); en palabras de Bruce Parrott (2020), generan una “*snowballing political agenda that makes individual danger harder to address*”. Y para ilustrarlo, nos sirven como ejemplos los ataques del 11 de septiembre en Nueva York, el tsunami asiático, el huracán Katrina, el SARS y la gripe aviar, la crisis financiera mundial o el desastre nuclear de Fukushima (Parrott, 2020).

Es por todo ello que la pandemia del COVID-19, desarrollada en prácticamente todo el mundo a lo largo del 2020, debe analizarse bajo el paraguas conceptual de una megacrisis (Boin, Lodge y Luesink, 2020; Parrott 2020), puesto que, además de su dimensión global y transversal, surge de improviso, produce un impacto considerable, e introduce cambios irreversibles. Por ello, la pandemia del coronavirus “requiere capacidades suplementarias de liderazgo” (Tourish, 2020; Tömmel, 2020), en el sentido de que son los propios líderes lo que pueden contribuir a solucionar, o también a empeorar, los procesos de crisis como la del caso que nos ocupa. (Ortega y Orsini, 2020).

2.3. El liderazgo en tiempo de crisis

La crisis y el liderazgo son fenómenos estrechamente ligados (Boin et al., 2016). De hecho, la gestión de una crisis es más que una respuesta operativa para minimizar las consecuencias de un evento terrible, ya que tiene un componente eminentemente político (Liu y Boin, 2020). Las propias crisis son construcciones sociales (Valdivia, 2020, Moffitt, 2015), etiquetas a las que las sociedades llegan colectivamente en sus esfuerzos por comprender una amenaza emergente y latente. Y ese proceso colectivo tiene naturaleza política, puesto que corresponde a gobiernos y administraciones dirigir y aportar soluciones en la gestión de las crisis (Liu y Boin, 2020). En este sentido, se pueden considerar como “fuerzas dinámicas en los procesos continuos de legitimación, deslegitimación y relegitimación” (T Hart y Boin, 2001) que rompen los marcos simbólicos familiares que refrendan el orden sociopolítico preexistente, dañando la legitimidad de los líderes e instituciones gubernamentales, pero también brindando oportunidades para reparar ese daño (Sorace, 2016). Dicho de otra forma: los actores políticos y sociales participan en una suerte de competencia sobre la construcción de los marcos de las crisis (de Clercy y Ferguson, 2016; Lakoff, 1991).

3. Justificación y objetivos

En este artículo estudiaremos los fragmentos más relevantes de los discursos oficiales retransmitidos por televisión de los líderes políticos de los tres países europeos con especial impacto durante la primera ola de la pandemia del coronavirus: Francia, Italia y España, con el objetivo de desvelar sus estrategias narrativas y analizar sus similitudes y diferencias.

En este sentido, seguiremos el método comparativo para identificar y explicar semejanzas y divergencias entre los casos estudiados (Mair, 1997) -a partir de las recomendaciones de Sartori (1991)-, y compararemos, *per genus et differentiam*, tres países que comparten muchas características históricas y culturales, que tienen sistemas políticos parecidos y/o comparables, y que pertenecen a un mismo modelo de sistema mediático. Es lo que Hallin y Mancini (2004) definen como Modelo Mediterráneo o de Pluralismo Polarizado, representados para el caso que nos ocupa como sistemas de gobierno diferentes: Francia es una república semipresidencial, Italia es una república parlamentaria y España una monarquía parlamentaria. Por lo tanto, se puede esperar que sus líderes muestren estrategias discursivas similares, pero también algunas diferencias contextuales con respecto a las oportunidades políticas y discursivas de cada caso concreto (Koopmans y Statham, 2010).

En cuanto a la selección de los discursos objeto de análisis, debemos señalar lo siguiente: En el caso de Francia, el presidente Emmanuel Macron pronunció tres discursos en los momentos iniciales y de expansión de la pandemia, en concreto, los días 12 y 16 de marzo y el 13 de abril de 2020, que provocaron, en primera instancia, cierres de lugares no esenciales hasta que, finalmente, se confinó el país. En el caso de la República italiana, su presidente, Giuseppe Conte, se dirigió a sus conciudadanos en más ocasiones que Macron y Sánchez. Con la finalidad de poder comparar con equidad los discursos del presidente francés y español, hemos elegido los tres más importantes pronunciados por Conte: los días 4, 11 y 21 de marzo, que corresponden a los anuncios de clausura de universidades y escuelas en las llamadas zonas rojas, del cierre posterior del país, y del anuncio de las medidas de confinamiento más restrictivas hasta la fecha, como fue el cese de cualquier actividad no indispensable. Por último, en el caso de España, el presidente Pedro Sánchez se dirigió a sus compatriotas a través de una comparecencia y dos anuncios oficiales el 10, 13 y 28 de marzo que llevaron a la declaración del Estado de alarma y al confinamiento del país poco después.

Tabla 1. Selección de los principales discursos pronunciados por los presidentes de gobierno de Francia, Italia y España.

Líder	Cargo	País	Sistema político	Fecha de los discursos y comparecencias
Emmanuel Macron	Presidente de la República	Francia	República semipresidencial	Discursos: 12 y 16 de marzo 13 de abril
Giuseppe Conte	Presidente del Consejo de Ministros	Italia	República parlamentaria	Discursos: 4, 11 y 21 de marzo
Pedro Sánchez	Presidente del Gobierno	España	Monarquía parlamentaria	Comparecencia: 10 de marzo Anuncios oficiales: 13 y 28 de marzo

Fuente: Elaboración propia

4. Metodología

Para analizar estos fenómenos nos situamos en el campo de las categorías y metodologías aportadas por la semiótica generativa, especialmente por la semiótica de la denominada Escuela de París, que tuvo a J. A. Greimas como su figura central (Bertrand, 2019).

Introduciremos en nuestro análisis, siguiendo la semiótica generativa de la Escuela de París, la distinción entre relato (narración) y narratividad, considerando, a su vez, el discurso político como un relato (Patterson y Monroe, 1998; Ravecca y Dauphinee, 2018; Cervi, 2020).

El relato de la manifestación discursiva concreta de una narración y la narrativa misma es un sistema semiótico capaz de generar diferentes relatos que responden a una misma estructura de base o macroestructura abstracta (Charteris-Black, J., 2004 y 2011), así como temas que contribuyen a configurar percepciones inéditas de la realidad, al mismo tiempo que redefinen los papeles que desempeñan los diferentes actores del discurso (Ravecca y Dauphinee, 2018), especialmente aquellos que ejercen el liderazgo político y social (Bertrand, 2019).

Prestaremos especial atención al desarrollo de estructuras actanciales y actorales que se hallan intrínsecamente unidas a nuevas estrategias narrativas y a los procesos de tematización y encuadre con el que éste se acompaña. Asimismo, nos detendremos de forma especial en la consideración de: a) la figura de un actante-destinador que tiende a configurarse –en el plano actoral- como pueblo, nación o país y constituye el pilar fundamental del proceso continuo de constitución de la comunidad; b) la relación que este destinador establece con el héroe principal -el político-enunciador- y que, por tanto, confiere legitimidad a su liderazgo; y c) las nuevas relaciones que se establecen entre los líderes políticos y la ciudadanía (Greimas, 1983). En este último contexto, resultarán especialmente relevantes aspectos relacionados con la metaforización (metáforas y alegorías).

