



Leonardo Curzio, *Orgullo y prejuicios. Reputación e imagen de México*, México, Centro de Investigaciones sobre América del Norte-Universidad Nacional Autónoma de México/Miguel Ángel Porrúa, 2016, 147 pp.

¿Qué le depara a México en su imagen al exterior con un gobierno estadounidense en la era Trump, tan frívolo, pero a la vez tan influyente en la construcción de imaginarios? En realidad, se tendrá que esperar un poco para saberlo cabalmente. Sin embargo, antes de Trump, lo que México ha hecho y dicho al mundo es materia de reflexión de analistas e investigadores y un punto vital de análisis para entender temas tan intangibles como la *reputación*, el *buen nombre* y el *prestigio* de México.

Mediante un análisis histórico, estructural y coyuntural, Leonardo Curzio, autor de *Orgullo y prejuicios. Reputación e imagen de México*, argumenta en esta obra que México ha enviado señales contradictorias al exterior que han provocado confusión, desconfianza e incredulidad ante los procesos y las iniciativas reformadoras y, por consecuencia, en la construcción de una reputación y una imagen al exterior capaz de empoderar a México para contribuir con su propio desarrollo.

El autor expone la problemática a partir de dos conceptos cuidadosamente trabajados que ayudarán al lector a comprender la dinámica de la percepción internacional: la *imagen* y la *reputación*. Define la primera como un imaginario volátil, superficial y coyuntural; la segunda, como un imaginario más profundo construido a lo largo del tiempo y con mayor peso en la conceptualización de un país.

Desde estos conceptos señala la importancia de considerar la reconstrucción de la reputación como una política de Estado. En esta tarea no son suficientes las campañas de publicidad, las relaciones públicas de corto alcance o los pequeños manejos de crisis. Por el contrario, se necesita trabajar

con sumo cuidado para construir, mediante acciones en el exterior y el interior, un país con una renovada narrativa congruente con los tiempos modernos y con un papel activo en los flujos de comunicación hacia el exterior.

En “Definiciones y aproximaciones teóricas relevantes”, el primer capítulo del libro, Curzio refuerza la idea de la influencia de la opinión pública en la conducción de la política exterior. Específicamente, reflexiona sobre las posiciones de España y México respecto a la Guerra de Iraq en 2003. Ambas naciones ejemplifican el doble juego que dirigió su política exterior: por un lado, en el interés nacional y, por el otro, en la presión de la opinión pública al respecto de la guerra. Este análisis ilustra la trascendencia de llegar a públicos extranjeros y a futuros tomadores de decisiones con una imagen renovada y atractiva, pues el autor advierte que las relaciones internacionales se sustentarán cada vez más en la percepción que unos actores tengan de otros (p. 48).

Desde este punto de vista, el autor propone un trabajo gubernamental y privado coordinado, sostenido en elementos del poder suave. Argumenta que éstos tienen el potencial para generar la imagen y la reputación que México necesita ante el evidente desgaste de las mismas, que ahora están en mayor medida asociadas a conceptos como *distante*, *problemático* o *corrupto*, los cuales están lejos de ubicar a México en el imaginario colectivo internacional como un actor responsable, confiable o aliado.

En su exposición teórica, el autor rescata las tres esferas de poder suave: la cultura, los valores políticos atractivos y relacionados con una sociedad en constante transformación, y la política externa que defiende causas justas y se compromete con la cooperación. Desde este ángulo, el autor identifica como el elemento de poder suave más frágil de México la insuficiente fortaleza de las instituciones políticas y sociales, desde luego relacionado con la corrupción y la debilidad del imperio de la ley, las cuales no hacen más que profundizar la desconfianza al interior y al exterior del país.

En “La naturaleza del problema”, Curzio amplía los argumentos que relacionan la imagen de un país con el desarrollo del mismo. Desde esta perspectiva, una imagen con una valoración positiva, cada vez más apegada a valores como la democracia, la legalidad y la transparencia, fija elementos en el imaginario que determinan en gran medida la toma de decisiones de públicos o actores extranjeros que aportarían al desarrollo interno del país, por ejemplo, mediante la inversión en proyectos de

infraestructura, en decisiones de viaje para negocios y vacaciones, o en negociaciones con amplia responsabilidad internacional.

Así pues, el autor subraya la creación de una *marca país* como una estrategia con notable fragilidad para un país como México. Argumenta que una idea, un concepto o una marca sin sustento en la realidad o en políticas públicas a largo plazo resultarían perjudiciales, puesto que la realidad contenida saldría a la luz más temprano que tarde. Curzio ejemplifica sus argumentos con el caso de México en las olimpiadas de 1968 o en el desgaste del *Mexican moment*, impulsado por el gobierno federal. Incluso logra prever muy sutilmente la insostenibilidad de la imagen de un Brasil cuya realidad tristemente se observa.

Curzio continúa este capítulo asegurando, con base en datos históricos y mediáticos, que la imagen de México se ha construido en gran medida desde la perspectiva de Estados Unidos y éste lo ha comunicado al mundo a través de sus medios masivos. Por ello, la imagen de México se volvió exótica al ser entendida desde la propia concepción occidental estadounidense, generando estereotipos y provocando un entendimiento deformado de la realidad mexicana.

