

DELGADO

❖ La administración complica aún más los problemas que afronta y las medidas que adopta porque carece de una política de comunicación.

SOBREAVISO

Estado de... desinformación

RENÉ DELGADO

Sin la decisión de rendir cuentas –tratando como adulta a la ciudadanía– y sin una política de información y comunicación seria, la administración calderonista complica aún más la difícil situación social, económica y criminal que afronta. Antes de ver la luz, cada una de sus iniciativas, acciones y medidas topa con problemas... generados por la misma administración.

Es lógico desde luego que sin prioridades de gobierno, menos pueda haber prioridades informativas y planes de comunicación.



Antier, tres hechos exhibieron de cuerpo entero el problema de comunicación que arrastra la administración y sella sus tropiezos.

Enviar una iniciativa de reforma que legaliza el estado de excepción a siete días de la conclusión del periodo ordinario de sesiones legislativas es casi pedir el rechazo a la propuesta. Anunciar a las once de la noche la suspensión de clases del día siguiente es poner en riesgo una medida sanitaria para encarar una epidemia. Informar sin estrategia una inversión de 5 mil millones de dólares es tanto como sepultar una buena noticia.

Si no se corrige la política de información y comunicación de la administración, es muy difícil reclamar comprensión a su actuación.



El jueves, pasadas las once de la noche, esto es, ¡a nueve horas de entrar a las escuelas!, se anunció la suspensión de clases y se reconoció la influenza como epidemia en el Distrito Federal y el estado de México.

De la gravedad supuesta por la enfer-

medad, desde días antes –quizá semanas–, se sabía en hospitales nacionales y metropolitanos, públicos y privados, ubicados al menos en la capital. Médicos, enfermeras, pacientes y familiares de estos últimos sufrían, desde entonces, el problema. Sin embargo, no hubo la decisión oficial de reconocer su magnitud y menos aún de comunicarla. Puede ser como se argumenta que faltaba tener respuesta del Centro de Control de Enfermedades de Estados Unidos sobre el tipo de influenza de la que se trataba, pero algo se podía hacer y comunicar más oportunamente.

Reforma confirmó la información y la divulgó en su edición del miércoles. Aun así, la respuesta oficial fue tibia: se reconoció el hecho pero no su dimensión y se asumió la carencia del lote necesario o adecuado de vacunas. Pasó el miércoles, transcurrió el jueves y hasta la noche de ese día se declaró la epidemia en el Distrito Federal y el estado de México y, entonces, se resolvió suspender clases en todos los niveles escolares.

El reconocimiento oficial no supuso desde luego la explicación ponderada de lo que ocurría, sencillamente se asumió que había epidemia y se dieron a conocer algunas prevenciones básicas. ¿Algo sobre las medidas a aplicar? ¿Alguna información sobre cómo y cuándo se instrumentarían aquellas? ¿Algún número telefónico para atender dudas? ¿Algún centro de crisis? Nada. A lavarse las manos seguido, a estornudar cubriéndose la boca en la coyuntura formada por el brazo doblado, a limpiar manijas y perillas, a abrir ventanas y a evitar multitudes. En una epidemia, la correcta divulgación de información es tan importante como la medicina.





Ese mismo jueves, aunque desde la víspera se supo, el Ejecutivo envió al Legislativo un paquete de reformas legislativas que, en su parte medular, legaliza el estado de excepción.

¿Respaldaba el envío de esas iniciativas un trabajo de cabildeo, o sea, de comunicación con legisladores, gobernadores, municipales y periodistas para convencer de la importancia de su aprobación? Quién sabe, públicamente no hubo nada. ¿Amparaba esa propuesta de reforma una información seria sobre el estado que guarda el combate al crimen para justificar la posibilidad de decretar el estado de excepción o afectación? No, de ninguna manera. Sobra decir que los considerandos de la iniciativa no satisfacen esa laguna, siguen la tradicional filosofía de ajustar la ley a la realidad y no la realidad a la ley.

En contraste a esa omisión informativa, está el dato duro de cómo el partido en el gobierno usa de ariete político contra la oposición priista el combate al crimen. ¿Por qué entonces creer que la nueva reforma responde a la realidad criminal y no a la necesidad política del partido en el gobierno para contar con instrumentos con que golpear a la oposición?

¿Dónde quedó la estrategia informativa para explicar la importancia de la reforma y asegurar la aprobación? ¿Pues qué no hasta un nuevo portavoz tiene el gabinete de seguridad?



Ese mismo día, de pasadita, como no queriendo, el jefe del Ejecutivo informó de la inversión por 5 mil millones de dólares que supuestamente hará la empresa Cisco Systems.

Una inversión de ese calibre en plena crisis económica supondría una estrategia

para asegurar que esa buena noticia no pasara desapercibida. Supondría que los portavoces de la Presidencia y de Economía desataran una ofensiva para divulgar ampliamente esa información. Pues no, no hubo esa estrategia. La información ahí quedó perdida, a la mitad de un discurso presidencial.

Ante eso, no quedan más que dos opciones: la administración carece de una política de comunicación o esa inversión no tiene la dimensión que le atribuye el Ejecutivo. Sea lo uno o lo otro, el problema es de comunicación.



Más allá de los ejemplos expuestos, la ausencia de una política de información y comunicación marca su sello en el sexenio. La colección de desatinos en esa área crece y crece.

Tan concentrado y autoritario es el manejo de información en la Presidencia de la República que los portavoces de las otras dependencias han hecho del enconchamiento su mejor filosofía. Si Los Pinos no gira instrucciones, no hay nada que hacer; y como efectivamente Los Pinos no instruye ni sabe qué instruir, pues no hay nada que hacer.

De ese modo, un día sí y otro también, la propia administración complica los problemas que encara o las medidas y acciones que emprende porque no sabe cómo informar de ellos ni cómo comunicarlos.

Curiosamente, la crisis económica opera en favor de esa política de la no política. Algunos medios de comunicación, en aras de la publicidad oficial, se pliegan al dictado de Los Pinos y Los Pinos siente, así, que trae todo bajo control. Pero esa no es una política de información, es una política de sujeción.

Como sea, si el Ejecutivo no toma nota de ese problema de comunicación que lo arrastra y lo complica, su proceder se dificultará de más en más... y, sobra decirlo, eso no se resuelve con una campaña de spots.

Correo electrónico: sobreaviso@latinmail.com