

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA OPINIÓN PÚBLICA EN VENEZUELA: SU RELACIÓN CON EL TEMA DE LA TECNOLOGÍA MILITAR*

Mauricio Ramos**

Resumen

Más allá de asuntos como la "libertad de expresión", el "derecho a réplica" o la "información veraz", presentes en los acontecimientos actuales relacionados con la opinión pública venezolana, los medios de comunicación de masas vienen afectando con mayor énfasis desde la pasada década, el proceso de toma de decisiones en lo que respecta al control tanto de los recursos como de los efectos perniciosos de los programas relacionados con el equipamiento de la Fuerza Armada Nacional. El objetivo de este trabajo consiste justamente en analizar la importancia que para la investigación en comunicación social tiene la relación de los medios de comunicación y la opinión pública con los procesos de adquisición de tecnología de uso militar en Venezuela. El artículo parte de los trabajos de Page (1996), los cuales estudian tanto a los medios como "actor político" como la manera cómo los medios pueden influir sobre las políticas. Estos trabajos establecen un enfoque indirecto del uso de las publicaciones y emisiones de los medios para cambiar

Recibido: 08-11-01 • Aceptado: 26-07-02

* Este trabajo es el resultado del proyecto de Investigación "Transferencia de Tecnología Militar en Venezuela" del Área de Desarrollo Científico y Tecnológico del Centro de Estudios de Desarrollo (CENDES).

** Centro de Estudios del Desarrollo CENDES. Universidad Central de Venezuela. Caracas. Venezuela. E-mail:mauramos@cantv.net

las creencias y preferencias de las masas y/o "audiencias elite" en el establecimiento de políticas que podrían presumiblemente afectar las subsecuentes decisiones que sobre tales políticas habrán de tomarse, con implicaciones importantes para la naturaleza de la deliberación democrática. Seguidamente, se plantea la necesidad de un debate público a través de los medios y en el ámbito académico, en lo concerniente a la tecnología

militar: su negociación y contratación, su adquisición, su modernización y transferencia. Finalmente se presentan algunas conclusiones y recomendaciones importantes para la investigación en comunicación social sobre el tema estudiado.

Palabras clave: *Tecnología militar, medios de comunicación, opinión pública, comunicación social.*

Communication Media and Public Opinion in Venezuela: Their Relation With the Topic of Military Technology

Abstract

Beyond the topics of "freedom of expression", "the right to reply", and "factual information", which are elements related to present day happenings and Venezuelan public opinion, mass media has been increasingly affecting the process of decision making with respect to control of natural resources and the pernicious effects of programs related to equipping the national armed forces. The objective of this paper is precisely to analyze the importance of research in social communication in relation to communication media and public opinion in relation to the purchase of military technology for use in Venezuela. This paper is based on the research done by Page (1996) in which he studied the communication media as a public actor and how they can influence policy. Page's work establishes an indi-

rect focus of the use of emissions in publications and other media in order to change the beliefs and preferences of the masses and/or of "elite audiences" in the establishment of policies that could presumably affect subsequent decisions that could be made as to these topics, and with important implications for the nature of democratic deliberation. The need for public debate is then proposed in communication media and academic environments, in reference to military technology, negotiation and contract sales, purchasing, modernization and transference. Finally certain conclusions and recommendations are presented for research in social communication on the theme studies.

Key words: *Military technology, mass media, public opinion, social communication.*

I. Introducción

Al parecer, los medios de comunicación se han convertido en los actuales momentos en el foco de atención del acontecer público nacional por el sentido de oposición que han desplegado frente a algunas políticas y actuaciones gubernamentales¹. Sin embargo, el papel fundamental de este actor para los efectos del presente ensayo, no se limita solamente a asuntos relacionados como la “libertad de expresión”, el “derecho a réplica” o “la información veraz”, las cuales de alguna manera están implícitas en el presente trabajo. Más allá de estos asuntos presentes en casi todos los acontecimientos relacionados con la opinión pública venezolana, desde la pasada década los medios de comunicación de masas (impresos y radioeléctricos) vienen afectando con mayor frecuencia que en otros períodos, el proceso de toma de decisiones en lo que respecta al control tanto de recursos como de los efectos perniciosos de programas específicos de avance tecnológico tales como los programas relacionados con el equipamiento de la Fuerza Armada Nacional.

