



# Reflexiones sobre el impacto del comportamiento mediático en las políticas de seguridad en México<sup>1</sup>

## Resumen

El presente artículo analiza desde una perspectiva teórica el impacto de la información en el diseño y ejecución de las políticas de seguridad, haciendo hincapié en la situación de México en los últimos años. A efectos de mostrar un panorama más amplio, se enuncian algunos ejemplos internacionales que muestran que la información presentada, a través de los medios de comunicación no puede ser considerada como un fenómeno aislado, sino que ha llegado a convertirse un componente de peso de la toma de decisiones en materia de seguridad.

Para este fin, se propone que las partes involucradas, Estado y medios de comunicación consideren en todo momento que la información en materia de seguridad puede ser parte de operaciones de información, y así aminorar los riesgos de revelar secretos que desvíen las políticas de seguridad, sin menoscabar el derecho a la libertad de expresión y el derecho a la información.

## Abstract

This article analyzes the impact public information has in the design and implementation of security related policies from a theoretical perspective, paying special attention to the Mexican case in recent years. International examples are used to show how the way information is presented in mass media cannot be understood as an isolated phenomenon, but that it has actually become a prominent factor when it comes to security issues decision-making.

**ALEJANDRA LÓPEZ  
DE ALBA GÓMEZ<sup>2</sup>**

Recibido:  
20 de febrero de 2014

Aprobado:  
30 de mayo de 2014

Key words:  
Information, media, security  
policies, information  
operations.

Palabras claves:  
Información, medios de  
comunicación, políticas de  
seguridad, operaciones de  
información.

1. Artículo producto del convenio de cooperación en investigación entre la Escuela Superior de Guerra de Colombia y el Centro de Estudios Superiores Navales de México.
2. Maestra en Estudios de Seguridad por la Universidad de Georgetown. Correo electrónico: alelopezdealba@gmail.com

To this end, it proposes that all parties involved, be it media conglomerates or States, should consider that security related information might be a part of an information operation, and hence trying to minimize the risks associated to the revelations of secrets that might derail a security policy, without hindering freedom of speech nor the right to be informed.

*Lo que es de gran importancia en la guerra es combatir la estrategia del enemigo*

*-Sun Tzu*

A principios de los años 90, la transmisión y publicación de imágenes de las atrocidades cometidas por rebeldes en Somalia mostraron al mundo que la forma de desarrollar las actividades de las seguridades pública y nacional en la era digital sería, a partir de entonces, diferente. Una simple cámara cambió el destino de un país, y logró modificar la política exterior de Estados Unidos en África.

Lo que había empezado como una misión para alimentar a los niños somalíes que habían conmovido a los estadounidenses con dramáticas escenas en televisión donde se les veía morir de hambre como consecuencia de la guerra civil en ese país, terminó en una derrota para Estados Unidos y en tragedia para millones de somalíes. En un acto que muchos podrían considerar de extrema habilidad en el uso de la información, después de un enfrentamiento armado con una de las facciones en guerra, turbas de somalíes leales al faccioso General Aideed arrastraron el cuerpo de un soldado estadounidense por las calles de Mogadiscio (Stewart, 2002); lo que provocó un espectáculo que fue fotografiado y transmitido en vivo (Terry, 1993) por cadenas televisivas que cubrían la misión humanitaria en Somalia (siempre en busca de exclusivas e inmediatez). La acción causó horror y enojo entre los ciudadanos estadounidenses, que presionaron entonces al presidente William Clinton para que retirara sus tropas de Somalia.

En un enfrentamiento entre desiguales en la arena militar, el General Aideed, cabeza de la facción que se enfrentó con los militares estadounidenses, usó efectivamente a su conveniencia a los medios de comunicación para tomar el control de la situación.

Después de este hecho en Somalia, quedó claro que el uso mediático de la información sobre conflictos tiene impactos definitivos en las decisiones de poder (Tornau, 2006), y demostró que, en adelante, existirían muchos conflictos asimétricos. A la fecha, Somalia sigue hundida en una guerra civil de décadas y cientos de miles de somalíes han muerto a manos de diferentes líderes rebeldes; pero lo allí ocurrido se convirtió en una guerra mediática que Estados Unidos perdió.

¿Puede una imagen desviar la dirección de una guerra? ¿Los contenidos mediáticos pueden cambiar las políticas de seguridad? ¿El destino de un país, una etnia o la supervivencia misma puede depender del manejo de la información.

Vivimos en una sociedad dominada por contenidos mediáticos que llegan a orientar el posicionamiento de la audiencia. Algunos piensan que el impacto de lo presentado por los medios es positivo, en cuanto herramienta que permite ejercer el derecho a estar informado (Plavik, 1994) y formar opinión. Otros consideran, sin embargo, que el mensaje de los medios es tendencioso y está diseñado, categorizado, jerarquizado y transmitido pensando sólo en los intereses de la empresa que los difunde, afectando, consecuentemente, las políticas de seguridad. Más aún, a pesar que este es un tema muy estudiado, hasta ahora no se ha realizado una aproximación al posible impacto que el proceder mediático tiene en la lucha contra el narcotráfico, particularmente en México.

Este artículo presenta algunos argumentos para reflexionar sobre el comportamiento de los medios de comunicación en la forma que reportan eventos que afectan la seguridad. Si bien este tema puede ser analizado desde muchas perspectivas, aquí se hará desde el punto de vista teórico, para lo cual se utilizarán referencias históricas contemporáneas, pero en el marco de la participación activa de los medios de comunicación y su impacto en las políticas de seguridad, con vistas a reflexionar sobre el comportamiento de los medios de comunicación en una etapa de la historia de México en que el combate a la delincuencia parece ser su principal característica.

Adicionalmente, para el caso de México se hacen apuntes sobre lo que podría denominarse “desastinos” en el enfoque de la estrategia de comunicación de seguridad del Gobierno Federal mexicano.

En este artículo se presentan casos en los que la operación de los medios de comunicación ha provocado riesgos operativos en la atención de conflictos y resolución de problemas de seguridad. En cada caso, se muestra la oportunidad para mejorar el proceder mediático por lo que toca a la manera de reportar hechos que pueden afectar o poner en riesgo directamente la vida de una o más personas. Como corolario, el caso de México parece unirse al de varios países del mundo, donde los medios han alimentado conflictos o desviado políticas de seguridad por la falta de cálculo en las consecuencias de la información que transmiten, cuando no se trata de manipulaciones abiertas<sup>3</sup>.