Consideramos la metaforización como un proceso discursivo de comparación entre dos entidades semánticas que acaba estableciendo una intersección semántica -cruce de valores sémicos o campos semánticos-. A lo largo de una secuencia narrativa concreta, los procesos de metaforización -que se van concatenando conforme la acción de la secuencia se desarrolla- parten habitualmente de comparaciones entre dos términos semánticos cercanos y acaban provocando una profunda fusión (intersección) entre dichos términos hasta el punto de hacer desaparecer cualquier indicio de la comparación inicial (Bertrand, 2019). De este modo, la metaforización acaba estableciendo la hegemonía de uno de los dos términos de la comparación y lleva al otro a un segundo plano. Y en ocasiones, ese término hegemónico se va repitiendo a lo largo de la secuencia narrativa, convirtiéndose en un tipo de redundancia que llamaremos isotopía.

Podríamos decir, pues, que la metaforización, en última instancia, consiste en un proceso de enmarcación (encuadre) que presenta tres etapas consecutivas: 1) el *punto de partida*, en el que dos elementos diversos aparecen simultáneamente dentro de un determinado encuadre al que se asocian diversos temas; 2) la *comparación*, en la que los dos elementos se acercan uno a otro, con lo que se empieza a desestabilizar el encuadre vigente y aparecen procesos de tematización (temas) nuevos; y, finalmente, 3) la *intersección*, como resultado de la fusión de los valores de los dos términos comparados que acaban produciendo la emergencia de un nuevo encuadre con varios temas (Greimas, 1983) .

El resultado de un proceso continuado de metaforización da lugar a la constitución de grandes isotopías (y marcos) que contienen temas y enfoques específicos y compatibles entre sí. La noción de marco que utilizamos en este estudio proviene de las propuestas de la etnometodología y, especialmente, de las aportaciones de la sociología de la vida cotidiana (Goffman, 1993), que de una manera simplificada Lakoff (1991) y otros aplican a la comprensión del lenguaje tanto cotidiano como político (Holmgren, L-L y Huang, 2020).

Nos ocuparemos especialmente de analizar los fenómenos de metaforización (comparación/fusión de valores) entre dos escenarios o marcos. A saber, por un lado, el de la pandemia y, por otro, el de la guerra (combate) (Lakoff, 1991; Sabucedo, Alzate y Hur, 2020).

Veremos cómo el discurso de los líderes se mueve entre diferentes encuadres (marcos o enfoques), especialmente el sanitario y el económico -relacionados, ambos, con la pandemia-, pero también el

enfoque bélico. Y comprobaremos que todos ellos acaban encuadrándose, a su vez, en un metadiscurso de la heroicidad patriótica y de la constitución de la comunidad.

En los tres casos estudiados hemos seguido el mismo protocolo. En primer lugar, hemos tratado de explicitar la macroestructura que contenía la sintaxis narrativa -la que organizaba el discurso oral de los presidentes-, atendiendo a los siguientes aspectos: a) la descripción del escenario de la acción; b) la presentación de los actantes (nivel semionarrativo) y de los actores (nivel discursivo); c) la definición del esquema semionarrativo y sus fases; d) proceso de metaforización, tematización y/o marcación (encuadre *-frame-*) de las diversas fases semionarrativas y de los actores configurados; e) la inserción en esa estructura actancial del sujeto enunciador y sus relaciones con el destinador (fuente de legitimidad). Una vez realizado este análisis, procedemos a su comparación y a obtener conclusiones sobre las estrategias narrativas y su incidencia en la configuración de las modalidades de liderazgo y legitimidad.

A efectos operativos, consideraremos la suma de los tres discursos como uno solo dividido en tres capítulos, pero con una coherencia estructural sólida. Cada capítulo aporta una progresión gradual del desarrollo narrativo (secuencia narrativa) con diferencias sustanciales. A través de ellos, el enunciador va desplegando un recorrido sintáctico de la acción y procede, en ese recorrido, a la configuración -tanto pragmática como pasional- de los diferentes actantes y actores que intervienen (Ravecca y Dauphinee, 2018). Y dicho recorrido se conjuga con procesos de metaforización complejos que hacen surgir nuevos temas y encuadres. La continuidad del desarrollo estructural no impide que cada capítulo goce de autonomía concreta y de una coherencia que, en cualquier caso, hubiera consentido su estudio autónomo. No obstante, de cara a un mejor análisis de la dimensión narrativa nos es más práctico, metodológicamente hablando, considerar los tres discursos como una unidad, porque es a partir de una secuencia narrativa extendida como logramos ver en su totalidad los diversos procesos de metaforización y encuadre.

La descripción de todas estas dimensiones se ha realizado mediante análisis cualitativos basados en la lógica-deductiva (Weaver-Hightower, 2018) y desarrollados por investigadores individuales que, posteriormente, han sido objeto de discusión y consenso con otros, filtrando así las interpretaciones subjetivas (no justificadas) y ateniéndose a los indicadores discursivos significativos y explícitos. A partir de este primer análisis, nada impide que, en estudios sucesivos, los análisis realizados sean susceptibles de ser reexaminados mediante diversos dispositivos de análisis de la recepción y de la interpretación que exigen otras metodologías de estudio.

5. Resultados

5.1. Los discursos de Macron

En apenas un mes, Macron ofrece una primera visión del problema emergente del COVID-19 y diseña una estrategia narrativa y discursiva en la que pueden reconocerse con facilidad tanto las relaciones entre los actantes y actores como los procesos que incluyen dinámicas de metaforización y tematización -en los que tiene un papel relevante diversos valores y campos semánticos-, que acaban proporcionando nuevos encuadres.

En su primera intervención y muy al principio de su discurso, Macron presenta una síntesis del recorrido narrativo básico, que incluye la configuración del escenario correspondiente: “*Depuis quelques semaines, notre pays fait face à la propagation d'un virus, le COVID-19, qui a touché plusieurs milliers de nos compatriotes*”. En este enunciado se distinguen claramente: un tiempo -datado concretamente en relación con el acto enunciativo; los actores que permiten adivinar una estructura

actancial bien definida: un sujeto-héroe (“*notre pays*”) que se enfrenta a otros sujetos (COVID-19); y, al mismo tiempo, una acción concreta, una transformación: la propagación. Estamos, pues, ante un héroe y un antihéroe, siendo este último el que inflige un daño considerable a otro sujeto que se presenta como paciente: “*plusieurs milliers de nos compatriotes*”.

Este primer enunciado constituye directamente la base estructural de toda la secuencia narrativa que actúa como macroestructura y alberga todo el despliegue posterior del discurso.

En el inicio de su discurso, Macron ilumina perfectamente el daño (sujeto) -podríamos decir, en términos narrativos: la violación del orden- que hay que reparar (el daño a los compatriotas)-, identifica el sujeto oponente (el antihéroe: el COVID) y enfoca sustancialmente al héroe que debe reparar la afrenta: “nuestro país”. Es una presentación actoral rotunda y precisa (país, compatriotas, etc.), pero lo suficientemente abstracta como para mostrar una correspondencia precisa con el nivel semionarrativo profundo: la estructura actancial.

Esta presentación logra poner en evidencia un campo semántico concreto: el de la patria y, a la vez, se abre a una generalidad abstracta que le confiere un carácter contenedor. O sea, que va a permitir que los sujetos-actantes pueden ser investidos, a lo largo del discurso de diferentes tipos de valores, y ninguno de ellos entrará en conflicto con el tema patriótico esbozado ya desde el principio. De hecho, casi todo el discurso posterior va a moverse casi siempre dentro de una dinámica de inserción de diferentes valores en los actantes descritos y, de este modo, desarrollar ampliamente el proceso de actorización y figuración.