Partiremos de los trabajos de Page (1996a, 1996b), los cuales estudian la manera como los medios pueden influir sobre las políticas. Page habla de un enfoque indirecto del uso de las publicaciones y emisiones de los medios para cambiar las creencias y preferencias de las masas y / o “audiencias elite” en el establecimiento de políticas que podrían presumiblemente afectar las subsecuentes decisiones sobre estas políticas, con implicaciones importantes para la naturaleza de la deliberación democrática.

Lo anteriormente mencionado cobra relevancia en nuestro contexto venezolano, dado que a partir de las intentonas del 4-F y 27-N de 1992, han proliferado los artículos periodísticos de los medios de comunicación sobre la problemática militar, con especial énfasis en lo relativo a las irregularidades en la negociación, contratación y adquisición de tecnología militar², en donde ha habido práctica-

1 Según Bisbal (2001:56), “hay una confrontación del Gobierno Nacional frente a los medios de comunicación social. Confrontación en la que a veces los profesionales de la comunicación han salido también afectados”. Sobre este punto, ver también Díaz Rangel (2001), Cañizalez (2001), Correa (2001).

2 Como ejemplos, tenemos los casos de la repotenciación (modernización) de los tanques AMX-30 y las fragatas misilísticas Clase Mariscal Sucre, estudiados por Ramos Álvarez (1998) y el caso MARGOLD estudiado por Kornblith (1996). También tenemos los

mente un seguimiento sobre el tema por casi todos los medios, hasta el punto que autores como Jiménez Sánchez (1996:308) atribuyen a los medios de comunicación responsabilidad en las intentonas de golpe de 1992, *“los medios colocaron a las unidades operativas militares en un estado de tensión tal que bien puede atribuírsele un papel importante para que ocurriesen las jornadas del 4-F y 27-N”*.

El objetivo de este trabajo consiste justamente en analizar la importancia que para la investigación en comunicación social tiene la relación de los medios de comunicación (impresos y radioeléctricos) y la opinión pública con los procesos de adquisición de tecnología de uso militar en Venezuela. Esto requiere inicialmente la búsqueda de un marco teórico-conceptual que sirva de contexto al análisis que se pretende realizar, y que nos lleva a formularnos inicialmente algunas preguntas relevantes.

II. Los medios de comunicación como “actor político”

Quizás una de las preguntas más frecuentes sobre el tema estudiado sea la siguiente: *¿Persiguen los medios objetivos de política?*

En relación con esta pregunta, Page (1996 b) revela que un asunto crítico tiene que ver con qué extensión, los medios utilizan sus publicaciones y emisiones de manera unificada y con propósito para perseguir objetivos de política, ya que el concepto de “actor político” aplicado a los medios, o a cualquiera, implica una acción observable que sea suficientemente unificada y atienda a un propósito para ser catalogado como un actor simple.

Para Page (1996 b), muchos de los observadores fuera del ámbito académico contestarían “seguro que sí” a la pregunta de si los medios persiguen objetivos de política; pero en el otro extremo, los académicos dejarían lugar para la duda basados en el hecho (a ser comprobado) de si los periodistas verdaderamente insisten en su independencia y normas profesionales de objetividad (teniendo que ver de alguna manera con la ética periodística); o si se dejan llevar por los dueños o gerentes de los medios, quienes deciden qué deben decir o escribir. Este trabajo

casos: aviones F-16, caso TURPIAL, caso SAMANA, caso helicópteros *Skytruck*, caso cohetes *Field-guard*, caso municiones yugoeslavas, caso fusiles automáticos, por mencionar algunos.