Adicionalmente, se muestra que en la actualidad las operaciones sobre conflictos exitosas son las que se basan o apoyan en operaciones de información que afectan la toma de decisiones estratégicas del adversario y que amasan apoyo popular. Por este motivo, la entidad que conduzca mejores operaciones de información tenderá a ser la parte ganadora en un conflicto.

## 1. La Era de la Información

El final del siglo XX y el principio del XXI han visto a la seguridad cobrar importancia inusitada en la definición de las políticas públicas y de gobierno; y, de forma simultánea, también se ha experimentado una mayor disponibilidad y bajo costo de la información.

De igual manera, se ha manifestado el inmenso “poder suave”<sup>4</sup> de los conglomerados mediáticos a través de sus mensajes informáticos, su contenido cultural, películas y proyectos televisivos. Todo esto en una época a la que se le suele llamar la ‘era de la información’.

La objetividad en el periodismo es un mito que hace tiempo fue abandonado. Aunque no se puede medir en términos asequibles la profundidad del impacto informativo en la opinión pública, este tema se mantiene como sujeto de estudio, pues los medios tienen la capacidad de influir en las políticas de seguridad, para implementarlas o para terminarlas.

Alrededor del mundo, las fuerzas de seguridad, sean policiales o militares, enfrentan el reto de realizar sus labores al tiempo que se comunican sus esfuerzos a través de medios masivos; principalmente en televisión. Las acciones de las instituciones del orden hoy se encuentran bajo el escrutinio constante de la prensa, quien no siempre tiene elementos suficientes para opinar de forma informada ni el criterio suficiente para discernir el daño que la revelación de cierta información puede ocasionar en una operación o política de seguridad. La tecnología satelital –que permite la transmisión de hechos en tiempo real y 24 horas al día, 365 días al año– ha creado e incrementado el llamado “efecto CNN”<sup>5</sup>, que orienta la toma de decisiones a nivel estratégico y la forma en que los mandos dirigen sus unidades (Gilboa, 2005)

Los productos mediáticos tienen la capacidad de influir en quienes interpretan hechos y llevan a cabo la acción de gobierno (toman decisiones). No en vano Colin Powell, ex Secretario de Estado de Estados Unidos y ex Jefe del Estado Mayor Conjunto del Departamento de Defensa de Estados Unidos durante la Guerra del Golfo, dijo que una vez en marcha las operaciones militares, cuando los comandantes tienen claro lo que se hará, deben poner atención a la televisión, porque se puede ganar la batalla o perder la guerra si no se maneja la historia de manera correcta (Belknap, 2001). En el mismo sentido, Joseph Nye ha expresado que en la era de la información, es tan importante el ejército ganador, como la historia de quién gana (Nye, 2012).

3. Como al parecer ha hecho el Rendon Group en los conflictos en Panamá e Irak (Bramford, 2005).

4. Poder suave.: Es la habilidad de obtener lo que se quiere a través de la atracción/cooptación en lugar de por medio de la coerción o pagos. Resulta de los atractivos de una cultura, ideales políticos y políticas.

5. Aunque no existe una definición académica per se, se entiende como la habilidad de los medios de comunicación de ejercer presión sobre la conducción de políticas, originalmente política exterior por parte del gobierno de Estados Unidos. En tiempo de crisis, las agencias de noticias se convierten en parte del ambiente operativo en el que gobiernos y fuerzas de seguridad deben actuar. Los medios se convierten en campo de batalla para la opinión pública. Este efecto implica algún grado de pérdida de control en el proceso de toma de decisiones políticas; promueve un manejo de crisis guiado por los medios de comunicación. (Owen, 2003).

Los medios de comunicación tradicionales, como la radio, la televisión y la prensa escrita, e incluso los nuevos como el Internet, le han permitido al ciudadano común informarse del acontecer diario, dejando atrás la idea de la información como un lujo. No obstante, el ciudadano recibe la información procesada por un reportero y el medio para el que él trabaja, quienes deciden qué y cómo presentarla, y la importancia que se le concederá (Akin, 2005). Dicho de otra manera, los medios de comunicación deciden qué es noticia y qué no y en ello estriba su poder. Pero también es un riesgo potencial, principalmente en sociedades vulnerables (Temin & Frohardt, 2003), pues el ciudadano puede fácilmente aceptar lo provisto por un medio y anteponerlo a los datos oficiales, generando molestia y desconfianza en la ciudadanía: una nota puede encender ánimos; incluso si sus intenciones no son maliciosas y no es producto de la manipulación de una entidad exterior.

Que el conflicto, por espectacular y escandaloso que sea, atrae espectadores a los medios de comunicación, resulta hoy un concepto generalmente aceptado. Y se le puede aplicar una regla de proporcionalidad directa: a mayor escándalo, mayor audiencia; y esta es la fórmula necesaria para el éxito financiero de los medios. Por tanto, es interés de los medios de comunicación no sólo presentar lo que genera más audiencia, sino amplificarlo; es decir, hacerlo ver más de lo que realmente es. Se sigue, entonces, lo que un columnista del *New York Times* afirmara: “la malas noticias son más noticiosas que las buenas noticias” (Safire, 2005).

Algunos sectores en las fuerzas de seguridad ven a la participación de los medios como un riesgo para el buen desarrollo y fin de sus operaciones; pero aquéllos requieren de estos últimos para dar a conocer sus resultados, conseguir el apoyo de sus ciudadanos y continuar con sus operaciones. Por lo tanto, el “efecto CNN” parece ser ambiguo, como facilitador estratégico y como un potencial riesgo operativo (Belknap, 2001).

Aunque debiera existir, un interés común en los medios y los gobiernos de proveer al público información precisa sobre las operaciones relacionadas con la seguridad, hay, en realidad, un conflicto de

intereses entre los líderes de las fuerzas de seguridad responsables de las operaciones (en las que, por cierto, sus elementos luchan y mueren) y los medios de comunicación, que buscan proveer la nota de forma rápida y atractiva (Belknap, 2001). En este sentido, aunque busquen tener la información correcta, en realidad están en el negocio de reportar lo que despierte interés y vendan.