5.1.1. El sujeto colectivo francés: una gran nación

En este sentido, el discurso de Macron adopta una estrategia figurativa paralela. Por un lado, describe el antihéroe virus y su propagación, a partir del enfoque (o proceso de tematización) que podemos denominar “sanitario”, utilizando para ello términos provenientes de la medicina y de las ciencias médicas. Por otro, presenta al sujeto “nuestro país” como un sujeto colectivo que puede reconocerse también como “*la nation*” y que se subdivide (se desglosa y articula) en diferentes actores que poseen por sí mismos diversos valores (siempre compatibles con el tema del patriotismo): “*les personnels des hôpitaux, médecins, infirmiers, ambulanciers, les agents des Samu et de nos hôpitaux, les médecins de ville, l'ensemble des personnels du service public de la santé en France*”. La configuración del COVID como actores diversos, pero coordinados semántica y sintácticamente, se produce, pues, mediante la acumulación de valores patrióticos y sanitarios, es decir, mediante valores que remiten al campo del patriotismo y al campo de la salud. A ello hay que añadir una nueva dimensión de configuración que confiere a los actores estados pasionales concretos: sensibilidades y actitudes de índole cognitivo y emocional (tanto en lo que se refiere a su disposición inicial como a su sensibilidad y realizaciones (Bertrand, 2019): “*l'ensemble des personnels du service public de la santé en France sont engagés avec dévouement et efficacité*”).

Sin embargo, antes de la presentación de estos actores configurados pragmática y pasionalmente, el discurso de Macron hace emerger la figura del mismo enunciador, como actor del discurso: “*nous avons préparé, agi*”, o sea, un actor que se muestra previsor, apto (con competencia) y que ha actuado (*performance*). Naturalmente, no es difícil establecer una identidad entre este “*nous*” y el propio Macron. Con ello, emerge la figura doble de sujeto-enunciador que, como los demás actores, va a ser dotado, a través del discurso, de valores semánticos concretos. A continuación, se establece una alianza (cooperación) entre este “*nous*” enunciador y los actores (médicos, sanitarios, etc.): “*Si nous avons pu retarder la propagation du virus et limiter les cas sévères, c'est grâce à eux parce que tous ont répondu présents*”. Repárese en que los sanitarios se presentan como sujeto, cuya acción está subordinada a la

del sujeto-enunciador (Macron). Es este el que se convierte en actor principal, mientras que los otros tienden a pasar de sujetos héroes a sujetos-ayudantes. Y, enseguida, el actante-sujeto-héroe-enunciador se despliega también como sujeto-destinador capaz de otorgar reconocimiento al sujeto-ayudante: “*Si nous avons pu retarder la propagation du virus et limiter les cas sévères, c'est grâce à eux parce que tous ont répondu présents*”. Y: “*C'est pourquoi, en votre nom, je tiens avant toute chose à exprimer ce soir la reconnaissance de la Nation à ces héros en blouse blanche, ces milliers de femmes et d'hommes admirables qui n'ont d'autre boussole que le soin, d'autre préoccupation que l'humain, notre bien-être, notre vie, tout simplement*”. Obsérvese que Macron adopta también el papel de representante de todos los que le escuchan: “*vous*”.

Es difícil no reconocer aquí la reconfiguración de liderazgo que Macron presenta en solo unas líneas de su discurso: adopta en su estrategia narrativa el papel de destinador, héroe principal y representante de todos, con el que cooperan los otros sujetos, los sanitarios. Podríamos calificar esta estrategia como de liderazgo absorbente, en la que el líder se queda con casi todos los roles actanciales existentes, reservando para los otros actores el papel de ayudantes o de antihéroe.

Inmediatamente, y sin romper la continuidad, se llega a la caracterización y construcción de otro protagonista importante: los ciudadanos (representados) a los que se dirige el presidente. Hay una caracterización psicológica (sangre fría frente a la inquietud, angustia, cólera y pánico). Esa “sangre fría” se acompaña de la pertenencia a un sujeto colectivo, “una gran nación”, definida como el conjunto de mujeres y hombres que son capaces de situar el interés colectivo por encima de todo, una comunidad humana que se sostiene por dos valores: la solidaridad y la fraternidad: “*Je veux aussi, ce soir, saluer le sang-froid dont vous avez fait preuve (...) Tous, vous avez su faire face en ne cédant ni à la colère, ni à la panique. Mieux, en adoptant les bons gestes, vous avez ralenti la diffusion du virus et ainsi permis à nos hôpitaux et nos soignants de mieux se préparer. C'est cela, une grande Nation. Des femmes et des hommes capables de placer l'intérêt collectif au-dessus de tout, une communauté humaine qui tient par des valeurs : la solidarité, la fraternité*”.

Es muy evidente aquí que se produce un desarrollo que va desde la caracterización pasional del actor configurado a la inserción de este en el campo semántico de la nación o patria. De este modo, Macron con su último término empleado (*la fraternité*) orienta su caracterización del “*vous*” no solo al tema de la patria, sino al tema de la patria tal y como este se establece en los principios de la república francesa en la que la fraternidad es uno de los pilares esenciales (junto a la libertad y la igualdad).

Con posterioridad, el discurso de Macron hace emerger otro sujeto ayudante: el de los que saben (científicos epidemiólogos, investigadores, etc.) que adoptan la actitud de aconsejar y orientar - mediante su conocimiento- la acción de Macron: “*Nous avons en France les meilleurs virologues, les meilleurs épidémiologistes, des spécialistes de grand renom, des cliniciens aussi, des gens qui sont sur le terrain et que nous avons écoutés, comme nous le faisons depuis le premier jour*”. Pero esta ayuda por parte de los que saben no se limita a combatir la pandemia, sino incluso a defender la democracia, con lo cual retomamos, por un camino indirecto, el tema del patriotismo y del civismo: “*en suivant l'avis des scientifiques comme nous venons de le faire, d'assurer la continuité de notre vie démocratique et de nos institutions*”.

La estructura actancial básica es la que nos propone el tema esencial que se encuentra en la base de la narrativa *macroniana*: el patriotismo fundado en los valores de cohesión, protección, fraternidad y unión. Todos los demás temas que se muestran en el discurso: salud, enfermedad, conocimiento, ciencia -cada uno de ellos con su propia configuración actancial y actoral- se subsumen en el escenario temático y en los valores del patriotismo.

Solo en el segundo discurso de Macron aparece el tema de la guerra: “*Nous sommes en guerre, en guerre sanitaire, certes: nous ne luttons ni contre une armée, ni contre une autre Nation. Mais l'ennemi est là, invisible, insaisissable, qui progresse. Et cela requiert notre mobilisation générale. Nous sommes en guerre*”. Y es este tema de la guerra el que se conjuga con el del patriotismo, pero añade una suerte de Estado de excepción que, en este caso, lleva a suspender algunas de las acciones anteriores: (reforma de las pensiones, por ejemplo). Es en ese escenario configurado por la guerra en el que se declaran abiertamente quiénes son enemigos y quiénes no, y cuáles son las prioridades que hay que establecer, así como los aspectos que pueden pasar a un segundo plano.

En el tercer discurso, la coherencia viene asegurada por el mantenimiento de las estructuras actanciales ya desplegadas y los temas del patriotismo y de la guerra. La expansión discursiva se realiza presentando una versión de la guerra: la lucha económica, que tiene perfiles propios, pero que no deja de presentarse como un combate patriótico. En este mismo tercer discurso, los términos metafóricos y bélicos son constantes y constituyen un auténtico *leitmotiv* del texto. La única novedad es que, en su conclusión, el tema bélico y el tema patriótico parecen ceder lugar, sin desaparecer del todo, al tema de la unión casi mística de los compatriotas y conciudadanos franceses: “*Le moment que nous vivons est un ébranlement intime et collectif. Sachons le vivre comme tel. Il nous rappelle que nous sommes vulnérables, nous l'avions sans doute oublié*”.

