

La arquitectura semiótica de la autoridad: una lectura del discurso institucional de crisis

The Semiotic Architecture of Authority: A Reading of Institutional Crisis Discourse

José Torres Álvarez
Universidad Internacional de La Rioja
jose.torres@unir.net

Resumen

Este estudio expone la construcción discursiva de una RUEDA DE PRENSA INSTITUCIONAL en el contexto de la crisis sociopolítica provocada por la huida de Carles Puigdemont. A través de las perspectivas sociocognitivas y sociosemióticas, que articulan los marcos teóricos de Van Dijk (2006), Charaudeau (1991, 2006), Hall (1972) y Verón (1981, 2009), revelamos algunas de las ESTRATEGIAS VERBALES, PROXÉMICAS Y SIMBÓLICAS que configuran una ESCENOGRAFÍA diseñada para preservar la LEGITIMIDAD INSTITUCIONAL y mitigar el descrédito público de la institución. Para ello, se realiza un análisis cualitativo del DISCURSO INSTITUCIONAL emitido por el *Departament d'Interior* de la *Generalitat de Catalunya*, tanto en la convocatoria de la rueda de prensa como en su desarrollo, tras la actuación de Carles Puigdemont. De este modo, el trabajo propone una lectura crítica y accesible de estas prácticas, con frecuencia invisibilizadas para el conjunto de la ciudadanía, y contribuye a la comprensión de la COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL. Como conclusión de la investigación, se destaca la voluntad de la Administración de construir un ACTO DISCURSIVO basado en la gestión estratégica del espacio y de los colores de los elementos que lo integran, no solo para influir en la percepción que de ella y de los Cuerpos de Seguridad catalanes tiene el destinatario, sino también para mitigar el posible ACTO DESCORTÉS que puede emanar de la premura con la que esta ha convocado a los medios de comunicación para ofrecer explicaciones sobre la fuga del *expresident*.

Palabras clave: análisis del discurso, pragmática, comunicación de crisis, medios de comunicación, comunicación no verbal.

Abstract

This study investigates how an institutional press conference was discursively constructed during the sociopolitical crisis caused by Carles Puigdemont's flight. Using sociocognitive and sociosemiotic perspectives influenced by the works of Van Dijk (2006), Charaudeau (1991, 2006), Hall (1972), and Verón (1981, 2009), the analysis identifies verbal, proxemic, and symbolic tactics that create a carefully designed scenography aimed at maintaining institutional legitimacy and reducing public discredit. A qualitative approach is used to examine the discourse from the Department of the Interior of the Government of Catalonia, focusing on both the announcement and the development of the press conference after Puigdemont's departure. The study offers a clear and critical interpretation of communicative practices that are often hidden from the public, helping to deepen the understanding of institutional communication. Findings highlight how the administration strategically used spatial arrangements and color elements to shape perceptions among both internal and external audiences, while also

minimizing potential disrespect caused by the urgency of organizing the media event to explain the former president's departure.

Keywords: discourse analysis, pragmatics, crisis communication, media, nonverbal communication.

1. INTRODUCCIÓN

La complejidad inherente a cualquier discurso es un hecho indiscutible que, desde hace tiempo, ha vertebrado las investigaciones clásicas, de carácter introductorio, sobre su definición (Brown & Yule, 1983), su alcance lexicológico (Maingueneau, 1987), semántico (Van Dijk, 1977; Van Dijk & Kintsch, 1983; Ducrot, 1984), semiótico (Lozano *et al.*, 1986; Verón 2009), sintáctico (Halliday & Hasan, 1976) o pragmático (Austin, 1962; Searle, 1969). La diversidad de factores que intervienen en la configuración discursiva explica que a estos estudios generales se añaden otros que abordan, por ejemplo, el uso específico de partículas con valor de negación y con una FUNCIÓN PRAGMÁTICO-DISCURSIVA (de Bustos, 1986), la arquitectura discursiva a partir de las características de los distintos géneros textuales (Bernárdez Sanchís, 1982§7-8) o la relación entre la exposición informativa y la creación de una IMAGEN SOCIAL determinada (Goffman, 1967; Brown & Levinson, 1987). Si focalizamos la atención en el ELEMENTO CONVERSACIONAL, podemos recuperar los aportes de Criado (1980), Hernández Alonso (1980), Vigara (1987), Moreno (1989), Briz (1998) o Briz Gómez & Val.Es.Co (2000), por citar algunos ejemplos.

En el acto interactivo oral, el análisis del conjunto de variables contextuales condiciona la forma, el propósito y el desarrollo de la SITUACIÓN COMUNICATIVA. Así, la descripción de aquellas situaciones formales de carácter crítico conlleva aceptar la existencia de un doble valor discursivo en la interacción: de un lado, la situación comunicativa cumple una función instrumental al permitir gestionar el desacuerdo inherente al conflicto y, de otro lado, cumple una función persuasiva que orienta la interpretación de los hechos comunicados. Por este motivo, en este tipo de escenarios los medios de comunicación adquieren un gran protagonismo, pues se erigen como los “principales mediadores de la realidad para el conjunto de ciudadanos” (Losada, 2002:101-102). Desde el punto de vista semiótico, como recuerda Verón (1981), esto se debe a que “los acontecimientos sociales no son objetos que se encuentran ya hechos en alguna parte de la realidad y cuyas propiedades y avatares nos son dados a conocer de inmediato por los medios con mayor o menor fidelidad”. Solo existen en la medida en que esos medios lo elaboran” (pág. X).