Por este motivo, la información puede ser diseminada de manera que comprometa intereses de seguridad (nacional o internacional) y se intensifica cuando los medios de comunicación sólo prestan atención en vender o ganar la exclusiva y pierden de vista o carecen de la experiencia para prever las consecuencias de sus acciones (Owen, 2003)

En cualquier situación de conflicto, las fuerzas de seguridad quieren mantener el mayor control posible sobre todo lo que atañe a sus operaciones. Mientras tanto, los reporteros quieren acceso total a todos los aspectos de la operación. A los líderes de aquéllas les preocupan que haya fugas de información que comprometan el éxito de la operación o investigación y los resultados a largo plazo; mientras que evitar el resguardo de acciones de gobierno es el objetivo de cualquier reportero, quien, quizá, puede no medir las consecuencias de revelar cierta información (Belknap, 2001) presentarla fuera de contexto y reducirla a sound bites de unos cuantos segundos.

El poder de las imágenes en medios electrónicos o impresos, y los reportajes que las acompañan, tienen un impacto inigualable en el público. La situación que hoy vive México en materia de seguridad pública, por ejemplo, requiere que los funcionarios responsables de ella respeten la ley; sin embargo, uno de los principales papeles de los medios es cuestionar la autoridad, poner en tela de juicio las acciones del gobierno. Si las historias en televisión son contrastantes con la información oficial, se genera un serio problema de credibilidad en detrimento de las autoridades y, por consiguiente, una reticencia social a la participación y a la denuncia de actividades ilícitas.

El surgimiento de medios de comunicación que reportan los acontecimientos en vivo y en tiempo real

ha presionado la toma de decisiones estratégicas y ha generado un “contagio”, por la necesidad de ser los primeros en informar, situación que además normalmente afecta la precisión en la información. Por ello, los “líderes de opinión” deben evitar el apresurarse a dar información para proporcionarla correctamente. De esta forma, los funcionarios públicos responsables de la comunicación deben entender estas tensiones y encontrar la manera de utilizar a los medios para que se conviertan en un multiplicador de fuerzas.

## 2. La no regulación de contenidos mediáticos, los incentivos de los medios para revelar información y la seguridad

La práctica actual es que los medios se auto-supervisen y autocensuren. Las regulaciones en el funcionamiento de los medios existen, pero, en las sociedades de tipo democrático, la libertad de expresión y el derecho a la información son bases para la operación de los medios de comunicación en cuanto a los contenidos informativos.

En general, alrededor del mundo, y cada vez más en México, los medios de comunicación adoptan una función de auditor del gobierno. El gobierno busca, entonces, mantener en secreto mucha información, particularmente aquella relacionada con las tareas de seguridad, y frenar cualquier tipo de filtración; al mismo tiempo, los medios buscan a toda costa publicar información. Aunque el gobierno explique y apele al daño en tareas de seguridad que causa la publicación de cierto tipo de información, sigue estando en el proceso auto-regulatorio de los medios la decisión de publicar algo o no.

Indudablemente, este dilema es común a las sociedades democráticas; cierto nivel de secrecía es esencial para la seguridad e incluso la protección de la democracia; un exceso de ella, mina la rendición de cuentas e incluso la seguridad misma (Thompson, 1999). De tal manera, en una sociedad democrática las decisiones de divulgación deben tomar en

cuenta la importancia del derecho público a conocer cierta información, como el riesgo de exponer y socavar políticas como las de seguridad. Es decir, en una sociedad democrática, esta responsabilidad recae tanto en el gobierno como en los mismos medios de comunicación. Ciertamente, alcanzar este equilibrio es complejo, y los intereses no simétricos de ambas partes lo dificultan. Sin embargo, en este proceso, normalmente quienes tienen menos que perder son los comunicadores: una decisión errónea del gobierno siempre es criticada, mientras que una acción errónea de un medio de comunicación tiende a pasar desapercibida, incluso por el sistema legal.<sup>6</sup>

Sin embargo, si la prensa no tiene el criterio o las herramientas reflexivas necesarias para discernir si la información en sus manos puede convertirse en un riesgo o posible daño estratégico, es necesario construir algún mecanismo de regulación, que no de censura, sobre la posesión y revelación de documentos o datos que pongan en riesgo la seguridad de la nación, y más aún, si el gobierno los clasificó como reservados.

En Estados Unidos, considerado como uno de los países con mayor libertad de prensa, existen regulaciones a este respecto desde 1917.<sup>7</sup> Aunque éstas fueron creadas para evitar el espionaje, con el paso del tiempo se han modificado en razón de aquellas historias periodísticas que han revelado demasiada información sensible para el gobierno. En 1950, por ejemplo, se hizo una adición para prohibir la publicación de información clasificada sobre actividades de inteligencia de las comunicaciones, por un reportaje del Chicago Tribune de 1942, en plena Segunda Guerra Mundial, que sugería que las Fuerzas armadas de Estados Unidos habían descifrado los códigos japoneses (Schoenfeld, 2006). Luego, en 1982 se aprobó la Ley de Identidades de Inteligencia (B & K, 1985), por un reportaje donde se reveló el nombre de un agente de la CIA, que después fue ubicado y asesinado.

6. Y esta aseveración no es meramente especulativa. Sin pretender hacer un recuento de ocasiones en las que la publicación de cierta información ha tenido impacto negativo en las tareas de seguridad alrededor del mundo, basta leer los reportes del Congreso de Estados Unidos sobre la guerra contra el terrorismo: en uno de ellos se determinó que la publicación en medios de comunicación de información clasificada debilita y dificulta las capacidades para perseguir al enemigo, aumentando costos por millones de dólares (The Commission on the Intelligence Capabilities of the US Regarding Weapons of Mass Destruction, 2005).
7. Ley de espionaje de 1917. Gobierno de Estados Unidos.

Aun así, el gobierno de Estados Unidos aplica la ley a funcionarios públicos que filtran información a los medios de comunicación, e incluso se utiliza en los procesos legales en contra de las compañías de cabildeo que utilizan la publicación de información clasificada para promover sus intereses; pero no se aplica sistemáticamente ni a los periodistas ni a los ejecutivos de los medios de comunicación, lo que lleva a algunos a interpretar esta situación como consentimiento tácito del gobierno para la publicación.

No obstante, vale la pena considerar que, desde el punto de vista de la autoridad, durante la persecución del delito en un proceso penal se corre el riesgo de revelar aún más información sensible o clasificada de la que originalmente se hizo pública. Con ello, se aumenta el riesgo general a la seguridad, y se alimenta de información al 'enemigo'.