5.1.2. Liderazgo macroniano

Desde el punto de vista del liderazgo, el recorrido narrativo nos muestra diversas operaciones: la presentación de un sujeto enunciador que realiza diversas funciones actanciales (destinador-sujeto-héroe) y que, a la vez, subsume y subordina en su acción a los demás sujetos (salvo al antihéroe-enemigo). Y todo ello se efectúa mediante la representación y la unión. Si bien la representación nos conduce al campo de la organización de la actividad política, la unión nos lleva, a través de la solidaridad y fraternidad, al enlace casi místico entre la nación y la humanidad.

El uso del proceso de metaforización (con respecto al combate y la guerra) tiene una doble función: reduce la complejidad del campo cognitivo y pragmático y aumenta la intensidad y la tensión narrativa, lo que concede al enunciador más fuerza y mayor capacidad de implicación al receptor.

El liderazgo de Macron puede presentarse como el del héroe patriótico, esto es, el conductor de guerras y combates que pueden suponer la superación de una prueba en la que tanto el pueblo destinatario como el mismo sujeto se presentan como objeto de reconocimiento heroico.

5.2. Los discursos de Conte

Como ya se ha explicado anteriormente, el presidente italiano, Giuseppe Conte se dirige a sus conciudadanos en más ocasiones que Emmanuel Macron y Pedro Sánchez. Con la finalidad de poder comparar con equidad los discursos del presidente francés y del español, hemos elegido los tres más importantes pronunciados por Conte los días 4, 11 y 21 de marzo, que corresponden a los anuncios de cierre de universidades y escuelas en primera instancia, al cierre del país después, y a unas medidas de confinamiento muy restrictivas que solo permitieron las actividades calificadas como de indispensables, como por ejemplo la alimentación y todo lo relacionado con la medicina y los fármacos.

La primera secuencia del primer discurso de Giuseppe Conte introduce la macroestructura general: “*Non è la prima volta che il nostro Paese si trova ad affrontare emergenze nazionali. Ma siamo un Paese forte, un Paese che non si arrende: è nel nostro DNA. Stiamo affrontando la sfida del*

Coronavirus. Una sfida che non ha colore politico, che deve chiamare a raccolta l'intera Nazione. È una sfida che va vinta con l'impegno di tutti: cittadini e Istituzioni, scienziati, medici, operatori sanitari, protezione civile, forze dell'ordine. L'Italia, tutta, è chiamata a fare la propria parte". La nación -definida como un país fuerte, que no se rinde- se muestra, pues, como el héroe opuesto al antihéroe, el COVID, que causa un daño (la emergencia) y enfoca sustancialmente al héroe que debe reparar la afrenta: "todos".

El nombre del virus como tal aparece muy poco en las tres alocuciones. Conte elige principalmente vocablos como "emergencia": el sujeto es "nosotros" y la "emergencia" es el antisujeto. La situación se describe como un hecho excepcional, un reto y un desafío especialmente grave y trágico: "*non solo l'Italia ma nessun Paese al mondo potrebbe affrontare una simile situazione d'emergenza in termini di strutture, posti letto e risorse umane richieste*" (...) "*la crisi più difficile che il Paese sta vivendo dal secondo Dopoguerra*". Se trata de una emergencia que se presenta con un elemento nocivo que provoca la muerte y causa un profundo dolor personal: "*La morte di tanti concittadini è un dolore che ogni giorno si rinnova, questi decessi per noi, per i valori con cui siamo cresciuti, per i valori che ancora oggi noi condividiamo, non sono semplici numeri, quelle che piangiamo sono persone, sono storie di famiglie che perdono gli affetti più cari*".

En la medida en que la situación es excepcional, la solución, es decir, la cura, pasa por medidas excepcionales establecidas por el Gobierno (de forma transparente), pero sobre todo requiere la entrega, el esfuerzo y el sacrificio de todos (de los ciudadanos primero, y de los médicos y de las fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado después). Como en el caso del presidente francés, Conte aprovecha para despertar el patriotismo, pero a diferencia de Macron, en Conte existe, desde el principio, una tematización cercana a la guerra o, como mínimo, al enfrentamiento que representa un nuevo desafío: "*È una sfida che va vinta con l'impegno di tutti*". La cuestión es perder o ganar, y ello significa la vida o la muerte.

El segundo marco, de alguna forma dependiente del primero, es la emergencia económica. "*Questa sfida, ormai lo sappiamo bene, riguarda la salute dei cittadini, è una sfida che mette a dura prova il nostro sistema sanitario nazionale, ma riguarda anche la tenuta della nostra economia, del nostro tessuto produttivo fatto di piccole e medie imprese*". Y esta emergencia económica, que deriva de la sanitaria, está representada también como una enfermedad: la economía italiana necesita una "*terapia d'urto*" (terapia de choque), en la que la Unión Europea (nombrada por primera y única vez en el primer discurso): "*dovrà venirci dietro e sostenere questo nostro sforzo*". Europa juega, por lo tanto, un papel de ayudante, pero no un factor único y determinante.

Hay, pues, tres encuadres semánticos en juego: el sanitario, el económico y, en segundo término, el del combate (la vida o la muerte), aunque este último acaba englobando a los anteriores a modo de metarrelato. En todos ellos se señala al héroe colectivo ("*l'Italia tutta: cittadini e istituzioni, scienziati, medici, operatori sanitari, protezione civile, forze dell'ordine*") y a su oponente: el COVID-19 y la situación de emergencia que provoca.

La prueba que debe superar el sujeto es su propia constitución, es decir, su capacidad para formar una comunidad todos juntos: "*Questa è la forza del nostro Paese, una "comunità di individui" come direbbe Norbert Elias*". De hecho, dos de los tres discursos cierran con "*Tutti insieme ce la faremo*" y "*Uniti ce la faremo*". Conte identifica a las diversas partes que componen el sujeto colectivo: "*Penso in particolare innanzitutto ai medici, agli infermieri ma penso anche alle Forze dell'ordine, alle Forze armate, agli uomini e alle donne della Protezione Civile, ai commessi dei supermercati, ai farmacisti, agli autotrasportatori, ai lavoratori dei servizi pubblici, anche ai servizi dell'informazione (...)*".

5.2.1. El sujeto colectivo italiano: Italia como actante y destinador

En la intersección entre la emergencia sanitaria y la económica podemos apreciar la definición del objeto de deseo/valor en juego. Por un lado, está la vida misma y, por el otro, está el orgullo nacional. La pandemia es percibida como un desafío que provoca que el país “agache la cabeza” y solo será a través de una cura del virus cuando la nación pueda levantarla: *“Quando il nostro Paese viene colpito, sa rialzarsi, sa fare squadra, sa tornare più forte di prima”* (...) *“un intero Paese ha affrontato con coraggio, con determinazione questa emergenza, deciso a rialzare la testa”*.

La expresión “levantar cabeza”, que Conte utiliza de manera recurrente, resulta especialmente interesante porque parece citar casi textualmente el himno italiano, que empieza precisamente con la frase: *“Fratelli d’Italia, Italia s’è desta”*. Se resucita, de este modo, la isotopía de la constitución de la comunidad nacional italiana.