completo de Page (1996 b) contesta preguntas como: *¿la propia política de los medios está reflejada en las historias noticiosas además de los editoriales? ¿quiénes controlan las posiciones de políticas de los medios, cómo y a qué fin responden? ¿cómo son reclutados los periodistas y con cuáles criterios?* Ante la pregunta de si los medios responden a posiciones oficiales en ejercicio del poder (o también en contra), se parte del hecho de que los medios tienen la necesidad de acceso a fuentes legitimadas que poseen información valiosa, reflejando estas posiciones en el caso de responder a posiciones oficiales. Preguntaríamos también: *¿y en el caso de responder a posiciones en contra del gobierno?*³.

Autores como Flores Zúñiga (1998:178), centran las respuestas a las preguntas formuladas por Page, en los periodistas, apuntando que quienes comunican son los profesionales del periodismo ya que son ellos quienes viven de hecho los conceptos, los preconceptos, las ideas, los medios científicos, las relaciones afectivas o intelectuales con la política y los políticos⁴: *“esto es lo que produce una intención en el periodista, desde el deseo inconsciente de favorecer o perjudicar con la información en el caso de los profesionales honestos, hasta las estrategias preconcebidas de quienes tienen carencias éticas y que pretenden con ella producir cambios que coincidan con su visión política”*.

Quizás la mayor relevancia para nuestro estudio lo tiene el largo cuerpo de evidencias que indica que lo que aparece impreso o “en el aire”, tiene un impacto sustancial sobre cómo piensan y qué piensan los ciudadanos y sobre qué se tiene como “problemas importantes” (Iyengar and Kinder, 1987). También se tiene un impacto en la manera cómo ellos, los ciudadanos, atribuyen la responsabilidad por problemas de políticas (Iyengar, 1991), y qué preferencias políticas tienen. Además de estos posibles temas de investigación en materia comunicacional, de

3 Esta pregunta cobra verdadera importancia en los últimos días debido a la “guerra mediática” entre los medios de comunicación impresos y radioeléctricos, y representantes del gobierno (incluido el Presidente Hugo Chávez). Al respecto ver el trabajo de Bisbal (2001a). Esta “guerra mediática” se manifiesta mayormente durante los acontecimientos políticos del 11 al 14 de abril de 2002.

4 Estas aseveraciones de Flores Zúñiga cobraron vigencia recientemente en la cobertura informativa realizada por los medios internacionales durante los actos terroristas del 11 de septiembre en Washington y Nueva York (ver el trabajo de Fresán, en *Prímica*).

biera estudiarse en nuestro contexto venezolano, si lo que los medios dicen, tiene algunas veces efectos directos sobre los que elaboran las políticas, hecho estudiado por Protesse *et al.* (1991) en el contexto estadounidense⁵, o también sobre la influencia de los medios sobre la actitud ante la política: actitudes hacia los partidos, los políticos, el gobierno, los procesos electorales y aún la propia democracia⁶. En el contexto de Venezuela, podemos mencionar los trabajos de Bisbal (2001a, 2001b) y el de Madriz (2000), sobre la relación de los medios y la situación política venezolana en el periodo del Presidente Hugo Chávez, y el de Moreno (1999) sobre el impacto de los mensajes a través de la televisión del Presidente el 4 de febrero de 1992. También pueden mencionarse los trabajos de Myers y O'Connor (1998) y el de Villarroel (1997) sobre de estudio de las tendencias autoritarias o democráticas de la opinión pública frente a los hechos del 27-F, 4-F, 27-N y la destitución de Carlos Andrés Pérez como Presidente, respectivamente.

