

# LA COMUNICACIÓN DE CRISIS: ESTRATEGIAS COLOQUIALES PARA LA PROTECCIÓN DE LA IMAGEN PÚBLICA DE LA POLICÍA CATALANA EN LA RUEDA DE PRENSA DEL 9 DE AGOSTO DE 2024

José TORRES ÁLVAREZ

*Universidad Internacional de La Rioja (UNIR, España)*

## RESUMEN

Por el origen del elemento que le proporciona su razón de ser, la comunicación de crisis conlleva un daño sobre el polo positivo de la imagen pública en las instituciones y en los sujetos encargados de ofrecer explicaciones. Cuando en la rueda de prensa de un acto comunicativo crítico se ofrece la posibilidad a los periodistas de formular preguntas para aclarar los hechos o para establecer los motivos de una actuación determinada, el emisor debe planificar el discurso para mitigar cualquier daño de la imagen pública mediante distintas estrategias discursivas coloquiales. Así, en este artículo se ofrece un análisis de algunos de los recursos fonéticos, semánticos, sintácticos y pragmáticos que se utilizaron en la rueda de prensa del 9 de agosto de 2024 donde se ofrecieron los detalles del operativo policial que no impidió la huida de Carles Puigdemont, pese a tener una orden de detención vigente.

**PALABRAS CLAVE:** *discurso oral; comunicación de crisis; rueda de prensa; imagen pública; análisis del discurso.*

## ABSTRACT

Because of the nature of the element that gives rise to it, the crisis communication involves harm to the positive feature of the public image either the institutions or the individual responsible for providing explanations. Therefore, when in the crisis communication journalists can ask questions in a press conference to clarify the facts or establish the reasons for a specific action, the speaker must plan his remarks to mitigate any damage to the public image through some colloquial discursive strategies. This paper offers an analysis of some of the phonetic, semantic, syntactic and pragmatic resources that were used in the press conference on August 9, 2024, which informed about the police operation that failed to prevent the escape of Carles Puigdemont, despite an existing arrest warrant.

**KEYWORDS:** *oral speech; crisis communication; press conference; public image; discourse analysis.*



Fecha de recepción: 13/1/2025

Fecha de aceptación: 15/2/2025

Fecha de la versión definitiva: 4/3/2025

## 0. INTRODUCCIÓN

La reputación es la confluencia de los valores de aceptabilidad y legitimidad que se otorga no solo a las personas, «sino también a las empresas, las escuelas públicas, los hospitales o a los departamentos gubernamentales» (Griffin 2014: 1-2). Si focalizamos la atención sobre los organismos gubernamentales, podemos afirmar que la reputación institucional se mantiene y se consolida por distintos cauces comunicativos, como la interacción interpersonal de estos y sus destinatarios, las evaluaciones sobre su eficacia y la calidad de sus acciones (aspecto que se documenta, por ejemplo, mediante distintos canales electrónicos), la organización de eventos vinculados a su responsabilidad social, los premios o reconocimientos que les han sido otorgados, la calidad y el número de alianzas con otras organizaciones o personalidades, etc.

Normalmente, la percepción de la reputación institucional suele ser neutra o positiva, pero conviene tener en cuenta que esta percepción social puede mermarse por varias cuestiones, de las que destacamos fundamentalmente dos: la primera, porque la institución –a través de la autoridad correspondiente– ejerce un acto coercitivo social al dar cumplimiento a ciertas acciones preventivas o que imponen sanciones necesarias para el correcto mantenimiento del orden social establecido, como sucede con la imposición de normas; y la segunda, porque es la propia institución o el propio organismo que incurre en el incumplimiento de la normativa al no respetar, por ejemplo, los plazos de respuesta de los distintos documentos, la omisión de los principios de información basados en la transparencia, etc.

Cuando se compromete la integridad institucional se producen efectos negativos significativos sobre su imagen pública<sup>1</sup>, ya que se erosiona la confianza que los ciudadanos han depositado en esa institución o en ese organismo y, en consecuencia, se polariza la opinión social en dos extremos opuestos: los ciudadanos partidarios de que se incumpla el mandato legal (como ocurre cuando los partidarios de la independencia de un territorio instan a incumplir las leyes y las normas del país del que quieren indepen-

---

<sup>1</sup> El concepto de imagen social de Goffman fue retomado por Brown y Levinson (1987) para sostener que todos los miembros de la sociedad desean mantener una cierta imagen pública durante toda interacción comunicativa. Según estos autores, esta imagen se divide en dos polos: el positivo, que consiste en el deseo del individuo por ser apreciado por los demás, y el negativo, que le proporciona cierta libertad de acción. Es posible aplicar la polaridad positiva y la polaridad negativa a las instituciones y a los organismos en tanto que son los ciudadanos los que presentan una determinada visión sobre el organismo atendiendo, por ejemplo, a las cuestiones que hemos aludido más arriba.

dizarse) y los detractores de dicha acción. Desde el punto de vista comunicativo, estos últimos realizarán distintos actos de habla para debilitar la imagen pública institucional que se sustentarán, entre otras muchas cuestiones, sobre un sentimiento de injusticia que socaba no solo la legitimidad de la propia institución, sino también aquella que es inherente al propio sistema normativo que impera en la sociedad, y que suelen cuestionar. Es precisamente en este acto polarizador donde se confirma la existencia de la vinculación causal-consecutiva entre los conceptos de *imagen* y de *reputación* debido a que una acción institucional supone una reacción social específica, lo que ha provocado que se entiendan como términos sinónimos complementarios, pero, en realidad, son numerosas las diferencias entre ellos, como argumentan Cipriotti (2004) o Viñafate (2004).

La planificación estratégica y la gestión comunicativa, a partir del análisis de los receptores de las acciones (Cipriotti, Oliveira y Zeler 2019) son cruciales, pues solo a través de la observación comunicativa concreta de este grupo social se puede combatir el posible malestar social generado. En consecuencia, es determinante la visibilidad mediática, a través de las ruedas de prensa, pues supone un elemento de reparación de la confianza pública y de la reputación institucional al producirse lo que se conoce como comunicación de crisis (Hermann 1963; Barton 1993; Seeger, Sellnow y Ulmer 1998; Fearn-Banks 2017; Coombs y Holladay 2012), un acto discursivo social mediante el que, sirviéndose de los medios de comunicación, la institución o el organismo ofrece una comunicación directa y transparente a la sociedad para evidenciar, siguiendo a Westphalen y Piñuel (1993), mediante una serie de estrategias discursivas (como la negación, el silencio o la transferencia de responsabilidades, por citar algunos ejemplos) y de explicaciones claras y detalladas, la justificación y la respuesta a cómo y por qué motivo se han producido las acciones que afectan negativamente a la institución, para informar sobre las medidas correctivas que se han efectuado o que se efectuarán para mitigar los posibles daños que esas acciones han provocado y para evidenciar la predisposición a contestar a las preguntas que puedan formular los periodistas, con un claro afán de demostrar que no se tiene nada que esconder.

Desde la perspectiva lingüístico-pragmática, la finalidad perlocutiva (Austin 1962) que proporciona la rueda de prensa que tiene lugar durante cualquier comunicación de crisis es doble: por un lado, se pretende reafirmar los compromisos y los valores sociales que han resultado dañados por la acción institucional y, por otro lado, se aspira a reconstruir una imagen social positiva y sólida que restaure su credibilidad. Ahora bien, a pesar de constituir un elemento formal de la comunicación de crisis, la formulación de preguntas en la rueda de prensa que sigue al acto expositivo que lleva a cabo el portavoz legitimado para ofrecer explicaciones puede obstruir la de la imagen pública institucional debido a dos acciones que realizan los periodistas cuando solicitan la aclaración de aspectos no detallados en la exposición inicial del portavoz (en esta situación los periodistas actúan de forma

involuntaria) o cuando en la exposición ofrecida se detecta la voluntad del portavoz por no ofrecer una explicación clara o por omitir información (en este caso, la acción se produce de forma voluntaria, porque subyace práctica comunicativa tendenciosa que pretende manipular al emisor para exponer sus inconsistencias discursivas). Y esto no se explica por una relación casual, ya que como afirma Losada Díaz (2002: 101-102) los medios de comunicación son los «principales mediadores de la realidad para el conjunto de ciudadanos» al ofrecer una base informativa específica que implica que el receptor se genere una imagen corporativa o institucional concreta que puede no ser coincidente con la que posee mercantil o el organismo que emite el comunicado. Por ello, es crucial la realización de un análisis lingüístico-pragmático que determine qué elementos discursivos se utilizan con respuesta a las preguntas formuladas por los periodistas con la intención de tener un gran impacto en la percepción pública y recuperar la confianza institucional.