Por otra parte, desde el punto de vista actancial, se advierte claramente que Italia es vista por el mundo entero como ejemplo de fortaleza y superación, después de ser el primer país europeo afectado por la pandemia. Y ello lo convierte, después del impacto lejano de China, en el centro de atención del mundo occidental: *“In questo momento tutto il mondo ci guarda: certamente ci guardano per i numeri del contagio, vedono un Paese in difficoltà. Ma ci apprezzano anche perché stiamo dando prova di grande vigore, di grande resistenza”*. Pero Italia será también, en palabras de su presidente, un modelo, una referencia para el mundo entero, cuando pase la crisis sanitaria: *“Siamo, lo ricordo, il Paese che per primo, in Europa, è stato colpito più duramente dal coronavirus, ma siamo anche quelli che stanno reagendo con la maggior forza e con la massima precauzione, diventando giorno dopo giorno un modello anche per tutti gli altri”*.

Además de lo señalado, la nación de Italia asume, en cierta medida, un papel de destinador (en cuanto que atribuye deberes), puesto que “llama” a los italianos a superar esta “prueba” como un acto de amor y de entrega: *“In questi giorni durissimi, siamo chiamati a misurarci”*. Una vez más, los paralelismos con el himno del país son evidentes: el himno italiano concluye con *“Siam pronti alla morte l’Italia chiamò”*, lo que entendemos como una tematización dramática del heroísmo patriótico en el que parece fundarse la constitución de la nación italiana.

Aun así, la narrativa de Conte es específica. El político cita abiertamente el concepto Eliasiano de *“gesellschaft der individúen”* (Elias, 1990); sin embargo, esta representación de la “italianidad” como “una gran familia”, evoca decididamente al *Gemeinschaft* (Clausen y Haselbach, 2019), a la comunidad entendida como sociedad tradicional, al mundo en el que las relaciones sociales son naturaleza personal y están basadas en apegos emocionales, en el reconocimiento de características compartidas, especialmente a la lealtad personal hacia la familia, las relaciones étnicas, etc. De alguna forma, Italia se presenta como una comunidad política imaginada (Anderson, 1983) que se convierte en sujeto dentro de la narrativa de Conte.

5.2.2. La presentación de Conte como líder

El líder se presenta a sí mismo como un sujeto delegado de la Nación, pero perfila sus características de un modo particular: hay una mezcla interesante entre un líder burocrático (Weber, 1994) y una suerte de *“nurturing father”* (Lakoff, 1991). Por un lado, se sitúa en el rol de “timonel”, que ejerce con consciencia y transparencia: *“Siamo sulla stessa barca. Chi è al timone ha il dovere di mantenere la rotta, di indicarla all’equipaggio”*. Por el otro, cuando Conte actúa a título de sujeto -“yo” principalmente- lo expresa así: *“ho scelto”* y muestra la asunción de un deber (*“ho ritenuto doveroso”*) con plena consciencia (*“ho fatto un patto con la mia coscienza”*), aunque pide esfuerzos a los italianos

para salir de la crisis. Aun con todo, también ejerce su papel de moderador: “*Rallentiamo il motore produttivo del paese, ma non lo fermiamo*”. En este sentido parece hacerse cargo del rol paternalista y del rol de sabio, que sabe lo que hace -y lo asume con convicción- pero, sobre todo, que está seguro de que es lo mejor para su país. En definitiva, el estilo de liderazgo de Conte es doble. Por una parte, ejerce el rol paternal (“*nurturing father*” de Lakoff) y de timonel que lleva a buen puerto a su pueblo. Por otra parte, adopta el papel de líder burocrático -dotado de un conocimiento específico- que, desde un punto de vista racional, orienta a los ciudadanos. En todo caso, siempre acoge una posición de “*servant leader*” (Greenleaf, 2008) que sirve humildemente a su país.

5.3. Los discursos de Sánchez

En tan solo dos semanas y media: del 12 de marzo al 13 de abril, Sánchez ofrece una estrategia narrativa y discursiva de la pandemia basada principalmente en elementos más técnicos que políticos para llevar a cabo su misión: gestionar la crisis del COVID-19, posiblemente para conseguir el mayor respaldo posible del Congreso y, también, para evitar las lógicas críticas por la transmisión de ideología política en la toma de decisiones. Pero, además, lo hace para conseguir el apoyo de los gobiernos autonómicos que, previo al estado de alarma, ostentaban las competencias de Sanidad y que, con el mando único, pasaban a ser del Estado. De ahí que el presidente español tuviera que esmerarse para conseguir unos discursos que evitaran roces entre la complejidad política existente y el marasmo de gobiernos territoriales que engloba la geopolítica española.

Los encuadres presentes en los tres discursos son: a) el sanitario (la enfermedad -Pandemia-), b) el bélico (la guerra), y c) y el político (institucionalización y organización política). El encuadre sanitario (a) es, desde el principio, el protagonista de las tres comparecencias, si bien los otros dos van entrando y saliendo a medida que llega el Estado de alarma y la consolidación del confinamiento. Esa emergencia sanitaria se basa siempre en lo que digan los expertos. Sánchez no se erige como el salvador de la crisis, como el líder que guía al pueblo, sino como el conductor, dejándose aconsejar por los expertos, científicos y médicos: “Estamos ante una emergencia sanitaria global” (...) “Son los expertos científicos los que nos tienen que marcar el camino”; “Todas las decisiones que se han tomado y que se van a tomar en esta crisis van a obedecer estrictamente a criterios científicos”.

A través del encuadre sanitario introduce alguna connotación bélica, mediante la metáfora del escudo que suponen los sanitarios, alabando así la “robusta y prestigiosa sanidad que existe en España: Son profesionales numerosos (contamos con una ratio de médicos por habitante superior a la media europea) y, sobre todo, están muy bien formados y son muy competentes y capaces. Sostienen uno de los sistemas sanitarios más prestigiosos y eficientes del mundo, según todos los indicadores especializados. Son el escudo más seguro”.

Otro encuadre que subyace como secundario es el de la crisis económica. Este encuadre aparece desde el principio con lo que Sánchez define como Plan de Choque (al igual que ocurre en Italia), que garantiza tanto la protección y el bienestar de las familias españolas como el suministro y la producción de medicamentos, además del acceso al material sanitario. La idea anunciada por el presidente español es, desde el principio, que los ciudadanos se sientan protegidos en la salud y en la economía, pilares básicos del Estado del Bienestar hoy en día.

El Campo semántico de la Guerra (b) queda plasmado en los discursos de una manera muy agresiva, seguramente empujado por el avance inexorable del virus en España (especialmente y en esos momentos), en Europa (con el ejemplo de Italia) y en el resto del mundo. Los vocablos bélicos utilizados dejan muy clara la idea de que España está en guerra contra el virus: “La primera línea la forman los profesionales de la salud, nuestro escudo frente al virus”; “La marcha de la batalla que toda

España, al igual que el mundo entero, está librando contra la pandemia del COVID-19”; “...un desafío distinto que es librar unida una guerra contra un enemigo común que está diezmando la salud de sus ciudadanos”; “...viaje mortal del virus”; “...el virus nos está golpeando con una violencia despiadada”; “...cuando la batalla se hace más intensa, como es el momento actual que estamos sufriendo en nuestro país”. Pero Sánchez no introduce el patriotismo de una forma tan marcada como ocurre con Macron y Conte, cuando se habla de la guerra. El presidente español tematiza el concepto de la guerra (contra el virus) para señalar, con convicción, la idea y el significado que conlleva ese término: vida o muerte, tal y como también apunta Conte en sus discursos.