Como podemos observar, existe un auge en otros países y en Venezuela, sobre la investigación de este tema que trata la influencia de los medios sobre la opinión pública. En su mayoría, estos estudios sobre los medios y sus efectos, utilizan entre otras, *la teoría de la sociedad de masas*, la cual presupone la existencia de unos medios de comunicación (también llamados, de masas) omnipotentes y omnipresentes, que causan efectos directos e inmediatos sobre una población dispersa, atomizada y desintegrada, porque los medios intermedios han desaparecido y las masas han conducido al individuo a la más absoluta soledad e indefensión. Las técnicas de persuasión y propaganda al servicio de quienes controlan los medios ayudarán a producir estos efectos y a reforzar la imagen de una sociedad masificada (Monzón, 2000). Según M.L. de Fleur (en Monzón, 2000), se difunde la idea de que la comunicación de masas está dotada de un enorme poder y que la opinión pública y el receptor están a expensas del comunicador⁷. Por otra parte, en cuanto al tema de los asuntos militares, y específicamente relacionados con los gastos militares, puede mencionarse como ejemplo, el trabajo so-

5 "El temor de que el incesante desarrollo tecnológico de los medios, su concentración en pocas manos, y la patente influencia en la conducta política de los ciudadanos, atenta contra la institucionalidad democrática preocupó a europeos y norteamericanos, hace más de cuatro décadas" (Flores Zúñiga, 1998:184).

6 En relación a este tópico, ver el trabajo empírico de Wolling en el contexto alemán (2001).

7 Sobre el tema, ver los trabajos de Gunther (1998) y el de Jung Kee & Rubin (1997).

bre la interrelación entre la política de seguridad nacional de Estados Unidos, a lo largo de la Guerra Fría y las actitudes que la apoyaron (Russet *et al.*, 1994). Este trabajo demuestra afirmativamente la hipótesis de si los planificadores de políticas responderían a los cambios de política de Estados Unidos hacia la ex Unión Soviética e incrementarían su posición a aumentar los gastos militares. Esta afirmación es el resultado de las investigaciones sobre la congruencia entre la opinión pública y la política de gastos de defensa.

Otro hallazgo importante de estas investigaciones es el hecho de que los datos estadísticos en Estados Unidos, sugieren que aunque la opinión pública puede originar cambios en la política de gastos militares, lo contrario no es verdad; es decir, cambios en los gastos militares no están en consecuencia seguidos por cambios en la opinión pública. Según los autores del estudio mencionado (Russet *et al.*, 1994) esto demuestra el hecho de que la manipulación de la opinión pública por las elites gubernamentales no puede ser un resultado ocasional sino que esta manipulación ha sido estructuralmente instaurada en las instituciones responsables del gobierno y de transmisión de las noticias.

En referencia a este punto, Flores Zúñiga (1998), establece que el preocupante desinterés de la ciudadanía por los asuntos públicos conlleva a un creciente estrechamiento entre la clase política y los medios de comunicación, estimulado por el lugar privilegiado que tiene el sesgo hacia la información periodística que sitúa a los actores políticos en posiciones de conflicto; unido esto al limitado y reducido espacio que la sociedad civil tiene en la agenda pública.

Lo anteriormente planteado, trae consigo la idea de investigar en el contexto de la realidad concreta de Venezuela, si por ejemplo, un cambio en la política de gastos militares, originaría cambios en la opinión pública. En referencia a los escándalos, ambigüedades y permanencia en el tiempo, del tema sobre la manera como se moderniza, negocia, contrata, adquiere y se transfiere la tecnología militar en Venezuela, valdría la pena indagar qué efecto tienen en la opinión pública los mensajes escritos, de radio o televisados, de ciertos actores que influyen en la opinión pública en relación a la tecnología mencionada. *Todo esto conduciría a algunos retos importantes para la teoría democrática*⁸.