Partiendo de todas estas consideraciones iniciales, y con el objetivo de ofrecer un análisis que sirva de punto de partida para estudios posteriores relacionados con la argumentación oral, nos ceñiremos al análisis semiótico y escenográfico de la rueda de prensa del 09/08/2024¹, donde las cúpulas del *Departament d'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.

¹ El vídeo analizado puede localizarse en el canal de *Youtube* del periódico La Vanguardia, con el título *Rueda de prensa de Interior y los Mossos d'Esquadra tras la fuga de Puigdemont* (<https://www.youtube.com/watch?v=PAkG7kkcrBI>)

Comenzamos, pues, por describir el ACTO DISCURSIVO, LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL y su vinculación con el género DISCURSO DE CRISIS y el subgénero *rueda de prensa*, para establecer el marco situacional desde el que interpretar el carácter semiótico del desarrollo de la rueda de prensa y evidenciar las conclusiones del análisis.

2. LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL ANTE UNA SITUACIÓN DE CRISIS

La rigidez descriptiva del ACTO COMUNICATIVO ha sido descrita por Escandell (2014) al evidenciar la falta de herramientas analíticas en los modelos teóricos tradicionales. Esta autora sostiene que, si bien los estudios tradicionales, como los de Shannon & Weaver (1963) o Bühler (1965), son descriptivamente efectivos, en determinados contextos comunicativos no permiten abordar en profundidad ciertos fenómenos inherentes al encuentro comunicativo, como la intencionalidad, la implicación del contexto en la CODIFICACIÓN o la DESCODIFICACIÓN DEL MENSAJE, o la dimensión social del lenguaje. Por ello, defiende que el análisis del discurso debe partir de una perspectiva poliédrica, basada en distintas aportaciones teóricas de los ámbitos lingüístico, pragmático, sociológico o incluso filosófico, con la intención de ofrecer una visión general de los procesos comunicativos. Y en la misma línea se sitúa Bhatia (2002), quien no solo aborda el espacio textual y social del mensaje, sino que también se centra en especificar las características del espacio táctico de este. Si vinculamos estos dos estudios con el discurso institucional —sobre todo cuando este se orienta a la gestión de una crisis—, las posturas de ambos lingüistas adquieren todo su sentido. En estos contextos, la comunicación no se limita a una mera transmisión de información, sino que se convierte en una herramienta estratégica, con una gran carga intencional, cuyas implicaciones sociales, políticas y simbólicas exigen ser analizadas desde la amplia perspectiva discursiva que hemos apuntado más arriba.

Una institución es un ente social cuya finalidad es regular la interacción social mediante una serie de reglas y obligaciones aceptadas por los sujetos a la que se subordinan (Powell & Dimaggio, 1999:46-47). Por ello, se destaca una influencia jerárquica al ejercer cierta dominación sobre los individuos, no solo desde el ámbito normativo, sino también desde el punto de vista discursivo (Bourdieu, 1993; Foucault, 1999; Van Dijk, 2009 y 2012). Sin embargo, esta posición dominante se cuestiona cuando su actuación se desvía de la conducta ética aceptable. En estos casos, la legitimidad del poder institucional se debilita y su discurso, lejos de operar como vehículo cohesionador, puede percibirse como una estrategia de manipulación o de encubrimiento que mina la confianza social en la institución. Ante este tipo de situaciones, surge un mensaje con una FINALIDAD ILOCUTIVA operativa y estratégica, pues debe mostrar transparencia y, si corresponde, asumir responsabilidades, sin que la reconstrucción de la confianza y de la legitimidad social quede afectada. Para determinar la arquitectura de la estrategia comunicativa se debe tener en cuenta que las crisis institucionales son de distinta tipología según su influencia social y su previsibilidad, como indicó Gundel (2005:108-110) y como resumimos en la siguiente tabla:

Tabla 1. Clasificación de los tipos de crisis (elaborada a partir de Gundel, 2005:108-110)

	Grado de previsibilidad	Tipo de tratamiento
Crisis general	Fácil previsión	Fácil tratamiento
Crisis inesperada	Difícil previsión	Difícil tratamiento
Crisis intratable	Difícil predicción	Fácil tratamiento
Crisis fundamental	Impredecible	Impredecible

La situación comunicativa analizada se enmarca en la tipología de CRISIS GENERAL, ya que presenta una serie de elementos de actuación previsibles cuya repercusión social es amplia y variada. De un lado, la anticipación pública del retorno de Carles Puigdemont a Barcelona (anunciado por él mismo en una rueda de prensa días antes de su vuelta, a pesar de tener vigente una orden de detención) configura un escenario de tensión política y mediática que se entiende como un acto positivo para aquellos sujetos que son partidarios de esta acción, mientras que se visibiliza como un desafío por sus opositores. De otro lado, este retorno implica la imposibilidad de activar los protocolos ordinarios de comunicación institucional, al no disponer del margen temporal suficiente para informar a los medios y, en consecuencia, a la ciudadanía. Esto refuerza el carácter social de la crisis general, al situarse en un marco en el que los efectos del acontecimiento adquieren no solo una dimensión política, sino también una dimensión colectiva y simbólica. Desde el punto de vista enunciativo, con independencia de la polarización que pueda producirse, la declaración de Puigdemont parte de una base locutiva sólida que debería interpretarse no solo como un acto de enunciación política, sino también como una intención de acción inminente. En otras palabras, este anuncio no debe considerarse un acto meramente retórico o especulativo, sino que debe entenderse como un ACTO PERFORMATIVO ANTICIPATORIO que presenta la capacidad suficiente para generar efectos concretos en los ámbitos institucional y de seguridad social. Pese a tal magnitud, y aunque el operativo policial desplegado en los alrededores del Parlamento catalán entendió el ALCANCE PERLOCUTIVO DE LA ENUNCIACIÓN, pero dicho operativo no consideró con detenimiento las implicaciones del retorno de Puigdemont al no prever las acciones mínimas de despiste por parte del entorno del *expresident* con el fin de dificultar o de evitar su detención; hecho que provocó la crisis institucional que se analiza.