En “La construcción de una reputación”, el autor identifica los cuatro problemas que han construido la frágil reputación de México. Mediante un recorrido histórico desde el colonialismo hasta el siglo XX, más un análisis de índices internacionales como el índice de percepción de corrupción, el índice de capitalismo de compadres, el índice sobre libertad económica y el índice de competitividad internacional, reconoce los mayores males que han construido la reputación e imagen del país (p. 61).

Curzio asegura que México ha heredado y preservado las circunstancias de un país que nació sometido, incompleto, derrotado e injusto, cuyos sucesos coyunturales desventurados no hacen más que seguir arraigando estos males en el imaginario colectivo. Estos elementos no permiten, en su opinión, que reformas estructurales logren cambiar de forma más profunda la realidad y la reputación de México, y sólo se limitan a modificar la imagen en un periodo corto e insuficiente.

El autor revela, en “La percepción externa de México”, que la percepción de México en Estados Unidos es tan ajena y distante como lo es Cuba o Egipto. Sustenta estos argumentos valiéndose del análisis de múltiples recursos como las mediciones del Pew Research Center, el índice

Doing Business y el Anholt-GfK Nation Brands Index. Asimismo, con base en las encuestas de opinión pública Gallup sobre la imagen de México en Estados Unidos resalta la tendencia negativa en la percepción de los estadounidenses sobre México durante toda la administración del expresidente Felipe Calderón, y se vale de este ejemplo para ilustrar el impacto de la prensa nacional e internacional en la construcción de la imagen de un país al exterior, reiterando así la necesidad de un trabajo de política pública que “consolide a México como un país más cercano y confiable en la opinión pública estadounidense” (p. 110).

En los capítulos previos esboza líneas de acción para tomar el control de la narrativa de la imagen de México y enuncia propuestas encaminadas a reconstruir la reputación del país. En el capítulo “Líneas de acción y sugerencias”, propone una constante búsqueda por el liderazgo desde adentro y hacia el exterior en múltiples temáticas, la apropiación de variados canales de comunicación hacia el exterior como el internet, la televisión, el radio, el cine y el periódico, pero con la ineludible accesibilidad en varios idiomas, con especial atención en el inglés.

Lo anterior permitiría hacer llegar al público en el momento adecuado una ola de contenidos que complementen el conjunto de la nueva narrativa mexicana, que debe caracterizarse por ofrecer más símbolos atractivos y renovados que ubiquen a México como un actor en constante búsqueda del progreso y la transformación que lleva consigo la modernidad. Esto, mediante políticas públicas de largo plazo encaminadas a desestancar la dinámica económica, social y política anacrónica. Incluso culturalmente, Curzio resalta la inconveniencia de seguir explotando un pasado que, aunque atractivo, ya está desgastado. Sugiere, en cambio, un proceso similar al de la imagen de Irlanda y España, países que lograron con éxito desligarse de un imaginario enraizado durante décadas en el pasado, evitando volver a una narrativa que ya no encuentra lugar en la modernidad.

Para ello, expone algunas propuestas para una estrategia de poder suave como: que haya múltiples actores (escritores, artistas, diásporas, entre otros) encargados de difundir la nueva narrativa mexicana en el exterior; la generación de múltiples contenidos que refuercen esta narrativa, la creación de una señal internacional de comunicación, “la diplomacia del celuloide”, entre otras.

A poco menos de un año de la culminación de la presente administración, el libro es una reflexión oportuna que permite comprender, con va-

riados elementos, el porqué de la penetración del discurso antimexicano en la sociedad estadounidense, el desgaste de la imagen de México y una reflexión sobre la débil reputación mexicana. Por ello, el libro es también una llamada de atención para trabajar oportunamente en la construcción de una imagen y una reputación nacional desde una muy necesaria política de Estado de largo alcance.

En este sentido, Curzio propone una transformación bajo tres acciones: sustancia, narrativa y apropiación de canales de comunicación. La sustancia tiene que ver con acciones y políticas internas y externas que reflejen un México en constante progreso: “La voz más potente de un Estado no es lo que dice, sino lo que hace”;<sup>1</sup> desde esta perspectiva hace un llamado asegurando que un país que no está unido no puede sustentar un proyecto de modernización social ni político. La narrativa requiere un trabajo que renueve el discurso hacia el exterior y lo desligue de un imaginario enraizado durante décadas en el pasado y disfuncional en la modernidad, por uno encaminado a reflejar un constante crecimiento en la democracia, la legalidad y la transparencia.

El libro es pertinente a la luz del evidente desgaste de la imagen de México —sobre todo en Estados Unidos—, que ha dejado una conceptualización equívoca del mismo en otras partes del mundo. Es una invitación a tomar la responsabilidad de la imagen del país en manos de los mexicanos y no dejarla en quienes a lo largo del tiempo se han encargado de difundir una imagen estereotipada e incompleta de México y los mexicanos. Esto conlleva, desde luego, una inversión monetaria de largo plazo, pero sobre todo una inversión de tiempo, talento y contenidos propicios. El dilema es, de acuerdo con Curzio, que el cambio de reputación de un país mediante nuevas narrativas puede tomar décadas. Éste es el principal reto que México tiene frente a sí.

*Yessica Rubio Jiménez*

---

<sup>1</sup> Nicholas J. Cull, “Diplomacia pública: consideraciones teóricas”, en *Revista Mexicana de Política Exterior*, núm. 85, noviembre de 2008-febrero de 2009, p. 77.