Por todo lo anterior, en esta investigación focalizamos nuestra atención sobre el uso persuasivo de algunos elementos coloquiales de carácter fonético, léxico, sintáctico y pragmático presentes en las respuestas de las preguntas que se formularon durante la rueda de prensa realizada el 9/8/2024<sup>2</sup>, donde las cúpulas del Departamento de Interior en Catalunya y del cuerpo de los *Mossos d'Esquadra* ofrecieron explicaciones sobre el operativo policial encargado de detener al expresidente de la *Generalitat de Catalunya*, Carles Puigdemont, cuando, a pesar de tener una orden de detención vigente, acudió al *Parlament* de la *Generalitat de Catalunya* tras permanecer más de 7 años huido de España, y abandonó el territorio nacional sin que se produjera su detención. De manera concreta, se aborda, de forma descriptiva, la interrelación entre la dimensión práctica de la acción comunicativa que emana de la rueda de prensa aludida y los enfoques teóricos más relevantes en el campo de la comunicación de crisis, el análisis del discurso y la persuasión lingüística. En síntesis, esta vinculación es la que nos permite ofrecer un análisis explicativo de las funciones discursivas con valor mitigador y persuasivo que emplearon tanto la institución gubernamental como el sujeto legitimado para gestionar, a través de sus explicaciones, la situación de crisis generada.

## 1. CARACTERIZACIÓN DISCURSIVA DEL GÉNERO COMUNICACIÓN DE CRISIS

Coombs (2015: 3) define crisis como «the perception of an unpredictable event that threatens important expectancies of stakeholders related to health, safety, environmental, and economic issues, and can seriously impact an organization's performance and generate negative outcomes». Normalmente, las fuentes de la crisis son múltiples, aunque los factores políticos, sociales, naturales y económicos son los elementos iniciadores más destacables.

<sup>2</sup> El vídeo analizado se encuentra en el canal de *Youtube* del periódico La Vanguardia, con el título *Rueda de prensa de Interior y los Mossos d'Esquadra tras la huida de Puigdemont* (<https://www.youtube.com/watch?v=PAkG7kcrBI>).

Con independencia de su origen, cuando se produce una crisis, recuerda Losada Díaz (2009: 151), es necesario que la organización o la institución adopte «una reacción rápida, coherente y planificada en materia de comunicación» para revertir el daño social hacia su imagen corporativa. Y es precisamente la focalización sobre este acto comunicativo mitigador el que ha llevado a Brown y Boman (2023: 18-19) a formular la consolidación de un cambio en el paradigma de las investigaciones discursivas empíricas tradicionales, centradas fundamentalmente en el aspecto reparador de la imagen social en este tipo de comunicación. En efecto, en los últimos años han proliferado los estudios que analizan de forma pormenorizada aspectos comunicativos relativos a la eficacia estratégica de la comunicación de crisis (Pace, Balboni y Gistri 2017; Pang, Wonsun y Walther 2018), que describen cuáles son los mecanismos de atribución de la responsabilidad (Ma y Zhan 2016), que analizan el uso del léxico con valor atenuador o persuasivo de las explicaciones críticas (Öztürk y Ayvaz 2018; Morgan y Wilk 2021) o que atienden al componente semiótico de los actos de habla propios del discurso relacionado con las emergencias sociales o institucionales (Mayopu, Long-Sheng y Venkatewarlu 2023). En lo tocante a la comunicación empresarial y a su vinculación con la comunicación de crisis se destacan estudios generales, como los de Holtzhausen, Fullerton, Lewis y Shipka (2021), Falkheimer y Heide (2023) o Place (2023), pero también se documentan investigaciones sobre otras áreas, como la de Kozolonka (2014), centrada en la comunicación gubernamental, o la de Botan (2017: 175-196), que analiza la comunicación estratégica propia de los grupos terroristas.

Como se observa, el enfoque en la investigación del discurso de crisis ofrece una visión poliédrica de este tipo de acto comunicativo, lo que ha supuesto que Gundel (2005: 108-110) realice un análisis exhaustivo de las clasificaciones tradicionales sobre el concepto crisis y, atendiendo tanto a su influenciabilidad sobre el público como a su grado de previsibilidad, los simplifique en cuatro tipologías: una general (que afecta al conjunto de la población), una inesperada, de muy difícil previsión (que puede provenir, por ejemplo, de hechos naturales o relacionados con actos violentos destacables), una intratable (difícil de predecir, pero fácil de abordar debido, paradójicamente, a su carácter inesperado, como sucede cuando se produce un terremoto en un lugar que no está preparado para ello) y una fundamental (impredecible y, además, generadora de gran incertidumbre entre los expertos). Desde una óptica social, es cierto que la clasificación de los tipos de actos críticos que propone este investigador proporciona un marco de análisis útil, pero para realizar un análisis del discurso es importante reconocer que existen características comunicativas comunes a los diferentes tipos de crisis con independencia del acto producido. Por esta confluencia de elementos, a continuación exponemos algunas características comunes a cualquier comunicación crítica subordinándolas a la rueda de prensa del 9 de agosto de 2024.

### 1.1 Los actores discursivos en la comunicación de crisis

Ducrot (1986: 183) considera la polifonía discursiva al explicitar que el proceso de enunciación implica a tres tipos de sujeto: el empírico o quien produce el discurso (el emisor o autor), el de la enunciación, quien lee o transmite el discurso (locutor, hablante o narrador) y el del enunciado (enunciador), que constituye las voces a las que da entrada el locutor para mostrar sus puntos de vista en el discurso. Esto lleva a puntualizar a Puig (2013: 130) que «el sentido del enunciado presenta al locutor como responsable del enunciado y, por lo tanto, como aquel sujeto que da existencia a los enunciadores y organiza los puntos de vista». Dicho de otro modo, el emisor-enunciador es la persona autorizada por la institución que toma la palabra con la intención de comunicarse y proporcionar información sobre un hecho concreto (una cierta visión de la realidad) a uno o varios alocutores (destinatario o destinatarios), en línea con lo sugerido por Escandell (2014: 35) al tratar sobre la intencionalidad subyacente en cualquier acto comunicativo. Ahora bien, dependiendo del tipo de crisis, esta intención discursiva oscila entre la voluntariedad y la obligación o la imposición funcional, dependiendo del cargo político o profesional que el sujeto de la enunciación ostente.

En el caso que nos ocupa, la rueda de prensa analizada contó con la participación del *conseller d'Interior*, Joan Ignasi Elena; del director general del cuerpo de policía catalán, Pere Ferrer; del comisario jefe del cuerpo de los *Mossos d'Esquadra*, Eduard Sallent, de la comisaria de la Jefatura, Rosa Bosch, acompañados por otros mandos del cuerpo policial. Siguiendo la distinción propuesta por Ducrot (1986), en este acto comunicativo se observaba la presencia implícita del sujeto empírico (probablemente, el departamento de comunicación de la *Generalitat de Catalunya*) que ha elaborado, en mayor o menor medida, el discurso que emite el sujeto de la enunciación (el *conseller d'Interior*, el director general de la policía y el comisario jefe de los *Mossos d'Esquadra* cuando hacen uso de la palabra). Pero en función del bloque discursivo que se esté tratando, puede aplicarse a la teoría de la enunciación la consideración que realiza Charadeuau (2003: 34), quien sostiene que en cualquier acto comunicativo cualquier emisor puede adquirir dos papeles discursivos: el de enunciador en razón del cargo, conocido también con el nombre de locutor genérico (el *conseller d'Interior*, el director general de la policía; el comisario jefe del cuerpo de los *Mossos d'Esquadra* cuando emiten opinión en razón de su cargo) y el de locutor del enunciado, papel que adoptan en tanto que sujetos personales (cuando hablan como Juan Ignasi Elena, como Pere Ferrer y como Eduard Sallent, respectivamente).

Por su parte, los receptores del mensaje son quienes obtienen la información facilitada por el emisor y que, a través de acciones inferenciales, procesan los elementos implícitos y explícitos de los enunciados lingüísti-

cos que forman el acto comunicativo. En función del grado de participación, los receptores se agrupan en aquellos que pueden intervenir activamente en el acto comunicativo (los periodistas convocados y, entre ellos, aquellos a los que se proporciona el derecho a la palabra) y los que no tienen capacidad de intervención (los periodistas que no pueden o no quieren participar y los telespectadores).