Como en otro lugar, Torres (en prensa) ha realizado el análisis de las constantes coloquiales que permiten mitigar el daño positivo causado tanto a la IMAGEN PÚBLICA institucional como a la personal —la de aquellos cargos implicados en el operativo de detención de Carles Puigdemont— a partir de los estudios clásicos de la (DES)CORTESÍA LINGÜÍSTICA (Brown & Levinson, 1987) y del contenido de las investigaciones más recientes en lo tocante a la imagen social (Medina, 2020; Alcaide Lara, 2014), en las siguientes páginas se ofrece el análisis del componente semiótico del acto discursivo institucional con el objetivo de examinar cómo se construye, se negocia y se proyecta públicamente la autoridad institucional en situaciones de crisis comunicativa.

3. LA SEMIÓTICA Y EL DISCURSO INSTITUCIONAL

El DISCURSO INSTITUCIONAL es aquel que se produce entre los representantes de las instituciones y los individuos de una sociedad concreta (Agar, 1985). En él, las palabras no solo son el medio para transmitir la información deseada, sino que se erigen como piezas simbólicas por el simple hecho de provenir de la institución a través de un emisor legitimado socialmente, motivo que vincula su estudio con la pragmática, la disciplina que observa todos los elementos extralingüísticos para evidenciar el uso específico que un sujeto realiza del lenguaje (Escandell, 1996:14). Y esta vinculación es la que fundamenta la visión holística de los estudios lingüísticos, como recordaba Charaudeau (1991:27-28) al concluir que

Car la reconnaissance du droit à la parole exige plus qu'une simple réaction de la part de l'autre. Il faut que cet autre, par un comportement qui montre qu'il reconnaît le bien-fondé de votre parole, dans cette situation particulière, vous fasse exister en tant que locuteur. Et tout compte fait, même dans la situation de conférence que je viens d'évoquer, rien n'est définitivement joué. Tout conférencier sait que l'alibi institutionnel —dont le droit à la parole semble être conféré par la seule présence du public— ne suffit pas; il faut encore qu'il soit reconnu dans une *identité de sujet compétent*.

Como se deduce de las palabras del autor francés, la legitimidad discursiva del emisor institucional y, en consecuencia, la del ente institucional no quedan garantizadas por su posición, sino que constituyen un hecho vulnerable que se atenúa cuando la institución debe afrontar un contexto de crisis. En esta situación, la autoridad comunicativa recurre a la llamada COMUNICACIÓN DE CRISIS INSTITUCIONAL (Hermann, 1963; Barton, 1993; Seeger *et al.*, 1998), un acto discursivo estratégico concebido para gestionar de manera efectiva la información que se transmite. La FUNCIÓN PERLOCUTIVA de este tipo de acción es doble: de un lado, pretende restablecer el vínculo entre la institución y su entorno amortiguando el deterioro de su legitimidad social y de su daño reputacional y, de otro lado, busca mitigar el daño sobre la imagen pública del propio emisor, sobre todo cuando este ha estado vinculado, de forma directa o indirecta, a la situación que ha desencadenado la crisis (Theunissen, 2019; Panievsky, 2021; Hansson, 2024).

Esta voluntad reparadora se concreta en diferentes cauces expresivos, como los comunicados oficiales, las entrevistas, las notas o las ruedas de prensa, acto este último en el que el portavoz designado por la institución comparece públicamente para ofrecer explicaciones, asumir o anunciar la depuración de responsabilidades y proyectar una imagen de transparencia institucional. La elección de este mecanismo de transmisión informativa se debe a que los medios de difusión son un altavoz que permite dirigirse de forma inmediata a un amplio conjunto social. Sin embargo, la tensión social en la que se enmarca este acto vuelve a poner de manifiesto las distintas vías, voluntarias e involuntarias, de la comunicación humana (Van Der Hofstadt, 2003:2) y la importancia de su estudio. Al respecto, muchos estudiosos clásicos, como Austin (1962), Searle (1969), Levinson (1983) o Sperber y Wilson (1994), por citar algunos referentes pioneros del ANÁLISIS PRAGMÁTICO del lenguaje, ya evidenciaron este hecho en sus investigaciones y concluyeron, como hemos indicado más arriba, que el acto comunicativo no se agota en la intención del emisor ni en el diseño formal del mensaje, sino que está sujeto a una negociación compleja de significados, donde intervienen factores de distinto tipo (ideológicos, afectivos, etc.), aspecto al que dedicamos las siguientes páginas.

3.1. El enfoque sociocognitivo y las teorías del poder discursivo como marco general de la interacción comunicativa

3.1.1. La construcción discursiva de la convocatoria de la rueda de prensa

Van Dijk (2006) sostiene la importancia de la cognición humana como herramienta de interpretación discursiva. Para él, el análisis de cualquier acto comunicativo no implica solamente una traslación directa entre las estructuras lingüísticas empleadas en el discurso y la representación de una serie de aspectos sociales, sino que también debe tenerse en cuenta cuáles son las estructuras mentales que permiten a los individuos producir, interpretar y reproducir discursos. Aunque esta idea no es nueva, pues ya había sido abordada por investigadores que habían remarcado la importancia del entorno como herramienta de construcción social (Piaget, 1972; Vygotsky, 1987; Bruner, 1990), sigue siendo innovador su análisis interdisciplinar, sobre todo en los marcos discursivos propios de la persuasión y la argumentación. Analicemos el siguiente ejemplo:

(1)

Convocatòria de roda de premsa²

El conseller d'Interior, **Joan Ignasi Elena i Garcia**, acompanyat del director general de la Policia, **Pere Ferrer**, compareixeran en roda de premsa **demà divendres, 9 d'agost, a les 11h** des del Departament d'Interior. Acte seguit, intervindran el comissari en cap dels Mossos d'Esquadra, **Eduard Sallent**, la comissaria de Prefectura, **Rosa Bosch**, i altres comandaments del cos.