Por último, el campo semántico de la institución política (c) se convierte en el instrumento que utiliza Sánchez, a partir de la proclamación del estado de alarma, para defenderse de las eventuales críticas de la oposición. Por esta razón, desde el principio, sus alocuciones se basan en el discurso patriótico de Europa como la gran institución que protege a sus integrantes y que, a su vez, le sirven de defensa para poder afrontar las críticas de los españoles por las duras acciones que se estaban adoptando: “Europa debe poner en pie, si me permiten la expresión, una suerte de economía de guerra y promover la resistencia, y luego la reconstrucción y la recuperación europea”; “...y ahora le toca a Europa, a la Unión Europea, proteger al conjunto de ciudadanos europeos, a los más débiles, y singularmente también a aquellos países que desgraciadamente ahora están sufriendo las mayores consecuencias de la pandemia del COVID-19, como es el caso de España”; “Europa se la juega, así que hagamos que la bandera azul de las 12 estrellas arraigue para siempre en los corazones de los europeos. Europa debe elevarse para siempre y no fortalecer discursos de aquellos que quieren lo contrario, que quieren debilitarla, que quieren debilitar nuestro proyecto común”.

5.3.1. El sujeto colectivo español: España como actante

En relación con los actantes, los discursos del presidente Sánchez apelan a la unidad de todos los españoles para superar la pandemia: “Todos los españoles estamos llamados a superar esta crisis. Juntos la superaremos”. El actante sujeto-héroe es, pues, el colectivo de todos los españoles, entendiendo que los actores que se integran en esa función actancial son los médicos, los sanitarios, los compatriotas... Por otro lado, los expertos y científicos se presentan como el sujeto ayudante que respalda las acciones del héroe y del propio Sánchez, este último como parte integrante de ese sujeto-héroe colectivo.

La caracterización que el enunciador hace del sujeto colectivo tiene un primer elemento destacado: la igualdad por encima de la diversidad: “La sala de espera de un hospital no entiende de formas de pensar, ni de colores, ni de ideología, ni de género. El virus afecta a las personas sin preguntar dónde nacen, dónde viven o qué piensan”. Y es justamente a partir del reconocimiento de esa igualdad básica cuando el sujeto colectivo logra constituirse con plenitud: “Este problema nos afecta a todos como país y como país en unidad”. Pero, también con articulación de acciones y solidaridad: “y en plena coordinación y cooperación le estamos haciendo frente”, asevera Sánchez.

El encuadre bélico constituye, de facto, un paisaje semiótico propicio para lo que es la auténtica prueba: la constitución del “nosotros colectivo”, como nación, como Estado, sin decirlo de forma implícita, tal y como ocurre con los discursos de Italia o Francia. El presidente Sánchez transmite la idea de la unidad como país: “quiero (...) enviar un mensaje de confianza a todos los españoles, al conjunto de la ciudadanía, un mensaje de unidad, de serenidad y de estabilidad.

En el segundo discurso, el más breve de todos, se anuncia el estado de alarma y se hace patente en toda la alocución del presidente Sánchez la alegoría bélica y de protección al ciudadano, utilizando un lenguaje marcial que vertebró todo el texto: “Estas decisiones estarán orientadas a movilizar todos los

recursos del conjunto del Estado para proteger mejor la salud de los ciudadanos”; “Todos tenemos una tarea y una misión en los próximos días, en las próximas semanas, y no es menor. La primera línea la forman los profesionales de la salud: nuestro escudo frente al virus. Ellos, con su entrega, con su sacrificio, nos protegen a todos y merecen el reconocimiento y la gratitud de todos”; “La victoria depende de cada uno de nosotros, en nuestro hogar, en nuestra familia, en el trabajo, en nuestro vecindario. El heroísmo consiste también en lavarse las manos, en quedarse en casa y en protegerse uno mismo para proteger al conjunto de la ciudadanía”.

En el tercer discurso, con el virus a punto de mostrarse ya en su máximo esplendor de muertes y con el pánico a flor de piel por parte de la población española, el presidente Sánchez apela a la enfermedad, que está matando a sus ciudadanos, como metáfora de la guerra: “Ahora Europa se enfrenta a un desafío distinto, que es librar unida una guerra contra un enemigo común que está diezmando la salud de sus ciudadanos (...) y amenazando no solamente el bienestar social, sino también nuestro progreso económico”. Apela pues, a la responsabilidad de todos para hacer frente al virus, so pretexto de que sus ciudadanos pierdan la salud e incluso la vida.

5.3.2. El liderazgo de Sánchez

La guerra contra el COVID-19 permite a Sánchez solidarizarse con el conjunto del país, integrándose él mismo en ese sujeto colectivo, pero, a la vez, mostrándose a la ciudadanía con determinación para hacerle frente: “Para combatir esta emergencia de salud pública, haremos lo que haga falta, donde haga falta y cuando haga falta. Y juntos, no les quepa duda, superaremos esta crisis”.

Junto a la determinación, Sánchez se presenta como un actante destinador, capaz de diseñar un programa narrativo para otros actantes, en especial los países de la UE: “Europa debe poner en pie, si me permiten la expresión, una suerte de economía de guerra y promover la resistencia, y luego la reconstrucción y la recuperación europea”; “Y tiene que hacerlo cuanto antes con medidas que respalden el endeudamiento público que estamos asumiendo muchos estados miembros para poder resolver y hacer frente a esta pandemia”.

A diferencia de Macron, el presidente español no se presenta como el héroe patriótico que salva a la ciudadanía del enemigo y de la guerra que supone el COVID-19. Sánchez no pretende ser el sujeto-héroe de esta dura lucha, sino que se presenta y se ofrece como vehículo y valedor que, como Conte, quiere integrar a todos los miembros de su comunidad: la de un país complejo y demasiado crítico a la hora de aunar sensibilidades políticas.

6. Conclusiones

La crisis y el liderazgo son fenómenos estrechamente ligados (Boin et al., 2016): los actores políticos y sociales participan activamente en una suerte de competencia sobre la construcción de los marcos de las crisis (de Clercy y Ferguson, 2016; Lakoff, 1991). En este sentido, nuestro objetivo era descubrir cómo tres líderes políticos diferentes enmarcaban narrativamente una crisis nacional de impacto global. De todo ello se desprenden las conclusiones que señalamos a continuación.

Ante todo, es importante subrayar la gran similitud entre sí de los discursos analizados de los tres presidentes a la hora de valerse de la secuencia narrativa propia en la realización del héroe. Ni la diferencia de contexto político, ni la diversa evolución de la pandemia en cada uno de los países, ni siquiera el diferente estatuto político de los tres líderes europeos: francés, italiano y español, conlleva una diferenciación en su narrativa. Al contrario, cada uno de estos líderes adopta un papel institucional marcado por los símbolos tradicionales de cada nación; se sitúan en una posición de líderes decisivos,

capaces de orientar la acción de sus compatriotas a través de un camino de realización colectiva que pasa por hacer valer aquellos atributos que caracterizan su personalidad e idiosincrasia como país, y proponen un destino en el que se acaban reconociendo: la superación de una prueba dura y crítica.

También resulta muy similar su estrategia de encuadrar la acción en el marco de un combate o una situación bélica. Con ello, favorecen la atención dramática, apelan a la capacidad heroica de la población y, en última instancia, se acercan al patriotismo propio de momentos en los que es la nación o la comunidad la que se ve amenazada por una causa externa a ella misma.

De esta manera, la isotopía de la guerra es la que se convierte en el pilar básico de toda la arquitectura narrativa. A partir de aquí, los tres líderes coinciden en situarse en el papel de destinadores, que trazan el horizonte de la acción y saben valorar la realización del héroe-pueblo. Y, al mismo tiempo, se presentan como héroes perfectamente identificados con la nación o con el conjunto de sus compatriotas. En cualquier caso, los atributos que más se ponen en evidencia son: su determinación, su convicción en el éxito, y su total entrega a la tarea.

