

42. Prensa y fuerzas armadas

*Jesús Aranda*²²⁴

La relación entre la Secretaría de la Defensa Nacional (SEDENA) y los medios de comunicación durante el gobierno de Felipe Calderón se caracteriza por ser reactiva a los acontecimientos en los que se pone en entredicho la actuación de los militares en tareas de seguridad pública. La mayoría de las veces, la dependencia informa días después de ocurridos los acontecimientos.

La Secretaría de Marina, por su parte, tiene una política de comunicación social más activa en los medios de información, con la que trata de destacar los operativos y acciones exitosas en contra del crimen organizado y de rescate en la mar, particularmente. En efecto, esta dependencia ha tomado una actitud más abierta en la materia a partir de que se ha incrementado su participación en el combate al crimen organizado en los últimos años.

A diferencia del secretario de la Defensa Nacional, general Guillermo Galván Galván, quien durante los casi tres años de la administración actual, no se ha reunido en ninguna ocasión, ni ofrecido conferencia de prensa con los medios de información que cubren las actividades de la dependencia a su cargo, el almirante Mariano Francisco Saynez Mendoza, titular de la Secretaría de Marina (SEMAR), ha concedido varias conferencias de prensa y entrevistas, tanto en la sede de la dependencia como en el marco de diversas giras de trabajo y evento significativos para la Armada.

Así, la SEDENA ha demostrado en más de dos años de administración que no le interesa informar con oportunidad y mucho menos con profundidad sobre sus principales líneas de acción en contra del combate al narcotráfico y al crimen organizado. Sin embargo, lo que resulta más preocupante es que no hay forma de cuestionar, públicamente, o a través de los medios de información, a los altos medios del ejército sobre los ejes de la estrategia anticrimen y el impacto negativo que ha tenido, en las fuerzas armadas, su creciente participación en acciones que no le competen constitucionalmente.

El sistema de solicitudes de información, a través del módulo de transparencia de la dependencia, actualmente a través de Infomex, ha permitido conocer estadísticas y datos que anteriormente eran difíciles de obtener, como los casos sonados de desertiones de soldados y militares de élite, procesos que involucran a militares en delitos contra la salud y de otro tipo, salarios, remuneraciones, algunas licitaciones, etc.

Sin embargo, este sistema también ha coadyuvado en mantener la opacidad en la información del ejército, porque se mantiene un flujo de información unilateral de

224 Periódico La Jornada.

la dependencia hacia los medios. Pocas son las ocasiones en las que funcionarios de primer nivel conceden entrevistas, y son todavía menos, las veces en las que puede ventilarse públicamente la problemática interna que vive la SEDENA, como la baja moral de las tropas, el excesivo desgaste de los soldados, la falta de estímulos económicos, la falta de capacitación y entrenamiento, así como el uso de equipo militar obsoleto.

Por otro lado, la obtención de información a través de Infomex tiene una gran desventaja: es contestada por la autoridad cuando y como lo considera adecuado. Por ejemplo, cuando el cuestionamiento supera el argumento en un tema reservado, por tratarse de seguridad nacional, o porque está en proceso de investigación, dichas autoridades cuentan con el recurso de responder: “que después de realizar una intensa búsqueda en los archivos de la dependencia no se encontró la información solicitada”, eso a pesar de que muchas veces el sentido común nos dice lo contrario.

Es cierto que queda el medio de inconformidad, pero ello significa otras tres semanas de espera, sin garantía de obtener la información requerida. En el caso de los medios de comunicación la situación es particularmente grave, ya que el módulo de transparencia le ha permitido a la Dirección de Comunicación Social, evadir su obligación de informar a la sociedad a través de los medios informativos. Es por ello, que en muchas ocasiones resulta menos complicado obtener información del Módulo de Transparencia de la Dirección de Comunicación Social, a pesar de que esos mismos datos deberían entregarlos los encargados de Comunicación de la SEDENA, los cuales tienen la infraestructura necesaria para entregar la información a los medios informativos en menor tiempo.

Esta estrategia de comunicación ha traído como consecuencia que gran parte de la información que tiene que ver con el ejército responda a “filtraciones de información” que si bien, pueden ser veraces o no, en los hechos no representan el punto de vista de la Institución y, por supuesto, tampoco responden al enfoque o manejo de la información que realmente la interesa a la SEDENA.

En materia de comunicación social, la SEDENA ha emitido durante la administración actual (al 28 de febrero de 2009) 450 comunicados de prensa. La mayoría de ellos sobre decomisos de droga, detención de narcotraficantes o de personas relacionadas con el crimen organizado, destrucción de plantíos de cultivos ilícitos y enfrentamientos en los que han muerto soldados. Esta información es sumamente concreta, no ofrece mayores detalles de las operaciones, lo que ayuda en poco a dimensionar el esfuerzo institucional que representa para el ejército este nuevo flanco en su actividad, en el que día a día incrementa el número de efectivos. La SEDENA no ha sido capaz de implementar una política de comunicación, para informar y destacar su labor cotidiana. Tampoco ha podido reaccionar a tiempo a cuestiones delicadas como las muertes de civiles en operativos militares, las denuncias de violaciones a los derechos humanos

cometidas por soldados o la preocupación recurrente de diversos sectores por el involucramiento creciente del ejército en labores de seguridad pública. El riesgo que ello significa para la buena marcha de las fuerzas armadas, coloca a los soldados en situación de vulnerabilidad por la corrupción que genera el narcotráfico y que alcanza, las más de las veces, a los encargados de combatirlo.

Un ingrediente adicional es que todo comunicado de prensa, así sea importante para la propia dependencia, debe esperar el visto bueno de la Presidencia de la República para ser transmitido a los medios. Esto impacta aún más en la falta de oportunidad en la información que genera cotidianamente la Defensa Nacional.

Es necesario, que la Dirección de Comunicación Social de la SEDENA ponga en marcha una estrategia de comunicación, que vaya más allá de spots televisivos para acercar al Instituto armado con la sociedad a la que sirve, y que ésta conozca de manera más profunda sus actividades, necesidades, así como los apoyos materiales y logísticos que requieren los soldados para servir mejor al país.

La SEMAR ha emitido durante la misma administración actual 402 comunicados de prensa; al igual que la SEDENA, la mayoría tiene que ver con decomisos de droga, operaciones anti narcóticos, destrucción de plantíos de cultivos ilícitos y operativos de salvamento de la vida en la mar. Generalmente, los textos son concisos, pero con la ventaja de que en la mayoría de las ocasiones existen posibilidades de solicitar información oficial a los encargados de comunicación y así poder ampliarla.

A diferencia de la SEDENA, los voceros de la Secretaría de Marina sí cumplen con la labor de avisarle a los medios de comunicación que disponen de información importante, además señalan si están en posibilidades o no de ampliar la información que ya hicieron pública. Hay mayores posibilidades de entrevistar a funcionarios de la Armada, mientras que en la SEDENA también es posible, pero el tiempo de respuesta es mucho mayor. Llama la atención que en ésta última, para acceder a estadísticas o informes, la ruta más viable es a través del portal de transparencia con lo que ello implica; mientras que en la Armada, al menos para los medios de información, es mejor solicitar la información a través de la Dirección de Comunicación Social, la cual generalmente responde en tiempo y forma a las peticiones.