Els periodistes interessats haureu d'acreditar-vos prèviament (nom, cognoms, DNI i mitjà) enviant un correu electrònic a comunicacio.interior@gencat.cat.

(Convocatoria para la rueda de prensa.) Departamento de Interior. 8/8/2024)

En (1) se reproduce el contenido de la convocatoria publicada por la Consejería de Interior de la *Generalitat de Catalunya* para informar sobre la rueda de prensa donde la cúpula del cuerpo policial catalán —representada por las figuras de Eduard Sallent (comisario de los *Mossos d'Esquadra*) y Pere Ferrer (director general de los *Mossos d'Esquadra*), de la comisaria de la Jefatura (Rosa Bosch)— y del ámbito político —con el consejero de Interior catalán, Joan Ignasi Elena— ofrecieron explicaciones sobre desarrollo del dispositivo policial que no pudo impedir la fuga de Carles Puigdemont en agosto de 2024.

Como sucede en los discursos institucionales dirigidos a los medios de comunicación, la nota de prensa cumple con los principios de brevedad, formalidad y funcionalidad informativa. Así, en el cuerpo del mensaje se identifican los cargos que participarán en el evento ("*El conseller d'Interior, Joan Ignasi Elena i Garcia*", "*el director general de la Policia, Pere Ferrer*", "*el*

² La convocatoria puede encontrarse en <https://govern.cat/salaprensa/convocatories/230036/convocatoria-roda-premsa>. Debido a las similitudes fonético-fonológicas con el castellano, se ha decidido mantener el texto original (en catalán), salvo en aquellas secuencias que requieran de aclaraciones.

cap³ dels Mossos d'Esquadra, Eduard Sallent” y la “*comissaria de Prefectura, Rosa Bosch*”), quienes estarán acompañados por otros cargos (“*altres comandaments*”). También se establecen las coordenadas espaciotemporales en las que se enmarca el evento (“*demà divendres, 9 d'agost, a les 11h des del Departament d'Interior*”). No obstante, el escrito presenta una sutil FOCALIZACIÓN DISCURSIVA al enfatizar con letra negrita la identificación de la persona concreta que comparece y no el cargo institucional que ostenta. En cuanto a las FUNCIONES SOCIOCOGNITIVAS del mensaje, se destacan dos: en primer lugar, humaniza el mensaje al visibilizar a los individuos concretos que ofrecerán la versión oficial de los hechos; en segundo lugar, permite desvincular la acción que ha provocado la crisis del conjunto institucional al subordinar el operativo policial a una unidad institucional específica: el *Departament d'Interior* y, por extensión, el cuerpo policial catalán.

Desde esta perspectiva, el escaso margen con el que se informa a la prensa, a pesar de ser habitual en este tipo de convocatorias, también tiene implicaciones relevantes. Como se observa en el ejemplo, la función deíctica del adverbio ‘mañana’, seguido del día de la semana, remarca que no existía una alternativa viable para convocar con más antelación a los medios, ya que se indica la fecha inmediatamente posterior a la fuga de Puigdemont (“*compareixeran demà divendres...*”). Asimismo, siguiendo la forma de proceder para confirmar la asistencia a este tipo de actos, se solicita el envío de un correo electrónico (“*els periodistes interessats haureu d'acreditar-vos previament*”) que contenga una serie de datos personales específicos (“*nom, cognoms, DNI i mitjà*”).

Este diseño comunicativo no puede entenderse como una decisión informativamente restrictiva imputable a la Administración (Van Dijk, 2006), sino como una consecuencia directa del contexto de actuación excepcional derivado de la huida de Puigdemont. Sin embargo, aunque el margen temporal de la notificación es escaso —más aún en una coyuntura tan delicada como la analizada, deriva de la necesidad de responder de manera inmediata a dicho acontecimiento— y puede generar dificultades logísticas para aquellos medios con redacciones reducidas o que deben desplazarse desde lugares alejados de la localidad donde se celebra el evento, una actuación esperable de la Administración hubiera sido reconocer esa limitación y ofrecer en la rueda de prensa una disculpa explícita por la premura. De este modo, se habría reforzado la percepción de transparencia institucional y se habría empatizado con aquellos profesionales de la información que no pudieron responder a la convocatoria.

3.1.2. *La construcción discursiva del espacio de la rueda de prensa: la codificación simbólica*

Desde la perspectiva de la construcción discursiva, el PODER INSTITUCIONAL se intensifica en el lugar donde se desarrolla la rueda de prensa, tal y como se concluye tras aplicar al análisis las consideraciones de la teoría sociocognitiva de Van Dijk (2000, 2006, 2012) y de las investigaciones específicas sobre la configuración del poder y la semiótica del espacio (Hall, 1972; Bourdieu, 1993).