Es difícil también saber qué tanto daño ha hecho la publicación de información sensible a la seguridad de un país. Por un lado, es un concepto que presenta dificultades para su medición; y, por otra parte, depende de que los gobiernos evalúen y hagan público el daño resultante de la publicación de la información. Y cuando esas evaluaciones se hacen, ya sea por sí mismas o como parte de otras investigaciones, normalmente son clasificadas. De tal manera, además de la ausencia de regulación, de la falta de aplicación de ésta y de evaluaciones objetivas sobre el daño causado por la publicación de información gubernamental que ponga en riesgo la seguridad de una nación, este contexto hace que se perpetúe la habilidad de los medios de comunicación para resguardarse en el estándar de la auto-supervisión y autocensura. Y más aún, ocurre en casos como el México, donde la regulación sobre los contenidos mediáticos es escasa, en general, e inexistente en cuanto a la posesión y revelación de información reservada por parte de un medio de comunicación.

Sin embargo, sí existen ejemplos claros que nos permiten hacer una evaluación del daño que provoca la difusión de información gubernamental y casos que nos permiten conocer la evaluación, aunque no cuantificable, del daño que el gobierno considera se originó de la revelación de información sensible.

Empecemos con el primer ejemplo, el del "Proyecto Jennifer". Hace varias décadas, la Agencia Central de Inteligencia (CIA) de Estados Unidos invirtió en la construcción de una nave submarina de salvamento para grandes profundidades. En 1974 se utilizó esa nave para rescatar los restos de un submarino soviético que se había hundido cerca de la costa hawaiana en 1968. Se creía que el submarino soviético contenía misiles con ojiva de hidrógeno, así como información criptográfica y libros de códigos. La operación para rescatar los restos de este submarino era conocida como "Proyecto Jennifer".

Estados Unidos pudo recuperar varios torpedos nucleares, pero no los misiles ni los libros de códigos. Entonces varios reporteros recibieron información sobre "Proyecto Jennifer" por medio de filtraciones. El entonces director de la CIA, William Colby, contactó a los medios de comunicación que tenían la información y les aconsejó no hacerla pública por lo menos antes de que se terminara la operación; de lo contrario, se afectarían de forma importante la seguridad nacional. A pesar de la advertencia específica, el periódico Los Ángeles Times publicó toda la información que tenía sobre el tema. Como resultado, submarinos soviéticos empezaron a patrullar la zona del hundimiento de inmediato, abandonándose la operación por parte de la CIA (B & K, 1985), para evitar una confrontación directa con la flota soviética. Esta acción resultó en una pérdida estratégica y sustancial en plena Guerra Fría.

En el mismo contexto, puede ubicarse el informe que hizo el Congreso de los Estados Unidos sobre los ataques terroristas de 11 de septiembre de 2001. Una comisión bipartidista realizó una exhaustiva investigación y sus resultados se dieron a conocer el "Reporte de la Comisión del 9/11". En este documento se muestra que información de prensa previa a los ataques resultaron en que Al Qaeda dejara de comunicarse por ciertos canales que la Agencia de Seguridad Nacional (NSA) de Estados Unidos podía interceptar (National Commission on Terrorist Attacks Upon the United States, 2004). En este sentido, la CIA, en repetidas ocasiones, ha declarado que grupos terroristas monitorean los medios estadounidenses y cambian tácticas y prácticas en función de las filtraciones que se publican en la prensa escrita o electrónica (CIA, s.f.).

Si bien en el caso de México no se ha hecho o no está disponible para el público un estudio que permita conocer los efectos específicos que ocasiona la filtración de información sobre el combate a la delincuencia organizada. Sin embargo, ante la espectacularidad de las acciones de diferentes grupos de la delincuencia organizada, resulta evidente que toman en cuenta la efectiva cobertura mediática a su favor para difundir sus mensajes, intenciones y capacidades.

Por otra parte, es importante recordar que los incentivos a publicar información por un periodista o medio de comunicación responden a factores diferentes a la protección de la seguridad. Esto no significa que la decisión de publicación se hace buscando dañar la seguridad, sino que esos otros incentivos son los que dominan el proceso de decisión, que sumados a la falta de conocimiento sobre algunos temas, llevan a la posibilidad de dañar la seguridad con la publicidad del hecho. Por ejemplo, un periodista o un medio se benefician cuando dan una exclusiva o presentan la información primero que otros, y ese beneficio es independiente de la posible afectación a la seguridad.

Los medios de comunicación son negocios; su principal preocupación es la generación de ganancias, los premios periodísticos y los anunciantes en los medios de comunicación se ganan por lo atractivo y espectacular que resulta la información que sí publican y cómo esta atrae al auditorio, dejando de lado el posible proceso a través del que se pueda decidir por la no publicación ante los posibles daños que su publicidad traería para la seguridad.

Otro incentivo deriva de la disponibilidad de la información. Si otro reportero o medio gana la exclusiva o la primicia, el proceso de difusión de la noticia se basa, de nuevo, en un beneficio personal o corporativo. Esto significa que la competencia es la base de la toma de decisión, con lo que se elimina, posiblemente del todo, la consideración de si publicar esa información resulta en beneficio público o si puede impactar negativamente en la seguridad<sup>8</sup>.

8. Sin duda existen muchos otros incentivos ajenos a la seguridad y al mismo derecho a la información que guían la decisión de publicar determinada información. Aquí sólo se mencionan los más básicos y obvios; sin embargo, también se necesita estudiar el proceso de decisión de publicar información sensible, tanto como parte del proceso de comunicación, como para aproximar formas de regular los contenidos informativos de los medios de comunicación.

Si bien es cierto que una prensa libre es necesaria para informar al público, también lo es que los reporteros y medios sean menos responsables (en el sentido en el que tienen menos mecanismos de rendición de cuentas), que el gobierno al que pretenden verificar. Tomando en cuenta la misma libertad democrática en la que basan su derecho a conocer e informar, y que sus incentivos para publicar cierta información responden a intereses diferentes al bienestar de la seguridad, entonces ¿quién regula a los autoproclamados reguladores? Este tema no es menor, razón por la cual es importante reflexionarlo, y más en un momento en el que proteger la seguridad tiene tanta importancia para el país, así como por la energía que ocupa a los medios de comunicación esta materia. Más aún, resulta indispensable reflexionar sobre acciones concretas que deben guiar, estándares de auto-supervisión o autocensura y el proceso de decisión para decir la publicación de un tema, por muy espectacular y noticioso que pueda llegar a ser, incluso.