## 1.2 *La estrategia comunicativa y la situación espacial*

Debido a la variedad de cuestiones que determinan la producción de un acto de habla concreto, en el análisis de la situación comunicativa se debe prestar atención a las coordenadas espaciales concretas a las que se subordinan las emisiones, los factores psicológicos y culturales que las condicionan y el espacio o el contexto extraverbal inherente a las emisiones (Coseriu 1962: 313; Hall 1969). Debido al aspecto protocolario de la comunicación de crisis, el hecho de hablar de pie transmite una imagen de control discursivo, lo que suele percibirse (de manera inconsciente) por los destinatarios como una manifestación de autoridad y confianza por parte del destinatario. Asimismo, se reduce la aprensión comunicativa (McCroskey 2001) que puede presentar, lógicamente, el sujeto de la enunciación al sentir el miedo o la ansiedad que implica la comunicación de los mensajes propios de cualquier tipo de situación crítica, pues se constituye como la cara visible de la institución o del organismo. Por su parte, el hecho de ofrecer a los periodistas la posibilidad de estar sentados es una cuestión de la cortesía social que favorece la cordialidad y el respeto del acto, como se muestra en la siguiente imagen:

IMAGEN 1. *Distribución espacial de la rueda de prensa del 9 de agosto de 2024*  
(Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=PAkG7kkcrBI>)





Ahora bien, en el acto comunicativo analizado esa cortesía es solo aparente, pues tanto el atril tras el cual los emisores desarrollan su exposición como la posición elevada de ellos, en realidad, constituyen una barrera que los separa física y discursivamente de su audiencia, lo cual incrementa el valor descortés del acto lingüístico que se produce.

### 1.3 *La estrategia comunicativa y el factor conversacional*

El mensaje que se produce en el seno de la comunicación de crisis se elabora teniendo en cuenta no solo a los actantes del discurso, sino también la claridad expositiva y su valor argumentativo, ya que el uso de unos argumentos que apoyan «ciertas opiniones con razones» (Weston 2004: 13) permite mitigar el daño a la imagen pública institucional. De algún modo, la argumentación se encuentra presente en distintos ámbitos comunicativos, pero resulta especialmente relevante en la comunicación de crisis, donde oscila entre la planificación y la espontaneidad, dependiendo de la fase comunicativa del proceso en la que se produzca. Así, mientras que en la fase narratológica de los hechos se observa una planificación oral semi-formal, donde los recursos orales –como el uso estratégico de la entonación, los alargamientos fónicos, las vacilaciones fonéticas, la pronunciación marcada, los elementos con valor intensificador o atenuador o la parcelación sintáctica, por ejemplo– son escasos, durante la fase de interacción con los periodistas se documenta un uso no planificado de la oralidad. Esto sucede porque la rueda de prensa comparte características con otros géneros periodísticos, como la entrevista.

Desde la perspectiva oral, la vinculación entre la rueda de prensa y la entrevista queda avalada por las palabras de Halperín (2012: 23), quien sostiene que la entrevista es «la más pública de las conversaciones privadas» al compartir las «reglas del diálogo privado (proximidad, intercambio, exposición discursiva con interrupciones, un tono marcado por la espontaneidad, presencia de lo personal y atmósfera de intimidad), pero está construida para el ámbito de lo público», de igual modo que sucede con la interlocución dialógica que se produce entre los periodistas y los emisores legitimados, tanto por la institución como por la sociedad, para transmitir el mensaje. Veámoslo en:

- (1) a. DIRECTOR GENERAL DE LOS Mossos d'Esquadra: Y se tienen que reclamar con vehemencia, pero no desgastando las estructuras catalanas, como nuestra policía. Seguro, seguro que todo el mundo sospesará aciertos y errores, como ha hecho y hará nuestra policía, los Mossos d'Esquadra, pero hay cosas que cuestan entender, sobre todo porque hieren... (Minutos: 41:08 –41:29).



b. COMISARIO JEFE: sobre:<sup>3</sup> a: sobre esta cuestión esto ocurre en poco tiempo estaba: la comisaría Estruch y se lo decía ¿no? íbamos arriba y abajo... (Minutos: 01:57:56 – 01:58:09).

En el ejemplo anterior se reproducen dos momentos comunicativos vinculados, respectivamente, con la intervención planificada (1a) y la intervención no planificada (1b) de la comunicación de crisis, donde se observan los elementos propios del diálogo privado a los que se refería el investigador argentino. Mientras que en (1a) la intervención del director general del cuerpo de policía autonómico catalán muestra estructuras gramaticales normativas («se tienen que reclamar con vehemencia»), dislocaciones y repeticiones léxicas con valor enfático («seguro, seguro que todo el mundo sospesará...»), verbos propios del registro semiformal («sospesar»), a pesar de alguna cuestión de alcance coloquial («hay cosas que»); (1b) muestra una emisión discursivamente menos contenida que se inicia con un alargamiento vocálico en las preposiciones («sobre:», «a:») con la voluntad pragmática de disponer de tiempo para estructurar el discurso, lo cual justifica la repetición de *sobre*, el uso de expresiones lingüísticas que sirven para dislocar el momento temporal discursivo, al obligar a recordar un aspecto que ya ha sido tratado con anterioridad («y se lo decía»); peticiones de confirmación al interlocutor («¿no?») y locuciones adverbiales coloquiales directamente vinculadas con verbos de movimiento («íbamos de arriba y abajo»).

Ahora bien, con independencia del mayor o menor grado de planificación discursiva, los elementos coloquiales presentes en la comunicación de crisis también mitigan la distancia comunicativa que establecen los elementos físicos comentados en el epígrafe anterior. Comentemos, ahora, el siguiente ejemplo:

- (2) COMISARIO JEFE: en relación con la situación de los dos *Mossos* detenidos decir que el abogado presentó un *habeas corpus* como saben ustedes es una institución que tiene como finalizar garantizar pues e: que la detención en la que se ha producido una persona es acorde a ley... (Minutos: 02:09 – 02:35).

Como se observa, Sallent responde a una pregunta formulada por la periodista Marina Torres, de Atresmedia, donde la expresión «como saben ustedes» conlleva una implicatura convencional (Grice 1975) que intenta poner de manifiesto el conocimiento legal que tienen todos los destinatarios para conocer en qué consiste un *habeas corpus*. Pero esta deferencia cortés lo es solo en apariencia, pues el emisor es perfectamente

<sup>3</sup> En los ejemplos, el uso de los dos puntos tras cualquier letra evidencia la existencia de un alargamiento vocálico o consonántico.

consciente de que no todos conocen esta petición judicial, por lo que decide describir en qué consiste esta acción y facilitar la correcta comprensión del mensaje («pues e: que la detención que se ha producido en la que se ha producido una persona es acorde a la ley»).

## 2. ANÁLISIS DEL VALOR PRAGMÁTICO-CONVERSACIONAL DE LA RUEDA DE PRENSA DEL 9 DE AGOSTO DE 2024: DE LA INTRODUCCIÓN TEÓRICA A LA DESCRIPCIÓN PRÁCTICA

La rueda de prensa es un género informativo híbrido<sup>4</sup> que se sitúa a medio camino entre la información y la entrevista, ya que, de un lado, está formado por una intervención narrativo-justificativa que trata sobre unos actos socialmente relevantes y que, normalmente, implica la actuación discursiva de un organismo, un personaje destacado o a una institución y, de otro lado, presenta una función ilocutiva al ofrecer ciertas aclaraciones de las acciones realizadas en un momento determinado permitiendo la realización de una serie de preguntas aclaratorias por parte de los periodistas convocados al evento (Xifra 2007: 120). Desde una perspectiva macroestructural, este acto discursivo presenta una superestructura concreta (Van Dijk 1980) que se divide en cuatro fases: la apertura (o introducción), donde se acoge a los periodistas, se contextualiza el alcance de la rueda de prensa y se presentan a los sujetos participantes; la declarativa, en la que se informa de los puntos esenciales y específicos del tema tratado; la dialógica, cuando los periodistas formulan preguntas a los portavoces institucionales y, finalmente, la conclusiva, cuando se resumen los aspectos clave de la intervención y se agradece la asistencia a los distintos medios de comunicación.

Como hemos avanzado más arriba, en términos de planificación discursiva se remarca una oscilación dependiendo de la fase del proceso comunicativo, mientras que los actos comunicativos donde la información se desarrolla de forma unilateral (la introducción, la declaración y, aunque de forma variable, la conclusión del acto) presentan un alto grado de planificación, conforme avanza la rueda de prensa se produce un acto discursivamente interactivo que no puede planificarse de forma detallada, al desconocerse cuál será la línea discursiva de esta fase comunicativa marcada por las preguntas concretas que puedan formular los periodistas. Finalmente, el cierre de la rueda de prensa también puede sufrir modificaciones en su planificación previa, ya que el portavoz puede adaptar su discurso para incluir aquellos aspectos informativos más relevantes que se deriven de las preguntas que no hayan sido consideradas en la planificación inicial del acto comunicativo.