La distribución estratégica del espacio en los actos institucionales es un hecho premeditado con el fin de consolidar las jerarquías y visibilizar sutilmente el poder que el órgano convocante ostenta. Esta configuración espacial no es solo un elemento estético; constituye una forma argumentativa no verbal que los destinatarios interiorizan de forma (semi)inconsciente. Como

³ Realizamos la siguiente aclaración terminológica: ‘Cap’ es la denominación catalana para el cargo de jefe.

ya han señalado varios autores, como Perelman & Olbrechts-Tyteca (1989), la argumentación no se limita al plano verbal, sino que puede articularse mediante indicios visuales, escenográficos o proxémicos que inciden en la persuasión del receptor. En este sentido, los ELEMENTOS NO VERBALES (como la altura del escenario, la disposición jerárquica de los participantes o el uso simbólico del color) no son complementarios al discurso, sino que son una parte constitutiva de su base argumentativa con la intención de legitimar el mensaje institucional y proyectar o restituir el carácter de autoridad institucional que puede haber quedado comprometido tras una actuación infructuosa. Para que esto suceda, este poder debe contar con el aval social, porque de otro modo el ciudadano no reconocería ningún valor en la institución. Sin embargo, lo que se observa en la actualidad es un EXCESO DE LEGITIMACIÓN del poder institucional, ya que se suele asumir la superioridad del ente institucional sin cuestionarla, aun cuando se han cometido errores⁴. Y esto es lo que provoca un cierto abuso de poder que no emana de la legalidad, sino de las asimetrías simbólicas inherentes a todas sus actuaciones discursivas. Veamos, a continuación, cómo la institución sigue perpetuando su presencia ante la sociedad a partir de la siguiente imagen:

Imagen 1. Momento previo al inicio de la rueda de prensa que muestra la distribución de los participantes y la paleta cromática predominante (min. 22:39)



La imagen se corresponde con los minutos iniciales de la rueda de prensa, donde la escena ha sido cuidadosamente diseñada para interferir en la opinión de todos los destinatarios del acto, tanto los que están presentes en la sala como aquellos que lo siguen desde espacios exteriores. Greimas & Courtés (1990:60-61) remarcan que los espacios proxémicos son una proyección del espacio cognoscitivo, formalizada entre el locutor y el enunciatario “por un saber generalizado en las acciones descritas”, mediante un CONTRATO COMUNICATIVO aceptado por ambas partes (Charaudeau, 2006). A partir de esta afirmación, la asimetría semiótica entre los participantes comunicativos institucionales y los sociales resulta evidente. Desde una perspectiva cognitiva, situarse en un espacio más elevado que los segundos y estar de pie refuerzan las calidades de autoridad, superioridad y legitimidad de los representantes de la institución. Por su parte, el hecho de que los periodistas permanezcan sentados durante la rueda

⁴ Por ejemplo, si un órgano recaudador impone una multa a los ciudadanos, aun considerándola injusta, habrá quien no la recurra ni denuncie esa situación por miedo a represalias o a evitar conflictos mayores.

de prensa puede interpretarse como un acto estratégico basado en la cortesía social, ya que el ofrecimiento de un lugar cómodo desde el que seguir la rueda de prensa es una muestra de respeto hacia los profesionales de la información que sí que han podido asistir al acto. Sin embargo, esta disposición espacial, lejos de implicar una horizontalidad semiótica en el intercambio comunicativo, acentúa la asimetría estructural entre los participantes, pues los periodistas quedan relegados a una posición subordinada, donde, frente a lo que ocurre con los representantes institucionales, no pueden intervenir hasta que se produzca el momento propicio.

La distribución del espacio comunicativo también presenta elementos visuales codificados, como los atriles, las banderas y la paleta cromática predominante. De acuerdo con Peirce (1974), en la rueda de prensa analizada se documentan únicamente los llamados símbolos, elementos que derivan de una relación convencional establecida por la sociedad. La bandera catalana y el logotipo de la *Generalitat de Catalunya*, que están presentes tanto en el fondo de pantalla de los televisores como en el metacrilato del final de los atriles, son los símbolos más evidentes del refuerzo del poder y de la legitimidad del discurso que se está emitiendo. Los colores de la sala deben entenderse como ICONOS cuando remiten a un objeto con la que tienen semejanza directa (como sucede, por ejemplo, cuando el color azul nos remite al mar o al cielo). Sin embargo, en los contextos institucionales, el uso icónico del color queda relegado al SIMBÓLICO, ya que su significación depende de las asociaciones socioculturales legitimadas y comúnmente establecidas. En palabras de Benesch (2009:111):

Los colores proporcionan informaciones que complementan la representación puramente formal del mundo; ellos identifican, mejor que la forma, los objetos materiales y revelan su carácter y estructura; ellos pueden contribuir tanto a camuflar los objetos como a hacer más fácil su reconocimiento; ellos hacen más intensas las relaciones afectivas con los objetos.

Así, la configuración de la paleta cromática que configura el entorno donde se desarrolla la rueda de prensa no responde a una casualidad: forma parte de una construcción visual diseñada no solo para facilitar la representación del mundo a la que se refiere Benesch (2009) —en nuestro caso, el lugar donde transcurre la rueda de prensa— y, en el caso analizado, para evidenciar la formalidad del acto a partir de los objetos materiales que forman la escena (como el atril), sino también para influir en la percepción y en las emociones de los receptores, como nos recuerda Heller (2008:16) al afirmar que “los colores y los sentimientos no se combinan de manera accidental (...) sus asociaciones no son cuestiones de gusto, sino experiencias universales profundamente enraizadas desde la infancia en nuestro lenguaje y nuestro pensamiento”, motivo por el que dicha asociación debe explicarse, de nuevo, mediante el simbolismo psicológico. Desde esta perspectiva, resulta especialmente relevante el significado de los dos colores más frecuentes en el entorno institucional que nos ocupa: el gris y el blanco. Si bien el color gris es, junto al negro y al rojo, el color corporativo de la *Generalitat de Catalunya*, en este contexto se vincula “con la independencia, la autosuficiencia, el autocontrol libre de las influencias externas” (París, 2013:59) en un claro movimiento persuasivo que pretende minimizar la vinculación entre la huida de Puigdemont y la imagen de ineficacia institucional. Dicho de otro modo, el color gris no pretende reflejar un estado emocional real de la situación (pérdida de control, crítica pública, etc.), sino simular una atmósfera de racionalidad y estabilidad que minimiza los efectos de una acción que ha dejado en evidencia no solo a la institución, sino también al conjunto policial y político de Cataluña y, por extensión, del Estado español. Por su parte, el color blanco, presente en los atriles y en el fondo de pantalla de los televisores, simboliza la sensación “de paz y quietud, sencillez y claridad. El blanco