### 3. La batalla informativa

Existe una relación compleja y cambiante entre la información y la seguridad. Con los avances tecnológicos, el mundo se ha convertido en un mar de información que fluye en todos los sentidos; es un espacio de batalla donde la tecnología se usa para enviar y recibir contenidos que permiten moldear percepciones, cambiar opiniones y controlar comportamientos. Hoy por hoy, la presencia mediática se traduce en poder; sin embargo, aquellos actores con un mejor control o estrategia sobre el flujo de información son los que pueden moldear y definir, de mucha mejor manera, imágenes informativas (Owen, 2003)

Así, por ejemplo, se ha mencionado que no es casualidad que el tiempo transcurrido entre los dos avionazos en las torres gemelas en septiembre de 2001 haya sido lo suficientemente amplio para permitir la llegada de reporteros y cámaras que pudieran cubrir el evento.

Las operaciones de información tienen un papel cada vez más importante en los asuntos de seguridad en el mundo; y existen señales claras de que

los conflictos ya no se dirimirán exclusivamente con tanques, bombas y balas. El botín de este espacio de batalla son los cerebros, las mentes y corazones, las opiniones y decisiones; y la información, tal y cómo es presentada en los medios de comunicación, es la principal arma (Dallaire, 2007)

Adicionalmente, este tipo de batallas se benefician de los “valores” que los medios de comunicación consideran como los más preciados, como la transparencia, la veracidad y la inmediatez con las que se reportan los eventos (aunque se llegue a violar uno de los principios del periodismo: corroborar la información). Por lo tanto, en la actualidad, cualquier batalla o combate exitoso debe incluir una operación de información, y los líderes, presentes y futuros, deben considerarla una prioridad para la seguridad.

Por ejemplo, las organizaciones criminales dedicadas al narcotráfico en México buscan descontrolar al gobierno y manipular a la opinión pública a través de las llamadas “narcomantas”, ejecuciones y declaraciones de presuntos líderes del narcotráfico, para generar dudas sobre el tratamiento de la información, así como alterar la percepción de (in) seguridad de la ciudadanía, mediante la utilización de espectaculares ejecuciones, así como el asesinato de miembros de las fuerzas de seguridad del Estado, las cuales se publicitan a través de medios de comunicación, provocando entre los ciudadanos la percepción de que la violencia es ubicua y constante.

En este sentido, permitir que un conocido delincuente y miembro importante del cártel de La Familia Michoacana, Servando Gómez Martínez “La Tuta”, pueda expresar en un programa en vivo su descontento con las acciones de gobierno y presentarse como un hombre “decente y de valores sólidos”, refleja que ese tipo de organizaciones criminales están conscientes de que los medios de comunicación son presa fácil para transmitir sus mensajes a la sociedad, con miras a desacreditar al gobierno y granjearse apoyo popular.<sup>9</sup>

Desde la otra perspectiva, algunas estrategias gubernamentales de comunicación, además de parecer poco efectivas al no generar la percepción de que se está avanzando positivamente en el combate a la delincuencia, generan contenidos cuyo resultado parece contravenir los objetivos del propio Estado. Por ejemplo, presentan a delincuentes detenidos ante medios de circulación masiva, a quienes les facilitan extractos de entrevistas realizadas a aquéllos e imágenes de los operativos de sus capturas, traslados o presentaciones, para ser retransmitidas infinidad de veces, permitiendo al público observar a los delincuentes en una situación vulnerable (esposados, derrotados), generando espacios de empatía con el delincuente, y no con el Estado y las fuerzas de seguridad<sup>10</sup>.

El mejor ejemplo de esto, son las presentaciones de Edgar Valdéz Villarreal “La Barbie” y José Jorge Baldera Garza “el JJ”. Tras la detención del primero, las autoridades, siguiendo la costumbre, lo presentaron a los medios de comunicación en una conferencia de prensa. Adicionalmente, entregaron a los mismos medios de comunicación extractos de la entrevista que le realizaron funcionarios públicos tras su detención, que se transmitió en diversos noticieros repitiéndose ad infinitum.

Así, tanto en la conferencia de prensa como en el extracto de entrevista, se puede apreciar a Valdéz Villarreal como un tipo carismático, de apariencia física agradable y vestido casualmente con una camiseta de moda y prestigio. Meses después, fue detenido José Jorge Balderas Garza, “el JJ”, que además de ser operador de Valdéz, había ganado notoriedad en México por ser señalado como la persona que le había disparado en la cabeza a un famoso jugador de fútbol. Al ser detenido y presentado ante los medios de comunicación, las mismas autoridades explotaron esa notoriedad, cediendo al morbo mediático por el hecho ocurrido con el futbolista y no por sus actividades ligadas al narcotráfico. Incluso, se permitió que los titulares de los principales noticieros televisivos del país lo entrevistaran.

9. Como el ex Secretario de la Defensa de Estados Unidos, Donald Rumsfeld, declaró sobre la forma en que grupos terroristas manipulan a los medios de comunicación para influenciar al público estadounidense (Bums, 2006)

10. Basta ver las presentaciones de varios líderes del narcotráfico, o incluso la del supuesto secuestrador de un avión que volaba de Cancún a México (que terminó siendo una falsa amenaza); o incluso las fotografías del operativo de captura en el que murió Arturo Beltrán Leyva, que escandalizaron a la sociedad por el ‘maltrato’ a su cadáver.



De nuevo, en la entrevista se observa a Balderas como un tipo seguro, articulado. Al igual que Valdéz Villarreal, estaba bien vestido, también con una camiseta casual y de una marca reconocida, elementos que un periodista señala durante una de las entrevistas.

Aunque no existen estudios formales respecto a la percepción ciudadana de estos dos delincuentes tras haber sido presentados ante los medios de comunicación, existen indicadores que pueden señalar que lejos de causar horror en la sociedad, se logró, incluso, una percepción positiva. Ambos individuos vestían al momento de su captura camisetas tipo “polo” de la colección Big Pony de Ralph Lauren. Después de la captura de “La Barbie” y “el JJ”, las ventas de esa línea de camiseta incrementaron notablemente. Adicionalmente, su demanda se reflejó en el aumento de la disponibilidad de versiones apócrifas, que se encuentran, aún a la fecha, en mercados y tianguis de todo el país. Esto significa que no sólo la gente no repudió su imagen, sino que muchos buscaron imitarla<sup>11</sup>.

