

Comunicación de crisis III: Implicar al público

por Peter M. Sandman y Jody Lanard

Publicado originalmente como "Crisis Communication III: Involving the Public", por Peter M. Sandman y Jody Lanard, en línea a <http://psandman.com/handouts/sand12c.pdf>.

Traducción cortesía de Organización Panamericana de la Salud, Oficina Regional para las Américas de la Organización Mundial de la Salud (OPS).

© Peter M. Sandman y Jody Lanard 2004, 2006. Derechos reservados.

15. Decir a las personas qué pueden esperar

Es cierto que "la orientación previsor" (o sea, decir a las personas qué pueden esperar) crea cierta ansiedad, especialmente si se anticipan malas noticias. Pero estar advertidos nos ayuda a hacer frente a la crisis, impide que nos sintamos vulnerables o engañados y reduce la repercusión desalentadora de los sucesos negativos súbitos. Advertir a las personas que esperen incertidumbre y algún posible error es muy útil. Como también lo es advertir a las personas acerca de sus propias reacciones futuras probables, en particular aquellas que quizá deseen rechazar: "Probablemente sentirá ganas de suspender la medicación antes de que todo haya pasado".

16. Ofrecer a las personas cosas que hacer

La acción autoprotectora ayuda a mitigar el temor. La acción de ayuda a las víctimas ayuda a paliar la angustia. Toda la acción emprendida nos ayuda a soportar nuestras emociones, y por lo tanto ayuda a evitar que se intensifiquen y se tornen en pánico, rechazo o apatía sin esperanza. Prevea esta circunstancia con mucha antelación. Una vez desatada la crisis, es mucho más complicado decidir qué actividades puede ofrecer a las personas, incluso a las legiones de voluntarios que querrán ayudar.

17. Dejar a las personas que elijan sus propias acciones

Al ofrecer a las personas la posibilidad de elegir las acciones no sólo conseguimos contar con su capacidad para actuar sino también su capacidad para tomar decisiones. Con ello se crea una especie de parapeto o garantía contra el pánico o el rechazo. Lo ideal es agrupar sus recomendaciones de acción con opciones más

o menos extremas, de modo que las personas que estén más o menos preocupadas de lo que cabría desear, no tengan que definirse como rebeldes. También tendrá recomendaciones para estas personas.

18. Pedir más de las personas

En una situación de crisis, los impulsos prosociales y de resistencia rivalizan por el predominio con impulsos menos deseables como el pánico, la pasividad o el egoísmo. Alíese con los primeros en contra de los segundos exigiendo más de las personas. Pida ayuda a la gente antes de la crisis así como durante su desarrollo. Pídales que ayuden a su comunidad y sus vecinos (y su organización), no sólo a sí mismos, pero no olvide decirles que también se ayuden a sí mismos. Exija más de la gente también en el terreno emocional. Déles “permiso” para que la situación les parezca insoportable pero deje claro que espera que sean capaces de llegar a sobrellevarla.

Para más detalles de mi opinión acerca de este tema, véase:

- Anthrax, Bioterrorism, and Risk Communication: Guidelines for Action (Ántrax, Bioterrorismo y Comunicación de Riesgos: Pautas para la Acción) (dic. 2001), www.psandman.com/col/part1.htm
- Dilemmas in Emergency Communication Policy (Dilemas en la política de comunicación de urgencia) (feb. 2003) www.psandman.com/articles/dilemmas.pdf
- Beyond Panic Prevention: Addressing Emotion in Emergency Communication (Más allá de la prevención del pánico) (feb. 2003) www.psandman.com/articles/beyond.pdf
- Duct Tape Risk Communication (Comunicaciones de riesgos de la cinta adhesiva plateada) (feb. 2003) www.psandman.com/col/ducttape.htm
- "Fear is Spreading Faster than SARS" – and So It Should ("El miedo se está extendiendo más rápidamente que el SARS" ¡Y así debería ser!) (abril 2003) www.psandman.com/col/SARS-1.htm

© Peter M. Sandman y Jody Lanard 2004, 2006. Derechos reservados.

The Peter Sandman Risk Communication Website

www.psandman.com

Peter M. Sandman
59 Ridgeview Rd.
Princeton NJ 08540-7601

Teléfono: 1-609-683-4073

Fax: 1-609-683-0566

E-mail: peter@psandman.com