puede despejarte la mente y proporcionarte seguridad emocional” (Haller, 2021:94). En el contexto analizado, su uso no responde a una cuestión corporativa ni meramente estética, sino que se inscribe en una estrategia visual que permite suavizar el impacto emocional del fallo operativo que ha cuestionado la eficacia del cuerpo policial catalán. Desde esta óptica, este color actúa nuevamente como un elemento neutralizador de las emociones, al evidenciar calma y transparencia en una situación marcada por una evidente pérdida de control y por el descrédito producido por la actuación de Carles Puigdemont.

3.1.3. *La construcción discursiva del espacio de la rueda de prensa: la distancia comunicativa*

La DISTANCIA COMUNICATIVA tiene por objeto delimitar los márgenes de actuación de los participantes de cualquier interacción. Desde una perspectiva proxémica, Hall (1972) evidenció que las interacciones humanas se desarrollan en el seno de un marco especial que se subordina a distintos niveles de relación interpersonal. Partiendo de esta idea, desarrolló cuatro distancias básicas que determinan el grado de proximidad física entre los interlocutores y, en consecuencia, el VÍNCULO INTERLOCUTIVO: la distancia íntima, aquella que no supera los 45,72 cm, la distancia personal, que abarba desde los 45,72 cm hasta los 121.92 cm., la distancia social, que se sitúa entre los 121.92 cm y los 365.97 cm., y la distancia pública, que media entre los 365,76 cm y, como mínimo, los 762 cm. Veamos cómo se distribuyen los tipos de distancia en la rueda de prensa de nuestro corpus:

Imagen 2. Distancias comunicativas predeterminadas entre los participantes institucionales durante la rueda de prensa (min: 01:02:19)



La imagen anterior evidencia la distancia personal que mantienen los interlocutores institucionales situados encima de la tarima. Como se observa, cada uno de ellos ocupa un espacio propio, delimitado por el atril, elemento fijo que establece una separación entre los emisores de, como mínimo, 1 metro. Esta configuración espacial corresponde a la distancia personal, cuya función pragmática es mantener la formalidad protocolaria de los actos institucionales.

Aunque en estos entornos no se puede hablar de TURNOS DE PALABRA en el mismo sentido que en la conversación espontánea descrita por Briz (1998), sino de intervenciones pautadas y

reguladas por el protocolo que obligan a los participantes a permanecer en su posición y a intervenir en un determinado momento, lo cierto es que se documentan situaciones más próximas a la informalidad comunicativa, Veámoslo:

Imagen 3. Asimetría espacial entre participantes durante la rueda de prensa (min: 01:21:19)



Como se observa, existe una jerarquía autoritaria en la que el *conseller* catalán ocupa una posición comunicativa superior respecto al jefe de los *Mossos d'Esquadra*, que se manifiesta no solo en el uso arbitrario del turno de palabra, sino también en la gestión del espacio al transgredir la distancia personal establecida y recurrir a la distancia íntima para intervenir en el acto discursivo del jefe policial, indicándole cuál debe ser la orientación de la respuesta a algunas de las preguntas formuladas. Desde la perspectiva de la cortesía social (Bravo, 2022; Hernández Flores, 2004), este comportamiento puede interpretarse como una transgresión del trato respetuoso, ya que la mitigación de la distancia comunicativa suele producirse cuando los periodistas formulan preguntas a Sallent. Al verse interpelado por Elena, este ACTOR COMUNICATIVO no puede captar del todo el contenido de la pregunta que se le formula, lo que se traduce en un desplazamiento atencional que no suele ir acompañado de una fórmula discursiva reparativa (como una disculpa) cuando retoma la palabra.

4. CONCLUSIONES

El análisis que hemos realizado en las páginas anteriores permite evidenciar que, en contextos de crisis, las instituciones recurren a una construcción estratégica del discurso. El caso que nos ocupa — la rueda de prensa celebrada por el *Departament d'Interior* de la *Generalitat de Catalunya* tras la imposibilidad de que los *Mossos d'Esquadra* detuvieran a Carles Puigdemont en agosto de 2024, a pesar de tener una orden de detención vigente—muestra un acto comunicativo cuidadosamente diseñado desde la perspectiva simbólica y escenográfica, más que desde un punto de vista lingüístico, que no constituye aquí el objeto central de nuestro estudio.