En un contexto muy diferente, también está el caso del recurso de comunicación utilizado para difundir las acciones en materia de combate al secuestro por una institución del Gobierno Federal, conocido ya popularmente como “montaje”. Con miras a publicitar resultados institucionales, se recreó para las cámaras de televisión, al parecer sin que las televisoras tuviesen conocimiento de estar presenciando una recreación, el momento de la incursión de elementos federales a un inmueble, así como la detención de presuntos secuestradores y liberación de víctimas de secuestro. Esta producción y la consecuente difusión en medios de comunicación de dicho “montaje” se han convertido en la base legal de la defensa de Florence Cassez, ciudadana francesa y sentenciada por secuestro, punto de desacuerdo diplomático entre dos naciones y el motivo de suspicacias en torno al sistema de procuración y administración de justicia en México.

Al final, es difícil decidir si la estrategia mediática de las autoridades le produce resultados favora-

bles, o si fue contraria a sus intenciones y terminó por ser una campaña de relaciones públicas a favor de los delincuentes o, en su defecto, en contra de la misma autoridad.

Así, en afán de transmitir la acción, las autoridades han generado la misma apología del delito, que según la legislación vigente en México, los medios de comunicación no pueden hacer. Los medios de comunicación, por su parte, en el afán de informar sin pasar por una reflexión profunda sobre las consecuencias de lo que transmiten, han caído en el mal uso que de ellos hacen algunas estrategias de comunicación gubernamental.

De tal suerte, las acciones de comunicación de las autoridades deben de estar más enfocadas a la consecución de un objetivo estratégico y no a la mera publicación y repetición de acciones operativas; pues con acciones como la relatada parecen facilitar la información, potenciando el suave poder mediático a favor de los delincuentes, y no a la inversa.

## 4. Las Operaciones de Información (OI)

En la actualidad, la información, al ser tan transferible como elemento de poder, es la más utilizable en términos políticos<sup>12</sup>. El poder es la habilidad de influenciar a otros para obtener algo y existen tres principales formas de ejercer el poder: para utilizar o amenazar con el uso de la fuerza, a fin de inducir el cumplimiento con recompensas, o utilizando su “poder suave” (atrayendo seguidores y cooptándolos) (Nye, 2012).

Ese poder suave está basado en cultura, ideales, políticas y principios. La información, en especial sus contenidos mediáticos, es una de las formas más efectivas de dicho poder. El mejor ejemplo es cómo los jóvenes de países del bloque comunista, incluso antes de la caída del Muro de Berlín, ya eran adeptos a la forma de vida del capitalismo y lo acogieron sin dudar como resultado de años de escuchar Radio Free Europe (Nye, 2012).

11. También es cierto que no todas las personas que utilizan ese tipo de camisetas lo hacen por imitar a estos delincuentes, en particular porque la marca es, de hecho, una que muestra status. Sin embargo, el incremento en ventas tras estos sucesos vinculan, inevitablemente, su popularidad con la imagen de los delincuentes.

12. Poder definido como la habilidad de A de hacer que B haga algo que B no haría.

La información y los avances tecnológicos han cambiado radicalmente la estructura política, militar y económica de todo el mundo. En este mundo, donde los principales enemigos ya no son los Estados, la información es la principal herramienta para ganar las batallas de cualquier índole. Sin embargo, también significa que grupos, organizaciones, gobiernos e incluso individuos pueden influenciar cualquier sistema utilizando información, potenciado por la tecnología y los medios de comunicación. Las OI son un facilitador y multiplicador de fuerza. Son una herramienta que incrementa la capacidad de moldear un ambiente de operación. En este sentido, en un mundo “rápido”, la información, y por lo tanto las operaciones de información, se han vuelto vitales para la seguridad. Aquella fuerza que sepa aprovechar mejor este principio, obtenerla para su beneficio y negársela al enemigo (USAF, 2003) tiene una ventaja sobrada. En esencia, y tomando prestada la premisa constructivista sobre la realidad sistémica, la información es lo que una entidad hace de ella<sup>13</sup>.

La opinión pública tiende, cada vez en mayor medida, a rechazar el costo económico y la violencia generada por los conflictos. A fin de perpetuar su poder que, al fluir, moldea percepciones y apoyos públicos, la información genera un círculo. De tal forma, la información permite enfrentamientos sin violencia y sin muertos, y que favorece el uso continuo de la información como base de operación.

En este sentido, la forma en que se presenta la información puede cambiar el curso de eventos que suceden a miles de kilómetros de distancia y que parecieran no afectar a quien los ve o lee. Los medios, de esta manera, se han convertido en un arma muy poderosa: ataques cibernéticos, el *spamming* y el manejo distorsionado de diferentes temas en los medios masivos de comunicación, son típicos en las operaciones de información. Así, sucedió en Somalia: el objetivo de una operación de información es la toma de decisiones del adversario, por lo que el esfuerzo se concentra en coaccionar a esa persona o entidad para que haga o deje de hacer algo particular.

13. Haciendo una analogía del título del ensayo sobre el constructivismo en las relaciones internacionales de Alexander Wendt, "Anarchy Is What states Make of It".

## 5. Cambiando destinos: los medios de comunicación en la seguridad

Hasta ahora, se ha explicado el impacto de los medios de comunicación en las políticas de seguridad y se ha planteado cómo estos mismos medios pueden ser usados como parte de una operación de información.

Durante años, los medios no han sido vistos como actores relevantes en los conflictos, porque normalmente no son una causa directa o próxima del conflicto. Los medios de comunicación llegan no sólo a los hogares, sino a las mentes, moldeando sus pensamientos y, a veces, comportamientos (Temin & Frohardt, 2003).

Esto nos lleva, inevitablemente, a reflexionar sobre el papel que los medios deciden desempeñar ante el conflicto y las operaciones de información. Dicho de otra manera, ¿acaso son los medios de comunicación utilizados en operaciones de información sin que ellos estén conscientes de ellos? ¿O acaso están conscientes pero deciden ser utilizados por todas las partes involucradas de forma indiscriminada? ¿En qué momento los medios dejan de reportar información para volverse accesorios de la violencia y de actividades criminales?