<sup>4</sup> Siguiendo los presupuestos teóricos de Bowen (2021), contemplamos la rueda de prensa como un subgénero de la entrevista no planificada que se enmarca en el macrogénero discursivo de carácter narrativo y oralizado (Halperín 2012).

Llegados a este punto, y como cierre introductorio previo al análisis, recordemos varias cuestiones. Se destaca una triple función de la persona sobre la que recaiga la presentación de la información: en primer lugar, el sujeto está socialmente e institucionalmente legitimado tanto en el uso de la palabra como en la adopción del papel de locutor discursivo (Charaudeau 2007: 34), motivo por el cual actúa como un representante válido de la institución; en segundo lugar, como locutor, el actor comunicativo realiza su intervención en tanto el cargo que ostenta; pero, en tercer lugar, ese acto comunicativo no queda desligado del sujeto personal que ostenta dicho cargo. Por lo tanto, como veremos en el análisis que realizamos en las siguientes páginas, es común que los actos lingüísticos oscilen entre dos enunciadores que confluyen en la misma persona: el yo egocéntrico y el yo duocéntrico (Vicente Mateu 1994), esto es, la persona que desempeña un cargo concreto y la persona con rol de ciudadano, y que esta dualidad se utiliza como estrategia persuasiva para mitigar el daño al polo positivo de la imagen pública, tanto para el cargo ostentado como la persona que lo ostenta.

En cuanto a los destinatarios del mensaje, adoptamos la postura de Cortés Rodríguez (2024), quien subraya el carácter dialógico de cualquier acto de habla, motivo por el que mensaje emitido por el locutor se dirige a un público concreto que en cualquier rueda de prensa lo polariza en dos grupos totalmente opuestos desde el plano de la igualdad comunicativa: los periodistas, que pueden participar en el acto discursivo a través de la formulación directa de preguntas, y los telespectadores (o, en el caso de la comunicación radiada, los escuchantes), que adoptan una actitud pasiva, al no poder intervenir ningún momento. Considerados como un solo conjunto comunicativo, como destinatarios, tanto los periodistas como los telespectadores que no tienen la posibilidad de colaborar activamente en el acto se oponen espacialmente a los sujetos institucionales, quienes muestran su poder en el lugar donde se realiza el acto, al estar de pie y enfrentados a los destinatarios, tanto físicos como audiovisuales, que suelen permanecer sentados, utilizando, para ello, elementos propios de esta situación comunicativa, como el atril, las banderas o el cálculo de la distancia comunicativa (Hall 1959, 1969), aspectos que contribuyen a la gestión estratégica del poder simbólico (Bourdieu 1991; Castells 2009; Habermas 1984; Houtsonen y Antikainen 2008).

## 2.1 *El valor conversacional y pragmático de la interrogación de la rueda de prensa*

Al hablar de interrogación suelen plantearse cuestiones de alcance clasificatorio en función de los elementos pronominales utilizados (de ahí que se aluda a preguntas abiertas, preguntas cerradas, etc.), semántico (al propiciar una reflexión pragmática sobre cuál es la finalidad real que se busca con la formulación interrogativa utilizada, como sucede con la interrogación retórica) o situacional, al abordar cómo se produce la formulación en contextos judiciales (Woodbury 1984; Torres 2017), en el ámbito

político (Íñigo Mora 2007), en la interacción médico-paciente (Alcolea Cosín, Oter Quitana y Martín García 2011) o en situaciones informales (Stenström 1984; Tannen 1984) por citar algunos ejemplos.

Como se ha indicado, durante la rueda de prensa del 9 de agosto de 2024 los periodistas convocados formularon una serie de preguntas con la intención de clarificar puntos de actuación de los *Mossos d'Esquadra* durante el dispositivo de detención de Carles Puigdemont cuando, recordemos, este acudió al acto de investidura del nuevo presidente del gobierno catalán a pesar de tener una orden de detención vigente. Debido a su importancia, a continuación analizamos algunas de las consideraciones propias del desarrollo interrogativo de esta rueda de prensa.

### 2.1.1 Temporización del acto comunicativo interrogativo

Si bien desde el inicio de la grabación analizada hasta que los sujetos institucionales inician su intervención transcurren 24 minutos, la rueda de prensa ofrecida en la plataforma de reproducción de vídeos duró 2:46:23 horas. El periodo destinado a permitir que los periodistas formularan preguntas a los responsables institucionales tuvo una duración total de 01:35:28 horas, lo cual supone que más de la mitad del acto comunicativo, concretamente el 66,9 % de este, se dedicó a proporcionar respuesta a las dudas que pudieran plantearse. Desde el punto de vista de la cortesía social, este hecho es un acto cortés indiscutible; sin embargo, desde el punto de vista discursivo, muchas de las intervenciones quedaron sin una respuesta adecuada y convincente, motivo provocado por la presencia de elementos conversacionales, como veremos más adelante.

### 2.1.2 Clasificación temática y frecuencia de las preguntas formuladas

La interrogación se configura como una herramienta pragmático-argumentativa cuando su empleo no solo implica la obtención de cierta información, sino también como detección de la sinceridad de la actuación del sujeto interpelado. Aunque es innegable que el acto interrogativo demanda información mediante construcciones interrogativas, el valor pragmático de la petición de información no es exclusivo de estas. Y así lo expresa la NGLE (2009: 3153) con las siguientes palabras:

el acto verbal debe distinguirse de la modalidad oracional que le corresponde. Así, pueden solicitarse informaciones mediante oraciones imperativas (*Dime qué hora es, por favor*) e incluso –de manera velada unas veces y más explícita otras– mediante oraciones enunciativas, sean afirmativas (*Alguno de ustedes debe de saber qué hora es*) o negativas (*No sé qué hora es*). Así pues, en todas estas expresiones se solicita información. No son, sin embargo, oraciones interrogativas, a diferencia de *¿Qué hora es?*

Lo que se está afirmando en la obra normativa es que todo enunciado presenta una modalidad propia que permite analizar no tanto cuál es el contenido proposicional de las construcciones interrogativas, sino cuál es la actitud del hablante que lo enuncia. Partiendo de estas consideraciones, Escandell (1987), Koshik (2003), Haverkate (2006), Hidalgo (2006) o Torres (2016) también han abordado el aspecto pragmático del acto interrogativo. Sobre estas postulaciones, y aunque no nos detendremos en este aspecto por cuestiones de espacio, se han detectado cinco tipos de emisiones con valor interrogativo: las preguntas totales, que son aquellas que implican una incógnita con una variable que «corresponde al carácter afirmativo o negativo de la predicación» (Escandell 1999: 3932), esto es, que se responde con «sí» o «no» o preguntas totales polares, que, según señala la NGLE (2009: 3156) permiten que se «elija entre dos opciones diferenciadas solo por la negación», o cuya disyunción aparece expresada por la conjunción *o* (Navarro Tomás 1974: 119-120); las preguntas parciales, cuya formulación incluye un elemento interrogativo que se vincula a una doble resolución al necesitar una «respuesta efectiva con la información subordinada a la pregunta real encubierta» (Segura 1998: 83); las preguntas retóricas, que «contienen implícitamente su propia respuesta o sugieren de forma velada la inclinación del hablante que las formula hacia una respuesta particular» (NGLE 2009: 3188), secuencias enunciativas con un valor ilocutivo interrogativo (o interrogativas pragmáticas), que presentan una entonación enunciativa que pretende que el sujeto interrogado narre unos hechos en el sentido que se le ha preguntado; y las interrogaciones híbridas, que son aquellas en los que, de forma momentánea, en el enunciado se utiliza patrones interrogativos puro, como el uso de signos de interrogación en el ámbito escrito.

El alto grado de oralización del acto comunicativo analizado permite afirmar que durante la rueda de prensa se evidencian limitaciones relacionadas con la audibilidad de algunas de las preguntas formuladas por los periodistas, fundamentalmente atribuidas a la ausencia de micrófonos cercanos a los sujetos que formulaban algunas de las preguntas o a la distancia que mediaba entre el emisor y el dispositivo que emitía la entrevista. Como consecuencia, del total de las 28 intervenciones con carácter interrogativo que formularon los periodistas, solo en tres formulaciones se tuvo que recurrir a la respuesta para detectar el tema y la intención informativa subyacente. Así, los núcleos temáticos sobre los que versaron las preguntas fueron los siguientes: el diseño y ejecución del operativo policial, los colaboradores necesarios en la huida de Carles Puigdemont, las situaciones legales vinculadas con el operativo policial, la determinación del paradero del *expresident*, la emisión de valoraciones personales sobre aspectos vinculados a Puigdemont, las valoraciones personales sobre el operativo policial y la depuración de responsabilidades y gestión de la imagen pública, tanto personal como institucional.