Se ha mostrado que, en tanto que actos discursivos vinculados, la convocatoria y el desarrollo del acto comunicativo institucional pueden entenderse, en términos de la perspectiva sociocognitiva, como fases complementarias de una arquitectura persuasiva cuyo efecto es incidir en la percepción del destinatario y mitigar el posible acto descortés que puede emanar de la premura con la que se ha convocado a los medios de comunicación para ofrecer explicaciones sobre la huida del *expresident*. En este sentido, el estudio se alinea con los planteamientos de Verón (1981), de Bourdieu (1983), de Heller (2008), de Haller (2021) y de Losada Díaz (2009) al analizar que el plano no verbal de la comunicación crítica también puede presentar ciertos grados de modalización. En efecto, la ESCENOGRAFÍA, la disposición espacial de los participantes y de los recursos no verbales, así como el uso simbólico del color, constituyen una asimetría comunicativa que deriva en una estrategia de persuasión silenciosa sobre los destinatarios del acto comunicativo.

Otro aspecto destacado, en apariencia rutinario e inofensivo, es la voluntad de control institucional del acceso al discurso, lo que condiciona la narrativa que se construye en torno al evento crítico al limitar la acreditación de algunos periodistas. Asimismo, resulta llamativo que durante la rueda de prensa se produzca una asimetría comunicativa entre el jefe de los *Mossos d'Esquadra* y el *conseller* del *Departament d'Interior*, quien suele invadir el espacio discursivo y físico del primero, acercándose a él para guiar la respuesta a una pregunta concreta. Esto plantea, en última instancia, ciertos interrogantes sobre el grado de autonomía comunicativa que Sallent mostraba durante la interacción institucional.

En definitiva, el análisis realizado revela que el discurso institucional de crisis debe entenderse como una práctica comunicativa holística en la que confluyen prácticas lingüísticas, pragmáticas, semióticas y sociopolíticas. Al centrarnos en los aspectos visuales, espaciales y semióticos de la rueda de prensa, complementamos aquellas investigaciones de carácter lingüístico que, del mismo acto, se han realizado en otros lugares (Torres, en prensa) y evidenciamos que la legitimidad y la imagen pública institucional no solo se construyen a través del contenido verbal, sino también mediante un entramado no verbal estratégicamente planificado para incidir en la percepción social del mensaje. La pretensión ha sido, en síntesis, visibilizar ciertos procesos comunicativos derivados de una situación de crisis institucional cuya importancia suele pasar inadvertida para el receptor no especialista.

REFERENCIAS

- Agar, Michael. 1985. Institutional discourse. *Text* 5(3). 147-168.
- Alcaide Lara, Esperanza Rocío. 2014. La relación entre argumentación y (des)cortesía en el discurso persuasivo. *Pragmática Sociocultural* 2(2). 223-261. <https://doi.org/10.1515/soprag-2014-0008>
- Austin, John Langshaw. 1962. *How to do things with words*. Oxford: The Clarendon Press.
- Barton, Laurence. 1993. *Crisis in Organizations: Managing and Communicating in the Heat of Chaos*. Cincinnati: South-Western Publishing Company.

- Bathia, Vijay Kijay. 2002. Professional Discourse: Towards a Multi-dimensional Approach and Shared Practices. En Christopher N. Candlin (ed.), *Research and Practices in Professional Discourse*, 39–59. Hong Kong: Hong Kong University Press.
- Benesch, Hellmuth. 2009. *Atlas de psicología I*. Madrid: Akal.
- Bernárdez Sanchís, Enrique. 1982. *Introducción a la lingüística del texto*. Madrid: Espasa-Calpe.
- Bourdieu, Pierre. 1993. *Language and Symbolic Power*. Harvard: Harvard University Press.
- Bravo, Diana. 2022. Facework and social effects of (im)politeness. A current state of research, *Texts in process* 8(2). 1-22. <https://doi.org/10.17710/tep.2022.8.2.1bravo>
- Briz, Antonio. 1998. *El español coloquial en la conversación. Esbozo de pragmatogramática*. Barcelona: Ariel.
- Briz, Antonio & Grupo Val.Es.Co. 2000. *¿Cómo se comenta un texto coloquial?* Barcelona: Ariel.
- Brown, Gillian y George Yule. 1983. *Discourse Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Brown, Penelope, and Stephen Carl Levinson. 1987. *Politeness: some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bruner, Jerome S. 1990. *Acts of meaning*. Cambridge: Harvard University Press.
- Bühler, Karl. 1965. *Theory of Language. The representational function of language*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
- Charaudeau, Patrick. 1991. La communication et le droit à la parole dans une interaction du même et de l'autre. *Cahiers de praxématique* 17. 27-47.
- Charaudeau, Patrick. 2006. El contrato de comunicación desde una perspectiva lingüística: normas psicosociales y discursivas. *Opción* 22(49). 38-54.
- Criado de Val, Manuel. 1980. *Estructura general del coloquio*. Madrid: CSIC.
- De Bustos, Eugenio. 1986. *Pragmática del español. Negación, cuantificación y modo*. Madrid: UNED.
- Ducrot, Oswald. 1986. *El decir y lo dicho. Polifonía de la enunciación*. Barcelona: Paidós.
- Escandell, M.ª Victoria. 1996. *Introducción a la pragmática*. Barcelona: Ariel.
- Escandell, M.ª Victoria. 2014. *La comunicación*. Madrid: Akal.