Hasta aquí lo que podemos considerar coincidencia plena con la tradición clásica de la literatura épica y el papel canónico del héroe. En este sentido nuestros resultados coinciden con los de investigaciones previas sobre otros tipos de crisis, como la económica iniciada en 2008 y finalizada casi una década después (Borriello, 2017), o sobre estudios más recientes que tienen como protagonistas a políticos en otros contextos relacionados con el Covid-19 (Iqbal, et. al, 2020; Prasad, 2020).

En estos planteamientos y actitudes comunes, las diferencias entre los discursos analizados se reflejan en las características específicas de cada cultura política (tonos más dramáticos y patrióticos en el presidente francés; más políticos y burocráticos, en el caso del presidente español; y más líricos y poéticos, si nos referimos al presidente italiano) y, de alguna manera, confirman los resultados de investigaciones previas (Cervi, 2019) sobre cómo la cultura política marca los encuadres de referencia.

En este sentido, las futuras investigaciones deberían concentrarse en comparar más líderes para confirmar la existencia de estos patrones comunes en el discurso.

También cabe remarcar algunas novedades como el papel que juega la ciencia en el acompañamiento de este discurso. Es precisamente la ciencia y son los científicos los que ocupan -junto al político- el papel de los destinadores. Son ellos los que conocen cómo deben ser las metas de acción y los que van marcando el camino, siempre a través del discurso del héroe. En este sentido, la ciencia se presenta como un héroe colectivo, capaz de asegurar y reforzar la acción propuesta por los políticos.

Esta cooperación entre política y ciencia no se presenta en ningún caso como fruto de un diálogo o como el resultado de una acción dialéctica. Todo lo contrario, parece presentarse en todos los casos estudiados como una justificación o un refuerzo del camino propuesto por la política. A este respecto, ninguno de los discursos de los presidentes se abre a la participación de la audiencia, a presentar espacios de negociación o intersección. Por contra, se da como algo cerrado y predeterminado que apenas puede ser discutido.

En ese marco, lo que en principio podría dar lugar a una flexibilización del discurso político imperativo, a través de la mediación racional del discurso científico, acaba siendo simplemente un refuerzo de los aspectos imperativos de la expresión de los líderes políticos y, en este sentido, futuras investigaciones deberían profundizar más sobre la relación entre discurso político y discurso científico.

7. Referencias

- Anderson, B. (1983). *Imagined communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, London, Verso.
- Anderson, L. (2018). Leadership during Crisis. *Leader to Leader*, 90, 45-54. <https://doi.org/10.1002/ltl.20389>
- Bennett, W. L. & Pfetsch, B. (2018). Rethinking political communication in a time of disrupted public spheres. *Journal of communication*, 68(2), 243-253. <https://doi.org/10.1093/joc/jqx017>
- Bertrand, D. (2019). De la narratologie à la narrativité, et retour. *Pratiques*, 181-182. <https://doi.org/10.4000/pratiques.6122>
- Blondel, J. & Thiebault, J.-L. (2010). *Political leadership parties and citizens: The personalisation of leadership*. New York: Routledge Research in Comparative Politics.
- Boin, A. (2019). The transboundary crisis: Why we are unprepared and the road ahead. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 27(1), 94–99. <https://doi.org/10.1111/1468-5973.12241>
- Boin, A., Lodge, M. & Luesink, M. (2020) Learning from the COVID-19 crisis: an initial analysis of national responses, *Policy Design and Practice*, 3(3), 189-204, <https://doi.org/10.1080/25741292.2020.1823670>
- Boin A., Kuipers S. & de Jongh, T. (2019). A Toxic Cloud of Smoke: Communication and Coordination in a Transboundary Crisis. En: P. Læg Reid & L. Rykkja (Eds.), *Societal Security and Crisis Management. New Security Challenges* (133-150). Palgrave Macmillan.
- Boin, A., ‘T Hart, P., Stern, E. & Sundelius, B. (2016). *The politics of crisis management: Public leadership under pressure* (2nd ed.). Cambridge: Cambridge University Press.
- Borriello, A. (2017). There is no alternative: How Italian and Spanish leaders’ discourse obscured the political nature of austerity. *Discourse & Society*. 28(3), 241-261. <https://doi.org/10.1177/0957926516687419>
- Cervi, L. (2020). Exclusionary Populism and Islamophobia: A Comparative Analysis of Italy and Spain. *Religions*, 11, 516.
- Cervi, L. (2019). Similar Politicians, Different Media. Media Treatment of Sex Related Scandals in Italy and the USA. *Medijske studije*, 10(19), 161-179.
- Cervi, L. y Roca, N. (2017). Towards an Americanization of political campaigns? The use of Facebook and Twitter for campaigning in Spain, USA and Norway. *Anàlisi*, 87-100, <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3072>
- Charteris-Black, J. (2004). *Corpus Approaches to critical metaphor analysis*. Palgrave Macmillan
- Charteris-Black, J. (2011). *Politicians and rhetoric: The persuasive power of metaphor*. Palgrave Macmillan

- Christensen, T., Ole, A., Danielsen, P. I. & Rykkja, L. H. (2016). Comparing Coordination Structures for Crisis Management in Six Countries. *Public Administration*, 94(2), 316–32. <https://doi.org/10.1111/padm.12186>
- Clausen, B., & Haselbach, D. (Eds.). (2019). 1880-1935: Gemeinschaft und Gesellschaft 1880-1935. De Gruyter.
- Conte, G. (2020). Discurso del 4 de marzo de 2020. Fuente: Youtube. www.youtube.com/watch?v=Z6wqW-P5sK8
- Conte, G. (2020). Discurso del 11 de marzo de 2020. Fuente: Youtube. www.youtube.com/watch?v=gHumqc6zSJA
- Conte, G. (2020). Discurso del 21 de marzo de 2020. Fuente: Youtube. www.youtube.com/watch?v=GN_m-rH7g7I
- De Clercy, C. & Ferguson, P. (2016). Leadership in Precarious Contexts: Studying Political Leaders after the Global Financial Crisis. *Politics and Governance*, 4(2), 104-114. <http://dx.doi.org/10.17645/pag.v4i2.582>
- Elias, N. (1990). La sociedad de los individuos: ensayos. Península.
- Fabbrini, S. (1999) . *Il Principe Democratico: la Leadership Nelle Democrazie Contemporanee*. Roma. Bari: Laterza.
- Greimas, A. J. (1983). *Structural semantics: An attempt at a method*. University of Nebraska Press.
- Goffman, E. (1993). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amorrortu editores.
- Greenleaf, R. K. (2008). Who is the servant-leader? *The International Journal of Servant-Leadership*, 4(1), 29-37.
- Hepp, A., Hajarvard, S. & Lundby, K. (2015). Mediatization: theorizing the interplay between media, culture and society. *Media, Culture & Society*, 37(2) 314–324. <https://doi.org/10.1177/0163443715573835>
- Holmgren, L.-L. y Huang, M. (2020). *The Language of Crisis: Metaphors, frames and discourses*. John Benjamins Publishing Company.
- Koopmans, R. & Statham, P. (2010). *The Making of a European Public Sphere. Media Discourse and Political Contention*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Krzyżanowski, M. (2019) Brexit and the imaginary of ‘crisis’: a discourseconceptual analysis of European news media. *Critical Discourse Studies*, 16(4), 465-490. <https://doi.org/10.1080/17405904.2019.1592001>
- Iqbal, Z., Aslam, M. Z., Aslam, T., Ashraf, R., Kashif, M., & Nasir, H. (2020). Persuasive power concerning COVID-19 employed by Premier Imran Khan: A socio-political discourse analysis. *Register Journal*, 13(1), 208–230.