Los medios de comunicación son un canal muy poderoso de promoción de la violencia y el descontento, tal como se vio en Ruanda y los Balcanes, por citar dos de los ejemplos más conocidos. Pero nunca ha quedado claro si fueron actores activos o pasivos en estos problemas.

En Ruanda, estaciones de radio privadas instigaron miedo en la población Hutu, y sobre un posible ataque inminente de las fuerzas Tutsi (Thompson, 1999), avivando el fuego del odio racial que derivó en la muerte de más de medio millón de personas en 1994 (Dallaire, 2003)

Y en otro caso, en Serbia, durante el proceso de disolución de Yugoslavia, marcada por conflictos étnicos, un canal de televisión del Estado intentó

impulsar la percepción de que se aproximaba una limpieza étnica contra los serbios, como la ocurrida en la Segunda Guerra Mundial (Bozic-Roberson, 2004). Incluso, retomando el ejemplo de Somalia, las imágenes del soldado siendo arrastrado cruelmente provocaron un cambio de política que no se sabe si los ejecutivos de las televisoras o los fotógrafos tenían planeado provocar.

Para utilizar un ejemplo más cercano, la constante difusión de los mensajes y acciones violentas de las organizaciones criminales en México, han provocado una percepción de conflicto y violencia generalizada que beneficia directamente a la imagen y la estrategia de los criminales, en deterioro de las políticas y acciones del Estado. En ese sentido, sería interesante saber qué proporción de la “no denuncia”, que alcanza el 90%, se debe a la imagen negativa del gobierno, que los medios de comunicación han fomentado en materia de seguridad<sup>14</sup>.

Si los medios de comunicación, en pos de su beneficio financiero, no alcanzan a medir las consecuencias de publicar cierta información o no saben que lo hacen tal como alguien planeó o previó que lo hicieran, como parte de una operación de información, entonces sólo se les puede acusar de ignorantes.

Pero la publicación de datos, a sabiendas de que lo reportado puede tener consecuencias negativas o incluso reconociendo que son utilizados en una operación de información y se dejan manipular, el hecho en sí mismo se convierte entonces en un problema de ética.

No obstante, existen indicios que apuntan a que los medios de comunicación en México podrían haber caído en la primera categoría. A principios de 2011 firmaron el Acuerdo para la Cobertura Mediática de la Violencia, en el que uno de los principales criterios adoptado por los firmantes es no convertirse en voceros involuntarios de la delincuencia organizada. La inclusión de este criterio en el acuerdo parece ser una aceptación tácita de su participación

en agravar el problema de percepción de inseguridad. Si bien este acuerdo no resuelve en automático el dilema entre publicar historias que vendan y, al mismo tiempo, proteger aspectos de la seguridad que enfrentan los medios de comunicación en su labor informativa, constituye, aunque tardío, un primer. No obstante, falta que aquéllos que lo suscriben, realmente lo tomen como referente en su proceso de decisión editorial. Por el momento es muy pronto para evaluar el apego a este Acuerdo<sup>15</sup>.

Por otra parte, vale subrayar que el Acuerdo tiene un alcance limitado y de mera acción coyuntural. El nombre mismo del acuerdo, así como su contenido, muestran que se refiere sólo al uso de la violencia derivada de las acciones de la delincuencia organizada; en ningún momento se refiere al tratamiento que se da a la información de seguridad de cualquier otra instancia. Esto significa que los criterios del Acuerdo tendrán vida de forma paralela a este periodo de la vida nacional sin mayor alcance a largo plazo, y será así porque la redacción misma del antecedente, los objetivos y los criterios en su contenido, no permiten la conformación de un marco más amplio en cuanto a la decisión de publicar información en materia de seguridad.

Además, es inevitable observar que este Acuerdo se dio “tarde”. La llamada de Servando Gómez Martínez “La Tuta”, presunto líder de La Familia Michoacana, a un noticiero en vivo para dar su versión sobre la lucha del gobierno contra el narcotráfico (Quadratín, 2009), asignándole los calificativos de “indecente” (por las detenciones de familiares de miembros del cártel) y “fabricada” (acusando a las autoridades de sólo detener ‘inocentes’), así como plantear un posible pacto con el Gobierno Federal, es un claro ejemplo de una operación de información conducida desde un grupo criminal. La delincuencia aprovechó la entera disposición de un medio de comunicación por tener y transmitir la información antes que cualquier otro: una aceptación tácita del noticiero, dado que no hubo cuestionamientos públicos a la decisión de permitir que la llamada se hiciera al aire y en vivo.

14. Sin duda, el fenómeno de la ‘no denuncia’ requiere más estudio que su simple estimación, e incluso saber cuáles son sus causas directas como, en efecto, podría ser ineficiencia gubernamental, y sus causas indirectas, como el bombardeo mediático de supuesta ineficiencia gubernamental.

15. Con suerte, los medios de comunicación no ignorarán la firma de este Acuerdo, que ellos mismos redactaron y promovieron, como sucedió con el Acuerdo Nacional por la Seguridad, la Justicia y la Legalidad, mismo que suscribieron y a cuyo monitoreo de cumplimiento por parte de la autoridad dedicaron bastantes esfuerzos en 2008 y 2009, pero que no significó un cambio en la actuación propia.

Conscientes o no, se le dio voz a un delincuente para poner en duda la información oficial y el trabajo de las autoridades. Permitieron “promover” su trabajo como aceptable, al tiempo que se retaba la política del gobierno de no dialogar con criminales.

Valga otro ejemplo. En la entrevista de José Jorge Balderas Garza “el JJ”, permitida por el gobierno, incluso antes de entregarlo a las instancias de procuración de justicia, se le presentó más como un personaje de farándula, que como un delincuente. De este acto, se derivó una especie de glamourización del delincuente por la propia autoridad en contra de la sociedad que se vio agraviada por sus actos.<sup>16</sup>

Tomando en cuenta que los medios de comunicación “deciden” qué es noticia y qué no; y que se benefician de un conflicto prologando, por ser una fuente incesante de notas, en un país donde sus contenidos han contribuido a elevar la percepción de inseguridad generalizada, los medios de comunicación han alimentado el problema, minando el trabajo del propio Estado. Son pocos medios, aunque de manera tardía, que han empezado a corregir esta conducta. No obstante, como se ha buscado mostrar en las páginas previas, tanto las autoridades como los medios de comunicación necesitan revisar sus procedimientos de manejo y revelación de información sobre las actividades y funciones de seguridad.