## 2.2 *El valor pragmático-conversacional como estrategia reparadora de la imagen personal e institucional*

Afirma Cordisco (2003: 151) que el concepto de la propia autoimagen de cualquier hablante condiciona su trato interpersonal. Con independencia de su alcance personal, profesional o institucional, la vulneración de esa autoimagen condiciona tanto la forma como el contenido de las respuestas que se producen en cualquier rueda de prensa subordinada a un contexto de comunicación de crisis. En este tipo de actuaciones, como se ha apuntado más arriba, los elementos coloquiales presentes en las respuestas que proporcionan los sujetos que tienen reconocida la autoridad para tratar del tema en cuestión se encaminan a mitigar el daño de la imagen pública, tanto institucional como personal y profesional. Así, a continuación analizamos algunas de las estrategias lingüístico-discursivas coloquiales recurrentes que permiten mitigar o reparar el daño sobre la imagen social.

### 2.2.1 Los alargamientos vocálicos y consonánticos

La falta de previsión respecto a las posibles preguntas que formulan los periodistas en una rueda de prensa supone una planificación discursiva dinámica para elaborar una respuesta coherente que no incurra en contradicciones y que contribuya a mantener la credibilidad del público en relación con el mensaje emitido. Así pues, se recurre a alargamientos vocálicos y consonánticos con la intención pragmática de proporcionar una versión que no descuide ningún detalle, como sucede en el siguiente ejemplo:

- (3) a. COMISARIO JEFE: En segundo lugar, nosotros lo visualizamos cuando va acompañada de una masa y acompañado de autoridades, a: políticas, en que no hacen oportuno ni idóneo la intervención en ese momento... (Minutos: 01:03:15 – 01:03:27).
- b. ... A: sobre la colaboración de Policía Nacional y Guardia Civil hay una estrecha relación como ustedes saben con, con el resto de cuerpos de seguridad que operan en Cataluña... (Minutos: 02:24:49 – 02:24:59)
- c. ... M: sobre la complejidad a: y la: y la entrega que decían... (Minutos: 02:25:30 – 02:25:39).

En el primer ejemplo se observa el alargamiento vocálico «a:» cumple una doble función pragmático-argumentativa: permitir al comisario jefe disponer de cierto tiempo para pensar en el adjetivo calificativo («políticas») que se aplica al sustantivo «autoridades» y presentar el grupo nominal «autoridades políticas» como una justificación argumentativa que justifica el hecho de no haber ejecutado la detención de Carles Puigdemont. En otras palabras, la detención no se produjo no solo porque el *expresident* fue-

ra acompañado «de una masa» de personas, sino (y mucho más importante) que también lo estaba de autoridades políticas. Por su parte, la posición inicial del alargamiento vocálico de (3b) y del alargamiento consonántico de (3c) restringe el valor pragmático-argumentativo al utilizarse únicamente como elemento que retarda, brevemente, la acción discursiva y proporciona tiempo al comisario jefe para pensar cómo estructurar la respuesta.

### 2.2.2 Uso pronominal oscilante

Cualquier operativo policial presenta una estructura jerárquica cuya cúpula está estrechamente relacionada con el diseño y la ejecución de las decisiones tácticas y estratégicas que garantizan el éxito de este. Por ello, cuando el operativo policial no cumple su cometido es fundamental depurar responsabilidades de acuerdo con la jerarquía establecida. Debido al fracaso del dispositivo de detención de Carles Puigdemont y a la situación de crisis institucional generada, el comisario jefe de los *Mossos d'Esquadra*, Eduard Sallent, decide elaborar el discurso de respuesta a las preguntas formuladas por los periodistas con un uso oscilante entre la presencia y la impersonalización del *yo* como estrategia discursiva con la intención de evitar cualquier tipo de perjuicio contra su imagen pública y responsabilizarse solo de ciertos actos:

- (4) a. COMISARIO JEFE: Como me he referido en mi intervención, nosotros a: habíamos diseñado a: un, un dispositivo en el que el señor Puigdemont e: tuviese la voluntad de participar realmente en lo que era el Pleno de investidura... (Minutos 01:03:38 – 01:03:51).

b. COMISARIO JEFE: ... mi vida ha estado siempre a disposición del servicio de los demás, mi vida ha estado a: hacerme *Mosso d'Esquadra* a servir el conjunto de mis ciudadanos trabajar a diario de forma inagotable para mejorar el servicio que prestamos, para estar ayudando al conjunto de los *Mossos d'Esquadra* y para asegurar que el servicio que prestamos a: a los ciudadanos sea de máxima calidad... (Minutos 01:45:06 – 01:45:32).

En el ejemplo que muestra (4a), Sallent solo se responsabiliza de haber explicado en la fase narratológica de la rueda de prensa el hecho sobre el que se le ha preguntado (el diseño del dispositivo policial). Para ello, recurre a la secuencia con el sujeto elidido en 1.<sup>a</sup> persona «como (yo) me he referido en mi intervención», responsabilizándose de lo dicho y de lo que se va a decir a continuación, que el dispositivo fue diseñado entendiendo que la voluntad de Carles Puigdemont era la de «participar realmente en lo que era el Pleno de Investidura». Ahora bien, en tanto que comisario jefe, la participación de Sallent en el diseño del operativo policial resulta innegable. Consciente de este hecho, no se responsabiliza directamente de las decisiones inherentes al diseño y la ejecución del dispositivo policia –si bien muchas de las decisiones dependen, en gran medida, de su cargo– al presentarlas como hechos



consensuados entre un grupo de personas. Desde el punto de vista discursivo, la autoprotección de su imagen positiva se produce mediante el uso del pronombre de la 1.<sup>a</sup> persona del plural («nosotros a: habíamos diseñado a: un, un dispositivo en el que el señor Puigdemont e: tuviese la voluntad de participar realmente en lo que era el Pleno de la investidura...»)<sup>5</sup>. Por su parte, la intervención de (4b) contiene estructuras lingüísticas afirmativas repetidas, como el grupo nominal («mi vida»), y estructuras persuasivas por razón de su cargo («mis ciudadanos»), que realzan la imagen pública no solo del cargo (comisario jefe) sino también de la persona (Eduard Sallent), ya que lo que se está dando a entender es que su voluntad personal de dedicarse profesionalmente a servir a los ciudadanos desde un cargo orgánico ha enriquecido la actuación del cuerpo policial, pues ha tenido que «trabajar a diario de forma inagotable para mejorar el servicio que prestamos...».

### 2.2.3 La lexía *cosa*

Las palabras ómnibus, también conocidas como palabras comodín, se vinculan con la pobreza léxica propio del ámbito conversacional y con la rapidez del acto comunicativo (Gaviño Rodríguez 2008: 74). Si bien es cierto que este tipo de palabras contribuyen a reducir la distancia comunicativa entre los interlocutores, proporcionando una sensación de cercanía entre ellos, también es cierto que, en ocasiones, y contemplado desde el ámbito argumentativo y reparador de la imagen social, el uso de este tipo de expresiones puede afectar negativamente a la gestión de dicha imagen. Analicemos los siguientes ejemplos para corroborar este hecho:

- (5) a. COMISARIO JEFE: ... sí pensábamos ciertamente que ese señor lo que iba a hacer era participar en un a: debate y ejercer su deber, en su a: deber y en sus obligaciones parlamentarias. Más cosas, en el diseño previo no hay políticos... (Minutos: 1:33:01 – 1:33:21).
- b. COMISARIO JEFE: ... pero las decisiones se toman en un contexto de minutos, y donde suceden cosas de manera consecutiva. Quiero decir, mientras estamos garantizando que los accesos al *Parlament* a: no queden am: vulnerados, está sucediendo la huida del señor Puigdemont. Por lo tanto, son cosas concurrentes en aquel momento... (Minutos: 1:14:06 – 1:14:28)

La comparación de (5a) y de (5b) permite constatar el doble valor pragmático del sustantivo *cosas*. Mientras que en el primero, el conjunto lexicalizado «Más cosas» actúa como el elemento equivalente a un marcador de ordenación del discurso, ya que relaciona el primer elemento informa-

<sup>5</sup> Este hecho queda avalado por una intervención de Sallent en la que afirma «mi intervención es colegiada», y «lo que yo he dicho es lo que pensamos el conjunto de mandos que estábamos a cargo del dispositivo» (Minutos 01:44:15 – 01:44:37), refiriéndose a que solo actúa como portavoz de los mandos del cuerpo policial catalán.

