

La hora de la restauración

José Carreño Carlón

Si la característica inequívoca de las crisis radica en que las personas dejan de hacer sus actividades habituales y las instituciones y organizaciones dejan de cumplir sus funciones y objetivos, no nos debe quedar duda de que hemos vivido una crisis intensa a lo largo de los últimos 13 días.

Tampoco podemos ignorar que entre las decisiones más delicadas del manejo de crisis están las de determinar cuándo darla por iniciada y cuándo por concluida. Y si bien todos los estudios de opinión dan por aprobada la gestión de crisis del gobierno, ya se conoce la volatilidad de esas evaluaciones y siempre pueden repuntar las descalificaciones hasta hoy marginales sobre el supuesto retraso, la supuesta anticipación o la supuesta ausencia de bases reales al decretar una contingencia de los alcances de la vivida por los mexicanos. Y otra crisis, de múltiples efectos, podría esperarnos si en este tránsito no se mantienen los altos grados de credibilidad en la alerta epidemiológica que sigue vigente.

La palabra crisis denota el momento de exacerbación de un mal y cuando este mal se prolonga ya no es crisis, sino una situación crónica. En este sentido, a partir de hoy se está poniendo fin a una crisis. Y un rebrote de la epidemia como el alertado por el secretario de Salud daría lugar en todo caso a una nueva crisis para cuyo manejo estaríamos todos mejor entrenados. De hecho, el manejo de la crisis que hoy empieza a despedirse está dejando una secuela de buenos hábitos de prevención e higiene en personas, familias, escuelas, transportes y restaurantes que en su mayor parte deberían sobrevivir a la alerta sanitaria.

Siguientes pasos

Ya en el supuesto —por demás deseable— de que el secretario de Salud, José Ángel Córdova, y el gobierno del presidente Felipe Calderón hayan acertado al determinar el inicio y el final de esta crisis, faltarían aún los pasos a seguir tras la conclusión de toda crisis: el control de daños y la restauración de imagen.

Y aquí es amplio el inventario de daños a reparar. Se ha hablado, entre otros, de los ocasionados en la economía de las personas, de

las empresas y del país. Cualquiera de ellos puede igualmente disparar nuevas crisis, por lo que es bueno que ya se anticipen fórmulas de resarcimiento.

Pero están también las abolladuras a restaurar en la imagen de México y de su gobierno para evitar una crisis más: de desprestigio, controversia o aislamiento internacional, con efectos también críticos en la economía y el empleo en nuestro país.

Para conjurar esa lista de crisis al acecho, parece llegada la hora de la restauración, en los términos de la teoría del discurso de restauración de imagen del ya clásico William Benoit. Se aplica cuando se es acusado o señalado —así sea implícitamente— como responsable de algo que se considera altamente ofensivo o dañino. Y aunque por ahora limitado a unos cuantos países en el exterior y a una minoría en el interior, este es el caso de México respecto de su manejo de la actual epidemia global del nuevo tipo de influenza.

Contar y explicar

Ya el presidente Calderón anunció una campaña de promoción de México en el mundo, que requerirá identificar las audiencias realmente relevantes para nuestro país y elaborar mensajes con tal fuerza persuasiva que no puedan llegar a ser percibidos como falsos o como justificaciones de rutina.

De acuerdo al método de Benoit, para atajar la tendencia a convertir a México en un pánico moral afuera y para mantener en el margen las descalificaciones internas, urge poner en marcha tres pasos discursivos esenciales: ofrecer todos los informes y explicaciones que condujeron a declarar la contingencia con base en datos no comprobados de casos y defunciones, lo que provocó alarma y rechazo afuera y dudas adentro; justificar lo justificable, lo excusable del manejo confuso de las primeras cifras, y ofrecer las disculpas por los efectos causados por ese manejo. Este es el piso de toda estrategia seria de preservación y restauración de imagen.

jose.carreno@uia.mx

Académico