- Lakoff, G. (1991). Metaphor and War: The Metaphor System used to justify War in The Gulf. *Peace Research*, 23(2/3), 25-32.
- Liu, Y. & Boin, A. (2020). Framing a mega-disaster: Political rhetoric and the Wenchuan earthquake, *Safety Science*, 125. <https://doi.org/10.1016/j.ssci.2020.104621>
- Losada Díaz, J. C., Rodríguez Fernández, L. & Paniagua Rojano, F. J. (2020). Comunicación gubernamental y emociones en la crisis del Covid-19 en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 78, 23-40. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1467>
- Macron, E. (2020). Discurso del 12 de marzo de 2020. Fuente: Youtube. <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=0NJPPMeTbrw>
- Macron, E. (2020). Discurso del 16 de marzo de 2020. Fuente: Youtube. www.youtube.com/watch?v=mhklV9uOvTQ
- Macron, E. (2020). Discurso del 13 de abril de 2020. Fuente: Youtube. www.youtube.com/watch?v=nLC4LSJd7xI
- Mair, P. (1997). *Party system change*. Oxford: Clarendon.
- Mazzoleni, G. (2017). Changes in Contemporary Communication Ecosystems Ask for a “New Look” at the Concept of Mediatization. *Javnost - The Public*, 24(2), 136-145, <https://www.doi.org/10.1080/13183222.2017.1290743>
- Moffitt, B. (2015). How to Perform Crisis: A Model for Understanding the Key Role of Crisis in Contemporary Populism. *Government and Opposition*, 50(2), 189-217. <https://www.doi.org/10.1017/gov.2014.13>
- Ortega, F. & Orsini, M. (2020). Governing COVID-19 without government in Brazil: Ignorance, neoliberal authoritarianism, and the collapse of public health leadership, *Global Public Health*, 15(9), 1257-1277. <https://www.doi.org/10.1080/17441692.2020.1795223>
- Parrott, B. (2020). The American Mega-Crisis: COVID-19 and Beyond. *Challenge*, 63(5), 245-263. <https://www.doi.org/10.1080/05775132.2020.1804756>
- Prasad, A. (2020). The organization of ideological discourse in times of unexpected crisis: Explaining how COVID-19 is exploited by populist leaders. *Leadership*, 16(3), 294-302. <https://www.doi.org/10.1177/1742715020926783>
- Rahat, G. & Sheafer, T. (2007). The personalization (s) of politics: Israel, 1949–2003. *Political Communication*, 24(1), 65–80. <https://doi.org/10.1080/10584600601128739>
- Ravecca, P. & Dauphinee, E. (2018). Narrative and the possibilities for scholarship. *International Political Sociology*, 12(2), 125–138. <https://doi.org/10.1093/ips/olx029>
- Sabucedo, J. M., Alzate, M. & Hur, D. (2020) COVID-19 and the metaphor of war. *International Journal of Social Psychology*, 35(3), 618-624. <https://doi.org/10.1080/02134748.2020.1783840>

- Sampugnaro, R. & Montemagno, F. (2021) In Search of the Americanization: Candidates and Political Campaigns in European General Election, *Journal of Political Marketing*. <https://doi.org/10.1080/15377857.2020.1869832>
- Sánchez, P. (2020). Comparecencia del Presidente del Gobierno. 10 de marzo de 2020. Fuente: Youtube. www.youtube.com/watch?app=desktop&v=osxHSL_ZHd0
- Sánchez, P. (2020). Anuncio Oficial del Presidente del Gobierno. 13 de marzo de 2020. Fuente: Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=RcDa_N4tmnI&t=403s A partir min. 55
- Sánchez, P. (2020). Anuncio Oficial del Presidente del Gobierno. 28 de marzo de 2020. Fuente: Youtube. www.youtube.com/watch?app=desktop&v=nAkH1Co56zQ
- Sartori, G. (1991). Comparing and Miscomparing. *Journal of Theoretical Politics*, 3(3), 243-257. <https://doi.org/10.1177/0951692891003003001>
- Sorace, C. (2016). Party spirit made flesh: the production of legitimacy in the aftermath of the 2008 Sichuan Earthquake. *China Journal*, 76 (1), 41-62. <https://doi.org/10.1086/685844>
- Tourish, D. (2020). Introduction to the special issue: Why the coronavirus crisis is also a crisis of leadership. *Leadership*, 16(3), 261-272. <https://doi.org/10.1177/1742715020929242>
- Tömmel, I. (2020). Political leadership in times of crisis: the Commission presidency of Jean-Claude Juncker, *West European Politics*, 43(5), 1141-1162, <https://doi.org/10.1080/01402382.2019.1646507>
- Valdivia, P. (2019). Narrating crises and populism in Southern Europe: Regimes of metaphor. *Journal of European Studies*, 49(3-4), 282-301. <https://doi.org/10.1177/0047244119865083>
- Weber, M. (1994). *Political Writings*. University of Cambridge Press.
- Weaver-Hightower, M. B. (2018). *How to Write Qualitative Research*. Routledge.

AUTOR/ES:

José Manuel Pérez Tornero

Catedrático de Periodismo en la Universidad Autónoma de Barcelona. Director de la Cátedra UNESCO Media and *Information Literacy and Quality Journalism*. Dirige los másteres de Gestión de la Comunicación Política y Electoral y Comunicación y Educación de la UAB. Es el director del grupo de investigación “Gabinete de Comunicación y Educación” (UAB). Forma parte del Grupo de Expertos de la UE sobre Media Literacy, y de GAPMIL (UNESCO). Especializado en Televisión, cultural y Educativa. Ha sido director de Televisión Educativa en RTVE y es miembro del Consejo Directivo de la Asociación de Televisiones Educativas Iberoamericanas (ATEI).

josepmanuel.perez@uab.es

Índice H: 33

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-8198-3648>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=03vc9SwAAAAJ&hl=es>

Carles Marín Lladó

Profesor titular de Periodismo Audiovisual en la Universidad Rey Juan Carlos (URJC) desde 2003. Se ha especializado en la información televisiva y radiofónica a partir de su análisis discursivo. Desde 2012 dirige el Máster en Reportalismo de Televisión en la misma universidad. Ha publicado una decena de libros y numerosos artículos sobre reportalismo e informativos audiovisuales, y cuenta con una larga trayectoria en TV y radio como creador de formatos, director, guionista y reportero tanto de programas informativos como de infoentretenimiento. Ha sido vicerrector y vicedecano de la URJC y directivo de la Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión (AcademiaTV).

carles.marin@urjc.es

Índice H: 6

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-7456-5889>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=3xduXAgAAAAJ&hl=es>

Laura Cervi

Investigadora postdoctoral del Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación de la UAB. Doctora en Ciencia Política por la Università di Pavia, Italia y por la UAB. Es miembro del grupo de investigación Gabinete de Comunicación y Educación, dirigido por el catedrático Dr. José Manuel Pérez Tornero en la UAB y coordinadora académica del Máster en Gestión de la Comunicación Política y Electoral del Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación de la UAB. Ha participado en diversos proyectos internacionales y ha sido, junto al Dr. José Manuel Pérez Tornero, Investigadora Principal del proyecto europeo Y-NEX, European Youth News Exchange, (2015-2017). En el año 2014 fue investigadora visitante en la Newberry Library de Chicago (EEUU).

laura.cervi@uab.cat

Índice H: 10

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-0376-0609>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=i-cg6IUAAAAJ&hl=en>