tivo de la intervención (la respuesta a la pregunta de si creían que el señor Puigdemont vendría a España para participar en un acto parlamentario) con el segundo (la respuesta a la pregunta de si hubo una participación política en el diseño del operativo policial que iba a culminar con la detención del *expresident*); en el segundo expone una voluntad de no cansar al interlocutor con una lista de acciones que se sucedieron de forma rápida durante el acto político, lo que obliga a tomar decisiones («las decisiones se toman en un contexto de minutos, y donde suceden cosas de manera consecutiva»). Pero consciente de que esa generalidad semántica puede causar imprecisión informativa, utiliza el marcador reformulativo «quiero decir» para ofrecer una puntualización de los hechos concurrentes más importantes que se suceden durante el transcurso del operativo (la garantía de que los manifestantes de VOX no pudieran acceder al *Parlament* y la huida de Carles Puigdemont). Ahora bien, esta mitigación del daño hacia la imagen institucional positiva lo es solo en apariencia, pues de forma implícita se está reconociendo una polarización en la actuación, pues o se garantizaba que el acceso al Parlamento catalán no quedase vulnerado o que Puigdemont no huyese. Así, esta intervención no cumple con su función perlocutiva (mitigar el daño a la imagen institucional), sino todo lo contrario: se produce un daño a la imagen pública de la institución policial catalana al colegir su inoperancia, pues no fueron capaces de realizar con éxito dos acciones concurrentes.

#### 2.2.4 La ironía y el sarcasmo

La ironía es un acto discursivo que varía la intención argumentativa de una emisión al invalidar el pensamiento inicial generado en el interlocutor por la emisión de un enunciado falso o inadecuado (Reyes 2008). Desde la función pragmática del enunciado, concretamente desde la voluntad de mitigar el daño al polo positivo de la imagen pública institucional, el uso de este fenómeno implica un uso inclusivo de esta, pues permite reducir la distancia comunicativa entre los interactuantes discursivos:

- (6) a. COMISARIO JEFE: ... Y aquí estamos delante de alguien que ha estado Presidente de la Generalitat, no es un Jodorovich y no es una persona a: que se dedique al crimen organizado. (Minutos 01:12:56 – 01:13:03).
- b. CONSELLER D'INTERIOR: ... a mí me gustaría acabar con, con, con tres cuestiones si no, si no les importa es media hora cada una, no sufran. A: la primera, la primera se, se refiere a la pregunta que ha hecho... (Minutos 02:37:21 – 02:37:36).

En (6a), Sallent intenta justificar el hecho de la no detención de Carles Puigdemont estableciendo una ironía con un valor pragmático comparati-

vo, pues indica que «no es una persona que se dedique al crimen organizado» que escapa, evidenciando que el jefe del clan de los Jodorovich, vinculado con el tráfico de drogas y las armas, se escapó antes de ser detenido. Desde la gestión de la protección de la imagen institucional del cuerpo de policía catalán, esta analogía pretende minimizar el fallo en la actuación del dispositivo, ya que el hecho de que Puigdemont no tenga la misma capacidad de actuación que el jefe del clan aludido justifica el hecho de contar con un número concreto de efectivos y de dispositivos de vigilancia durante el operativo. En este sentido, el comisario jefe intenta proteger la imagen institucional por medio del establecimiento de un silogismo lógico-formal como el siguiente:

Premisa 1: el jefe de los Jodorovich huyó antes de ser detenido.

Premisa 2: Carles Puigdemont no es como el jefe de los Jodorovich.

Premisa 3: Carles Puigdemont no huirá.

Por su parte, Juan Ignasi Elena (6b) intenta mitigar la duración excesiva que ha tenido la rueda de prensa al bromear, de forma irónica y exagerada, con el tiempo que pueden ocupar las tres cuestiones que cierran el acto («es media hora cada una, no sufran»), hecho que permite vincular el uso tanto de la ironía como del sarcasmo a la salvaguarda de la imagen social del hablante en un contexto familiar (Jorgensen 1996).

### 2.2.5 Marcas de carácter apelativo de apertura con valor mitigador

Mediante la apelación se evidencia la presencia del interlocutor en la rueda de prensa, lo cual supone una estrategia que permite reparar el polo positivo de la imagen pública institucional, como muestran los siguientes ejemplos:

- (7) a. COMISARIO JEFE: ... Am:, en cuanto a la responsabilidad, dimisiones, etc. Mire, yo responderé por el cuerpo de *Mossos de Esquadra*. Los *Mossos* no dimiten, ¿vale? Nosotros somos funcionarios encargados de unas misiones. A nosotros nos nombran y nos cesan. Y en mi caso me nombra y me cesa el *Conseller d'Interior*... (Minutos: 01:21:00 – 01:22:16).
- b. COMISARIO JEFE: ... Miren, yo no me creo nada de lo que digan estos autores, porque desinforman, ¿vale? Yo no descarto que este señor esté aún en Barcelona... (Minutos: 01:22:47 – 01:22:56).

La intervención de (7a) es la respuesta a una pregunta formulada por un periodista de la agencia Reuters. En su inicio, el profesional ha solicitado una aclaración al hecho sobre si se prevé alguna dimisión dentro del *Departament d'Interior* o del cuerpo de los *Mossos d'Esquadra*. Como la formulación que proporciona el Comisario jefe no es ni la que el periodista

que ha emitido la pregunta ni el conjunto de la sociedad espera, es posible que se interprete como «una información agresiva o contraria a la del otro interlocutor» (Fuentes 2009: 218) y utiliza el marcador «¿vale?» a modo de cierre informativo tajante que no da derecho a réplica al interlocutor, elementos que quedan vinculados a su persona, pues en su enunciación ha utilizado el pronombre de 1.<sup>a</sup> persona del singular («yo responderé por el cuerpo de los *Mossos d'Esquadra*»), decide iniciar su intervención con el conector ordenativo discursivo interactivo «mire» para mitigar el acto descortés que su respuesta ha generado y asegurarse de la implicación del interlocutor (Fuentes 2009: 217). Y la misma explicación se aplica al fragmento mostrado en (7b), donde se implica a los interlocutores en el discurso, al solicitar su atención para que atiendan a una opinión («Miren, yo no me creo nada...») que concluye con el marcador «¿vale?», generando, nuevamente, un acto enunciativo descortés que no permite otro punto de vista posible («yo no me creo nada de lo que digan estos autores, porque desinforman»); motivo por el que ofrece una explicación que complementa la afirmación que se acaba de producir («Yo no descarto que este señor esté aún en Barcelona...»).

## 2.2.6 Elaboración sintáctico-discursiva escasa

En los contextos discursivos de comunicación de crisis, la dinámica interlocutiva de la fase dialógica de la rueda de prensa se caracteriza por la existencia de cierta tensión entre la necesidad de responder a las preguntas formuladas por los periodistas y la gestión del tiempo sin menoscabar ni la claridad ni la transparencia informativa. Por ello, no es infrecuente documentar la escasez de la elaboración sintáctica del discurso, hecho que se observa en el uso de la sintaxis concatenada (Narbona 1989: 180), es decir, la acumulación de enunciados conforme los piensa el emisor. Ahora bien, a pesar de ser una característica conversacional, la pericia del emisor para hablar en público y construir su discurso de forma efectiva conlleva el mantenimiento de la coherencia, la cohesión y la eficacia persuasiva del discurso. De ello da cuenta el siguiente ejemplo:

- (8) COMISARIO JEFE: ... Debo decir que en esto creo que no somos los únicos que no, que no lo vimos venir, como dijo alguien, a:, en tanto que, en lo tocante a la oportunidad, mire, la parte de detrás del, del escenario estaba vallada [sic] y estaba vallada [sic] con bridas y: había un control de acceso y con distintivo para saber quién era de la organización y quién no era de la organización. Y teníamos alrededor, pues 4500 personas y por lo tanto, como he dicho antes, no era de largo el sitio más idóneo ni más oportuno para realizar una detención teniendo en cuenta los objetivos del dispositivo y teniendo en cuenta los principios jurídicos que, que he indicado antes. (Minutos: 01:10:02 – 01:10:47).

