

■ Un estudio internacional en el que han participado investigadores del Campus de Gandia de la Universitat Politècnica de València (UPV) y la Universitat de València (UV) señala que los políticos europeos no lograron explicar en Twitter las medidas antiCovid al inicio de la pandemia.

El trabajo analiza los contenidos de las cuentas de Twitter de diferentes líderes políticos europeos durante los primeros cuarenta días de la crisis causada por el coronavirus. El uso que se dio a este canal de comunicación resultó, según constatan los especialistas, «ineficiente para promover medidas como la limpieza de manos o la distancia social». La investigación apunta también que estas figuras políticas «no supieron aprovechar las redes sociales y sus millones de seguidores para promover su liderazgo entre la población».

El estudio, publicado en la revista *Profesional de la Información*, muestra que figuras de la política europea como Pedro Sánchez, Giuseppe Conte, Emmanuel Macron o Boris Johnson, no lograron aprovechar su posición de influencia para difundir mensajes que llegaran realmente a la población y los animaran a cumplir las normas establecidas para evitar contagios. Según los autores, estos políticos perdieron la oportunidad de «mostrarse utilizando mascarilla, respetando la distancia social o proponer medidas de higiene».

El investigador de la Universitat de València, Sebastián Sánchez, destaca que la política comunicativa europea durante los dramáticos primeros cuarenta días de la pandemia «obligaba a un discurso claro, contundente y coordinado de los responsables políticos», y añade que «eso no ocurrió». Así, según su opinión, el flujo comunicativo en Twitter de los líderes europeos, responsables de los países más afectados, «resultó ser individualista e ineficaz ante el desafío sanitario». Estos líderes «desaprovecharon la oportunidad para predicar con el ejemplo, que es un componente fundamental del auténtico liderazgo».

Por su parte, Esteban Galán, investigador del Departamento de Comunicación Audiovisual, Documentación e Historia del Arte en el Campus de Gandia de la UPV, asegura que la novedad de esta investigación radica en que el análisis se centra fundamentalmente en el estudio de la imagen que los líderes proyectaron a través de las fotografías y los videos que publicaron en sus cuentas personales durante las primeras semanas de la pandemia.

El carácter internacional de la investigación ha facilitado que haya tenido una amplia cobertura en Reino Unido y ha permitido en-

contrar patrones que se repiten entre los principales líderes de los países europeos más afectados por la primera ola de la pandemia.

Los políticos tuiteros suspenden en comunicación

► Un estudio en el que han participado profesores del Campus de Gandia de la UPV señala que los líderes no supieron transmitir medidas antiCovid



Emmanuel Macron recibe a Pedro Sánchez en el Palacio del Elíseo, sede de la Presidencia de la República Francesa. EFE

contrar patrones que se repiten entre los principales líderes de los países europeos más afectados por la primera ola de la pandemia.

Videos «demasiado largos»

«Los resultados de este estudio están siendo de gran utilidad para continuar esta línea de investigación con un segundo trabajo en el que se analizará el papel que los medios públicos de Italia, Francia, España y Reino Unido han jugado en la construcción del relato sobre la pandemia», añade Galán.

Sánchez, Conte, Macron o Johnson no lograron que sus mensajes llegasen a la población, señala el estudio

Los resultados de la investigación muestran que líderes europeos analizados apenas mostraron aspectos del confinamiento en su vida cotidiana. Además, destacan aspectos como que la longitud de los vídeos del presidente español, Pedro Sánchez, era «excesiva» y no permitía a sus seguidores entender fácilmente los temas más importantes. Mientras tanto, Emmanuel Macron o Boris Johnson no aparecieron en ninguna publicación llevando mascarilla.

En este artículo, en el que participa también Lindsey Drylie Carey, de la Universidad Glasgow Caledonian, se muestran datos de la difusión, los temas, la presencia de recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS) o la puesta en escena en las publicaciones de los presidentes Boris Johnson, Emmanuel Macron, Pedro Sánchez y Giuseppe Conte.

Por otro lado, también se anali-

za el caso de Tedros Adhanom, presidente de la OMS, que según los autores mostró en ocasiones «un comportamiento más propio de un influencer de Instagram que del director de una organización global de salud en una de las peores crisis sanitarias en décadas», por sus publicaciones citando celebridades y participando en discusiones con otras figuras políticas.

Los autores son conscientes de la importancia que tiene para estas figuras dar una imagen de autoridad y liderazgo, y que la comunicación multidireccional que ofrecen las redes sociales puede ser esencial para ganarse la confianza de la ciudadanía. A pesar de ello, señalan, «las estrategias de comunicación utilizadas sólo consisten en reproducir mensajes e imágenes institucionales, que apenas logran establecer una comunicación eficiente con los ciudadanos».