- Foucault, Michel. 1999. *El orden del discurso*. Barcelona: Tusquets.
- Goffman, Erving. 1967. *Interaction ritual: Essays on face-to-face behavior*. New York: Pantheon Books.
- Greimas, Algirdas. J. & Joseph Courtés. 1990. *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. Madrid: Gredos.
- Gundel, Stephan. 2005. Towards a New Typology of Crises. *Administrative Sciences Quarterly* 13(3). 106-115.
- Hall, Edward. 1972. *La dimensión oculta*. Buenos Aires: Editorial Siglo XXI.
- Haller, Karen. 2021. *El pequeño libro del color. Cómo aplicar la psicología del color a tu vida*. Barcelona: Editorial G.G.
- Halliday, Michel Alexander Kirkwood & Ruqaiya Hasan. 1976. *Cohesion in English*. London: Longman.
- Hansson, Sten. (2024). Coercive Impoliteness and Blame Avoidance in Government Communication. *Discourse, Context and Media* 58. 1-10
<https://doi.org/10.1016/j.dcm.2024.100770>
- Heller, Eva. 2008. *Psicología del color. ¿Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón?* Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Hermann, Charles F. 1963. Some Consequences of Crisis Which Limit the Viability of Organizations, *Administrative Sciences Quarterly* 8(1). 61-82. <https://doi.org/10.2307/2390887>
- Hernández Alonso, César. 1980. Comentario de un texto coloquial. *Hispanic Journal* 1(2). 89-103.
- Hernández Flores, Nieves. 2004. La cortesía como búsqueda del equilibrio en la imagen social. En Diana Bravo & Antonio Briz (coords.), *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*, 95–108. Barcelona: Ariel.
- Levinson, Stephen Curtis. 1983. *Pragmatics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Losada Díaz, José Luis. 2002. Los medios de comunicación como generadores de imagen corporativa: los públicos internos. *Comunicación y Sociedad* XV(2). 95–113.
<https://doi.org/10.15581/003.15.36364>
- Lozano Hernández, Jorge, Cristina Peña-Marín Beristain & Gonzalo Abril. 1986. *Análisis del discurso. Hacia una semiótica de la interacción textual*. 2da ed. Madrid: Cátedra.
- Maingueneau, Dominique. 1987. *Nouvelles tendances en analyse du discours*. París: Hachette.

Medina López, Javier. 2000. Las disculpas como estrategia de imagen en el discurso público institucional. En Marina González Sanz, Catalina Fuentes Rodríguez & Ester Brenes Peña (coords.), *(Des)Cortesía, actividades de imagen e identidad*, 111–128. Sevilla: Editorial Universidad de Sevilla.

Moreno Fernández, Francisco. 1989. Análisis sociológico de los actos de habla coloquiales (I). *Español actual* 51. 5-51.

Panievsky, Ayala. 2021. The Strategic Bias: How Journalists Respond to Antimedia Populism. *The International Journal of Press/Politics* 27(4). 808-826
<https://doi.org/10.1177/19401612211022656>

París, José Antonio. 2013. *La marca y sus significados*. La Plata: Ediciones Haber.

Peirce, Charles Sanders. 1974. *La ciencia de la semiótica*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.

Perelman, Chaïm & Lucie Olbrechts-Tyteca. 1989. *Tratado de la argumentación: la nueva retórica*. Madrid: Gredos.

Piaget, Jean. 1972. Intellectual evolution from adolescence to adulthood, *Human Development* 15(1). 1-12.

Powell, Walter & Paul Dimaggio. 1999. *El nuevo institucionalismo en el análisis organizacional*. México, D. F.: Fondo de Cultura Económica.

Searle, John Rogers. 1969. *Speech acts. An essay in the philosophy of language*. Cambridge: Cambridge University Press.

Seeger, Matthew Wayne, Timothy Leary, Sellnow & Robert Ulmer. 1998. Communication, Organization, and Crisis, *Annals of the International Communication Association* 21(1). 231–276. <https://doi.org/10.1080/23808985.1998.11678952>

Shannon, Claude Elwood & Warren Weaver. 1963. *The mathematical theory of communication*. Urbana and Chicago: University of Illinois Press.

Sperber, Dan & Deirdre Wilson. 1994. *La relevancia. Comunicación y procesos cognitivos*. Madrid: Visor.

Van Dijk, Teun Adrianus. 1977. *Text and context. Explorations in the semantics and pragmatics of discourse*. London: Longman.

Van Dijk, Teun Adrianus. 2000. *El discurso como estructura y proceso*. Barcelona: Gedisa.

Van Dijk, Teun Adrianus. 2006. Discourse and Manipulation, *Discourse and Society* 17. 359-383. <https://doi.org/10.1177/0957926506060250>

Van Dijk, Teun Adrianus. 2009. *Discurso y poder*. Barcelona: Gedisa

Van Dijk, Teun Adrianus. 2012. *Discurso y contexto: un enfoque sociocognitivo*. Barcelona: Gedisa

Van Dijk, Teun Adrianus & Walter Kintsch. 1983. *Strategies of discourse comprehension*. Orlando: Academic Press.

Theunissen, Petra. 2019. Extending public relationship-building through the theory of politeness. *Public Relations Review* 45(3). 1-10 <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2019.05.005>

Torres Álvarez, José. (en prensa). La comunicación de crisis: estrategias coloquiales para proteger la imagen pública de la policía catalana en la rueda de prensa del 9 de agosto de 2024. *Oralia* 29(1).

Van der Hofstadt Román, Carlos J. 2003. *El libro de las habilidades de la comunicación: cómo mejorar la comunicación personal*. Madrid: Editorial Díaz de Santos.

Verón, Eliseo. 1981. *Construir el acontecimiento. Los medios de comunicación masivos y el accidente en la central nuclear de Three Mile Island*. Barcelona: Gedisa.

Verón, Eliseo. 2009. *La semiosis social: fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.

Vigara Tauste, Ana María. 1987. *Aspectos del español hablado*. 2da ed. Madrid: SGEL.

Vygotsky, Lev Semenovich. 1987. *Pensamiento y Lenguaje: teoría del desarrollo cultural de las funciones psíquicas*. Buenos Aires: La Pléyade.