La intervención que muestra el ejemplo anterior proviene tras la afirmación de un periodista en la que se indica la autocritica sobre la ejecución del operativo policial que se ha efectuado durante la rueda de prensa y que ha sido escasa. A juicio del emisor, resulta, cuanto menos, extraño que se viera Carles Puigdemont andando por la calle Trafalgar, que se permitiera su intervención, pero que en la configuración del dispositivo nadie se plantease una serie de lugares que contaran con las características óptimas como para detener al *expresident*. Como estrategia argumentativa de defensa del cuerpo policial, Sallent indica que nadie se esperaba la huida de Puigdemont («creo que no somos los únicos que no, que no lo vimos venir»). Para contextualizar este razonamiento, se recurre a la locución prepositiva «en lo tocante a» seguida del grupo nominal «la oportunidad», lugar donde se producen dos fenómenos relacionados: el truncamiento sintáctico, pues se eliden los complementos sintácticos necesarios para interpretar correctamente el significado oracional (por ejemplo, en lo tocante a la oportunidad del señor Puigdemont para huir del *Parlament*), y la sintaxis concatenada, ya que, mediante la apelación al oyente con la forma «mire», el comisario jefe decide explicar en qué circunstancias se encontraban las inmediaciones del *Parlament* para justificar la no intervención del dispositivo policial («la parte detrás del, del escenario estaba ballada», «había un control de acceso y con distintivo para saber quién era de la organización y quién no era de la organización», «teníamos alrededor, pues 4500 personas...»).

### 3. CONCLUSIONES

La comunicación de crisis supone un acto comunicativo desafiante tanto para la institución como para el portavoz encargado de la realización de la rueda de prensa. Tanto las explicaciones de los hechos críticos como la incertidumbre inherente en las preguntas que pueden formular los periodistas, por la imposibilidad de prever el contenido exacto de todas sus intervenciones, pueden provocar un mayor daño en el polo positivo de la imagen pública, tanto institucional como personal. El análisis de la rueda de prensa del 9 de agosto de 2024, donde se ofrecieron explicaciones del fracaso del operativo policial diseñado para detener Carles Puigdemont, expresidente de la *Generalitat de Catalunya* que se encontraba huido de España y que, a pesar de tener una orden de detención vigente, entró y abandonó el territorio nacional, ha permitido evidenciar la existencia de tres grandes áreas que contienen distintos recursos discursivos coloquiales que pretenden mitigar el daño al polo positivo tanto de la imagen institucional del cuerpo de los *Mossos d'Esquadra* como de la d'Eduard Sallent, comisario jefe de esta institución policial. La primera, basada en la claridad discursiva, implica la elaboración de un mensaje estructurado que, en no pocas ocasiones, va produciéndose sin planificación alguna, motivo por el que

se recurre a los alargamientos vocálicos y consonánticos, al uso de la *lexía cosa* y a una elaboración sintáctica del discurso para no proporcionar más información que la estrictamente necesaria al interlocutor. La segunda, que permite mitigar la distancia comunicativa inherente al acto discursivo efectuado, que separa a los emisores de los destinatarios, por un lado, y que permite establecer ciertos lazos de pensamiento lógico entre interlocutores. Así, y con el propósito de atenuar el impacto negativo sobre la imagen pública y de generar empatía entre los destinatarios del mensaje, se emplean recursos propios de la oralidad, como la ironía, el sarcasmo y las marcas apelativas. Y la tercera, basada en el uso estratégico de los pronombres personales que permite despersonalizar ciertas declaraciones con la intención de eludir la asunción personal de responsabilidades inherentes al cargo ocupado.

Para finalizar, es necesario señalar la existencia de otras estrategias coloquiales (como la metátesis, la repetición léxica, el uso impersonal del verbo haber, el orden de palabras objetivo o las relaciones de subordinación, por otras de las estrategias mitigadoras detectadas en el análisis) que, por cuestiones de espacio, no han podido ser abordadas en las presentes páginas, y que deben tenerse en cuenta en cualquier análisis discursivo exhaustivo que se realice. Por ello, son necesarios estudios futuros<sup>6</sup> que aborden en profundidad la imbricación del elemento coloquial en la comunicación de crisis.

---

<sup>6</sup> Consciente de su importancia, el autor de este texto se encuentra elaborando otro, de mayor extensión, donde analiza estas cuestiones.

## BIBLIOGRAFÍA

- ALCOLEA COSÍN, María T., Cristina OTER QUINTANA y Ángel MARTÍN GARCÍA (2011): «Planteamiento de la pregunta clínica. Cómo formular preguntas clínicas de manera adecuada», *Nure Investigación* 54, 1-5.
- AUSTIN, John (1962): *How to do things with words*, Oxford: Clarendon Press.
- BARTON, Laurence (1993): *Crisis in organizations: Managing and communicating in the heat of chaos*, Cincinnati: South-Western Publishing Company.
- BOTAN, Carl H. (2017): *Strategic Communication theory and practice: The cocreation model*, Nueva Jersey: Wiley-Blackwell.
- BOURDIEU, Pierre (1991): *Language and symbolic power*, Oxford: Polity Press.
- BOWEN, Neil Evan J. A. (2021): «Hybrid discourse and the emergence of context in BBC's Question Time», *Discourse and Interaction* 14/2, 41-60 (DOI: <https://doi.org/10.5817/DI2021-241>).
- BROWN, Kenon A. y BOMAN, Courtney D. (2023): «Extending experimental Crisis Communication research. Reflections and recommendations». En W. Timothy Coombs y Sherry J. Holladay, *The handbook of Crisis Communication*, Chichester: Wiley-Blackwell, 17-30 (DOI: <https://doi.org/10.1002/9781119678953.ch2>).
- BROWN, Penelope y Stephen Carl LEVINSON (1987): *Politeness: Some universals in language usage*, Cambridge: Cambridge University Press (DOI: <https://doi.org/10.1017/CBO9780511813085>).
- CASTELLS, Manuel (2009): *Comunicación y poder*, Madrid: Alianza Editorial.
- CHARAUDEAU, Patrick (2003): *El discurso de la información: la construcción del espejo social*, Barcelona: Gedisa.
- CIPRIOTTI, Paul (2004): «La imagen corporativa». En José Carlos Losada Díaz (coord.), *Gestión de la comunicación en las organizaciones: comunicación interna, corporativa y de marketing*, Barcelona: Ariel, 57-72.
- CIPRIOTTI, Paul, Andrea OLIVEIRA y Ileana ZELER, (2019): «La investigación de los públicos en los modelos de planificación estratégica de comunicación», *Sphera Publica: Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación* 2/19, 21-35. <<https://sphera.ucam.edu/index.php/sphera-01/article/view/371>>.
- COOMBS, W. Timothy (ed.) (2015): *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding*, Thousand Oaks: Sage Publications.
- COOMBS, W. Timothy y Sherry J. HOLLADAY (eds.) (2023): *The handbook of Crisis Communication*, Chichester: John Wiley & Sons.
- CORDISCO, Ariel (2003): «Afiliación y desafiliación: contexto sociocultural en el análisis de la interrupción y de sus consecuencias sociales en la interacción». En Diana Bravo (coord.), *Actas del Primer Coloquio del Programa EDICE. La perspectiva no etnocentrista de la cortesía: identidad sociocultural de las comunidades hispanohablantes*, Estocolmo: Universidad de Estocolmo, 150-163.



- CORTÉS RODRÍGUEZ, Luis (2024): «Los políticos y su auditorio (I)», *Oralia*, 27/2, 55–82 (DOI: <https://doi.org/10.25115/oralia.v27i2.9515>).
- COSERIU, Eugenio (1962): *Teoría del lenguaje y Lingüística general, Cinco estudios*, Madrid: Gredos.
- DUCROT, Oswald (1986): *El decir y lo dicho. Polifonía de la enunciación*, Barcelona: Paidós.
- ESCANDELL, M.<sup>a</sup> Victoria (1987): *La interrogación en español: semántica y pragmática*, Tesis doctoral, Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- ESCANDELL, M.<sup>a</sup> Victoria (1999): «Los enunciados interrogativos. Aspectos semióticos y pragmáticos». En Ignacio Bosque Muñoz y Violeta Demonte Barreto (eds.), *Gramática de la lengua española*, vol. III, Madrid: Espasa-Calpe, 3929-3992.
- ESCANDELL, M.<sup>a</sup> Victoria (2014): *La comunicación. Lengua, cognición y sociedad*, Madrid: Akal.
- FALKHEIMER, Hesper y Mats HEIDE (2023): *Strategic Communication. An introduction to theory and global practice*, Nueva York: Routledge (DOI: <https://doi.org/10.4324/9781003168997>).
- FEARN-BANKS, Kathleen (2017): *Crisis communications. A casebook approach*, Nueva York: Routledge (DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315684857>).
- FUENTES RODRÍGUEZ, Catalina (2009): *Diccionario de conectores y operadores del español*, Madrid: Arco/Libros.
- GAVIÑO RODRÍGUEZ, Victoriano (2008): *Español coloquial. Pragmática de lo cotidiano*, Cádiz: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz.
- GRICE, Paul (1975): «Logic and conversation». En Peter Cole y Jerry L. Morgan (eds.), *Syntax and Semantic. Speech Acts*, Nueva York: Academic Press, 41-58 (DOI: [https://doi.org/10.1163/9789004368811\\_003](https://doi.org/10.1163/9789004368811_003)).
- GRIFFIN, Andrew (2014): *Crisis, issues and reputation management*, Londres: Kogan Page.
- GUNDEL, Stephan (2005): «Towards a new typology of crises», *Administrative Sciences Quarterly* 13/3, 106-115 (DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1468-5973.2005.00465.x>).
- HABERMAS, Jung (1984): *Teoría de la acción comunicativa: complementos a estudios previos*, Madrid: Cátedra.
- HALL, Edward T. (1959): *The silent language*, Nueva York: Anchor Books.
- HALL, Edward T. (1969): *The hidden dimension*, Nueva York: Anchor Books.
- HALPERÍN, Jorge (2012): *La entrevista periodística. Intimididades de la conversación pública*, Barcelona: Paidós.
- HAVERKATE, Henk (2006): «Aspectos pragmalingüísticos de la interrogación en español con atención especial a las secuencias de preguntas», *Cultura, Lenguaje y Representación* 3, 27-40.
- HERMANN, Charles F. (1963): «Some consequences of crisis which limits the viability of organizations», *Administrative Sciences Quarterly* 8/1, 61-82 (DOI: <https://doi.org/10.2307/2390887>).