No se trata de censurar a los medios, ni de negar el derecho del público a estar informado. Regular los contenidos mediáticos o su manejo podría aminorar las percepciones de inseguridad, al tiempo que se garantiza el pleno ejercicio de la libertad de expresión, pero con respeto a los derechos de todos los involucrados en el proceso informativo.

Tampoco se trata de que el gobierno no provea información, pues ésta acción es práctica fundamental para la gobernabilidad democrática. Se trata, desde la perspectiva gubernamental, de proveer a la sociedad datos en apego a las leyes de acceso a

la información vigentes y de implantar una verdadera estrategia de comunicación que sea más que una simple crónica de acciones relevantes, que se constituya en un multiplicador de la fuerza operativa y que provea contexto y forme opinión pública a partir de hechos objetivos.

Desde la perspectiva de los medios de comunicación se trata de llegar a un consenso sobre no interferir con o actuar en detrimento de las políticas de Estado, o por lo menos de no cruzar la línea en la que el derecho a estar informados (y los intereses económicos de una corporación) lleguen a entorpecer la necesidad básica de seguridad, de los ciudadanos y del Estado, así como de contribuir a la reflexión sobre las estrategias de seguridad con análisis puntuales.

Los medios no deben renunciar a ser portavoces de la multiplicidad de opiniones que hay sobre el proceder del gobierno, ni tampoco a su orientación en el espectro político. Pero sí deben hacerlo, quizá, a evitar la desinformación a partir de datos parciales, de historias contadas por una sola parte, y a la crítica sin aportación de propuestas. Sólo así se podrá transitar hacia una verdadera participación democrática en los medios de comunicación.

## Referencias

- Akin, J. (2005). *Mass Media*. Recuperado de: <http://goo.gl/xYxNbt>
- B. E., & K. E. (1985). Plugging the Leak: The Case for a Legislative Resolution of the Conflict Between the Demand of Secrecy and the Need for an Open Government. *Virginia Law Review*, 71 (5). Recuperado de: <http://goo.gl/u7hlts>
- Belknap, M. (2001). *The CNN Effect: Strategic Enabler or Operation Risk* (Unpublished graduate essay). Pennsylvania: U.S Army War College.
- Bozic-Roberson, A. (2004). Words before the war: Milosevic's use of mass media band rhetoric to provoke ethnopolitical conflict in former Yugoslavia. *East European Quarterly*, 38 (4), p 395. Recuperado de: <http://goo.gl/oDyURE>

16. Y podría argumentarse resultados similares de la entrevista publicada por *Proceso* que Julio Scherer le hizo a Ismael “El Mayo” Zambada, uno de los narcotraficantes más buscados por las autoridades.

- Bramford, J. (producer), & Stone, R (Director). (2005). *The Man Who Sold the War* [Motion Picture], United States: Rolling Stone.
- Burns, R. (2006, August 29). Opinion: Rumsfeld: Terrorists Manipulating Media. *Washington Post* . Recuperado de: <http://goo.gl/EzFXvI>
- CIA. (s.f.). Memorandum de la Agencia Central de Investigación. Washington D.C.: Autor.
- Cyberspace & Information Operations Study Center. (2010). What are Information Operations?: Executive Summary, Air Force 2025 report. In Department of the Air Force of the United States of America, (Ed). *Information Operations* (pp. i-JP13), Report 1 (13). USAF. Recuperado de: <http://goo.gl/1JWXeF>
- Dallaire, R. (2007). The Media Dichotomy. En Thompson, A. *The Media and the Rwanda Genocide*. pp.12-19. London: Pluto Press.
- Dallaire, R., & Beardsley, B. (2003). *Shake hands with the devil: the failure of humanity in Rwanda*. Toronto: Random House Canada.
- Gilboa, E. (2005). The CNN Effect: The Search of a Communication Theory of International Relations. *Political Communication*, 22, 27-44. Londres: Routledge Taylor Francis Group.
- National Commission on Terrorist Attacks Upon the United States. (2004). The Commission Report 9/11. Autor. Recuperado de: <http://goo.gl/nFXSc1>
- Nye, J. (2012). Responding : forum in the National Interest. *Boston Review BR Ideas Matter*. Recuperado de: <http://goo.gl/hRWYw1>
- Owen, D. (2003). Transnational Mass Media Organizations and Security. En Brown, M. (2002). *Grave New World* . Washington, DC: Georgetown University Press.
- Pavlik, J. V., & Frederick, W. (1994). *People's Right to Know: Media, Democracy and the Information Highway*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Quadratín. (2009, Jul 15). Opinión: Llama la Tuta a Calderón a pactar y a dialogar. *Milenio*. Recuperado de: <http://goo.gl/VUtz9u>
- Safire, W. (2005, Jun 17). Opinion: The Depressed Press. *New York Times* . Recuperado de: <http://goo.gl/fGVfUv>
- Schoenfeld, G. (2006, Mar). Opinion: Violated the Espionage Act? *The New York Times*. Recuperado de: <http://goo.gl/NqnAzR>
- Stewart, R.W. (2002). *The United States Army in Somalia 1992-1994*. Washington: U.S Army Center of Military History.
- Temin, J., & Frohardt, M. (2003). Use and Abuse of Media in Vulnerable Societies. *United States Institute of Peace*, Report 110. Recuperado de: <http://goo.gl/pSEkQa>
- Terry, D. (1993, Oct 6). The Somalia Mission: a Search for Words to Mourn Troops Who Died in Somalia. *New York Times* . Recuperado de: <http://goo.gl/mqJ6Rp>
- The Commission on the Intelligence Capabilities of the US Regarding Weapons of Mass Destruction. (2005). *The Commission on the Intelligence Capabilities of the US Regarding Weapons of Mass Destruction: Report to the President of the United States*. Autor, Report 20503. Recuperado de: <http://goo.gl/JxqJRR>
- Thompson, D. (1999). *Democratic Secrecy*. Political Science Quarterly, 144 (2). Recuperado de: <http://goo.gl/JffDxg>
- Tornau, U. (2006). *CNN Effect: Power or Means? A Study of Media Influence on Foreign Policy Decision-Making* (Master Thesis). Recuperado de: <http://goo.gl/3n3Azp>