- HIDALGO, Antonio (2006): *Aspectos de la entonación española: viejos y nuevos enfoques*, Madrid: Arco/Libros.
- HOLTZHAUSEN, Derina, Jami A. FULLERTON, Bobby KAY LEWIS y Danny SHIPKA (2021): *Principles of Strategic Communication*, Nueva York: Routledge (DOI: <https://doi.org/10.4324/9781003002048>).
- HOUTSONEN, Jarmo y Ari ANTIKAINEN (2008): *Symbolic power in cultural contexts: Uncovering social reality*, Róterdam: Sense Publishers (DOI: <https://doi.org/10.1163/9789087902667>).
- ÍÑIGO MORA, Isabel María (2007): «Extreme case formulations in Spanish pre-electoral debates and English panel interviews», *Discourse Studies* 9/3, 341-364 (DOI: <https://doi.org/10.1177/1461445607076203>).
- JORGENSEN, Julia (1996): «The functions of sarcastic irony in speech», *Journal of Pragmatics* 26, 613-634 (DOI: [https://doi.org/10.1016/0378-2166\(95\)00067-4](https://doi.org/10.1016/0378-2166(95)00067-4)).
- KOSHIK, Irene (2003): «Wh-questions used as challenges», *Discourse Studies* 5/1, 51-77 (DOI: <https://doi.org/10.1177/14614456030050010301>).
- KOZOLONKA, Kirsten (2014): «Communicating strategically in Government». En Derina Holtzhausen y Ansgar Zerfass (eds.), *The Routledge Handbook of Strategic Communication*, Nueva York: Routledge, 396-408.
- LA VANGUARDIA (9 de agosto de 2024): *Rueda de prensa de Interior y Mossos d'Esquadra después de la huida de Puigdemont*. <<https://www.youtube.com/watch?v=PAkG7kkcrBI>>.
- LOSADA DÍAZ, José Luis (2009): «Los 10 frentes de la comunicación corporativa», *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias* 9, 145-164 (DOI: <https://doi.org/10.31921/doxacom.n9a7>).
- LOSADA DÍAZ, José Luis (2022): «Los medios de comunicación como generadores de imagen corporativa: los públicos internos», *Comunicación y Sociedad* 15/2, 95-113 (DOI: <https://doi.org/10.15581/003.15.36364>).
- MA, Liang y Monica ZHAN (2016): «Effects of attributed responsibility and response strategies on organizational reputation: A meta-analysis of situational crisis communication theory research», *Journal of Public Relations Research* 28/2, 102-109 (DOI: <https://doi.org/10.1080/1062726X.2016.1166367>).
- MCCROSKEY, James C. (2001): *An introduction to rhetorical communication*, Boston: Allyn & Bacon.
- MAYOPU, Richard G., Che LONG-SHENG y Nalluri VENKATESWARLU (2023): «Classification Crisis Communication: Semiotic approach with latent semantic analysis», *3rd IEEE International Conference on Electronic Communications, Internet of Things and Big Data Conference* 38/9, 1-7 (DOI: <https://doi.org/10.3390/engproc2023038009>).
- MORGAN, Ashlee y Violeta WILK (2021): «Social media users' crisis response: A lexical exploration of social media content in an international sport crisis», *Public Relations Review* 47/4, 1-14 (DOI: <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2021.102057>).

- NARBONA, Antonio (1989): *Sintaxis española: nuevos y viejos enfoques*, Barcelona: Ariel.
- NAVARRO TOMÁS, Tomás (1974): *Manual de entonación española*, Madrid: Guadarrama.
- ÖZTÜRK, Nazan y Serkan AYVAZ (2018): «Sentiment analysis on Twitter. A text mining approach to the Syrian refugee crisis», *Telematics and Informatics* 35/1, 136-147 (DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.10.006>).
- PACE, Stefano, Bernardo BALBONI y Giacomo GISTRI, (2017): «The effects of social media on brand attitude and WOM during a brand crisis: Evidences from the Barilla case», *Journal of Marketing Communications* 23/2, 135-148 (DOI: <https://doi.org/10.1080/13527266.2014.966478>).
- PANG, Augustine, Zijian WONSUN SHIN y Joseph B. WALTHER (2018): «Building relationships through dialogic communication: Organizations, stakeholders, and computer-mediated communication», *Journal of Marketing Communications* 24/1, 68-82 (DOI: <https://doi.org/10.1080/13527266.2016.1269019>).
- PLACE, Katie R. (2023): *Organizational listening for Strategic Communication: Building theory and practice*, Nueva York: Routledge (DOI: <https://doi.org/10.4324/9781003273851>).
- PUIG, Luisa (2013): «La polifonía en el discurso», *Enunciación* 18/1, 127-143 (DOI: <https://doi.org/10.14483/22486798.5723>).
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA y ASOCIACIÓN DE ACADEMIAS DE LA LENGUA ESPAÑOLA (2009): *Nueva Gramática de la Lengua Española (NGLE)*, 2 vol., Madrid: Espasa-Calpe.
- REYES, Graciela (2018): *Palabras en contexto. Pragmática y otras teorías del significado*, Madrid: Arco/Libros.
- SEEGER, Matthew W., Timothy L. SELNOW y Robert R. ULMER (1998): «Communication, organization, and crisis», *Annals of the International Communication Association* 21/1, 231-276 (DOI: <https://doi.org/10.1080/23808985.1998.11678952>).
- SEGURA, Andrés (1998): *El imputado y el testigo ante el juez. Psicología del interrogatorio*, Barcelona: Cedecs.
- STENSTRÖM, Anna-Brita (1984): *Questions and responses in English conversation*, Malmö: CWK Gleerup.
- TANNEN, Deborah (1984) (ed.): *Conversational style: Analyzing talk among friends*, Oxford: Oxford University Press.
- TORRES ÁLVAREZ, José (2016): *La argumentación en discursos jurídicos: análisis pragmatológico del español*, Tesis doctoral, Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- TORRES ÁLVAREZ, José (2017): *Lingüística procesal: estrategias discursivas en los juicios españoles*, Barcelona: J. M. Bosch Editor.
- VAN DIJK, Teun A. (1980): *Macrostructures. An interdisciplinary study of global structures in discourse. Cognitions and interaction*, Hillsdale: Laurence Erlbaum.

- VICENTE MATEU, Juan A. (1994): *La deixis: egocentrismo y subjetividad en el lenguaje*, Murcia: Editum.
- VIÑAFATE GALLEGO, Justo (2004): *La buena reputación: claves del valor intangible de las empresas*, Madrid: Pirámide.
- WESTON, Anthony (1994): *Las claves de la argumentación*. Barcelona: Ariel.
- WESTPHALEN, Marie-Hélène y José Luis PIÑUEL RAIGADA (1993): *La dirección de comunicación: prácticas profesionales, diccionario técnico*, Madrid: Ediciones del Prado.
- WOODBURY, Hanni (1984): «The strategic use of questions in court», *Semiotica* 48/3-4, 197-228 (DOI: <https://doi.org/10.1515/semi.1984.48.3-4.197>).
- XIFRA, Jordi (2007): *Técnicas de las relaciones públicas*, Barcelona: Editorial UOC.