8 Estos actores están descritos en el trabajo de Ramos (1998) e incluidos en un modelo para el estudio del impacto sociopolítico de la tecnología militar en Venezuela, y son: el

III. La necesidad de un debate público sobre lo concerniente a la tecnología militar en Venezuela

Por otra parte, diversos autores en Venezuela: (Daniels, 1992; Müller, 1992; Godoy, 1982; Kornblith, Añanguren y Lugo, 1996; Rincón, 1996) conceden gran relevancia al hecho que se debata públicamente sobre la selección y tipo de armamento, sus procesos (y la pulcritud de los mismos) a través de los cuales se concretan los compromisos para adquirir y negociar los equipamientos militares. También se le concede una gran responsabilidad tanto a la opinión pública como a los medios de comunicación a la par que al Congreso (hoy Asamblea Nacional) como instancias de vigilancia de las negociaciones militares (Kornblith et al., 1996). Según Godoy (1988:133) *“Los medios de comunicación social constituyen la reserva del poder en cuya tribuna social los ciudadanos pueden impedir que los gobernantes sigan siendo los destructores del sistema democrático, y de la economía en particular”*⁹. Pese a que lo revelado por Godoy tiene más de una década, este mensaje al parecer, se hace pertinente cada vez más ante el desafío público amenazante del Presidente Hugo Chávez a los medios radioeléctricos e impresos, acusados por éste, de tergiversar las políticas del gobierno bolivariano de la V República¹⁰.

Contrariamente a lo expresado sobre el caso venezolano por los autores mencionados en este trabajo, Entman (1989) argumenta que el comportamiento

Congreso (hoy Asamblea Nacional) y los partidos políticos, las organizaciones militares, unidades corporativas e industriales, centros técnico-científicos, las burocracias gubernamentales, las multinacionales, los movimientos revolucionarios, los medios y la opinión pública “la cual en un momento dado, puede movilizarse y expresarse en lo concerniente al uso de la tecnología militar”. En el trabajo de Koenke (1999), se analiza el impacto de los medios sobre la gobernabilidad democrática en Venezuela en los últimos años, el cual refuerza este planteamiento. Ver también el trabajo de Fernández (1996) sobre la influencia de los medios en la política.

9 A este respecto, Rey (1976:12) afirma que “es imperativo moral del comunicador la exigencia de la intervención reguladora y fiscalizadora del Estado, al menos como mal menor y en defensa democrática de las mayorías, comunicacionalmente oprimidas de América Latina”.

10 A este respecto, ver el trabajo *“La agenda sobre libertad de expresión”* de Bisbal (2001a).

de los medios está en función de sus interrelaciones con elites de intereses por un lado y público políticamente sin sofisticación por el otro lado; para este autor el esperar que los medios sirvan como motor para la democracia es irreal porque ignoran la interdependencia entre los periodistas con el público y con los que hacen las políticas¹¹. Para construir un “campo coherente de comunicaciones políticas”, la investigación propuesta en el contexto venezolano, descansaría justamente en el estudio de la relación de interdependencia de los medios de comunicación, las masas y las “dinámicas políticas” en la elaboración de políticas¹².

Sobre el caso específico de la relación entre la tecnología militar, los medios de comunicación de masas y la opinión pública, la construcción de un “campo coherente de comunicaciones políticas” se basaría en el hecho a investigar, el impacto de los medios en las políticas de equipamiento militar, también en lo que el público aprende sobre los acontecimientos y sobre cuáles estándares y criterios son usados por los medios para cambiar juicios y formar actitudes en referencia a la manera como se adquiere y gerencia la tecnología militar y en concordancia con lo expresado anteriormente por Jacobs y Shapiro (1996). A estos cambios de juicios y actitudes, agregaríamos que la evaluación de este impacto a investigar, generaría también un cambio de valores operacionales e institucionales, como producto de las respuestas del ciudadano a los efectos de los medios¹³.

También es necesario resaltar que un problema que atenta contra el flujo de información sobre los avances tecnológicos - en nuestro caso los relacionados con la tecnología militar - trata con *la manipulación en la información y las prácticas secretas*. Uno de los hallazgos en las comunicaciones políticas contemporáneas es precisamente la tendencia a atribuir estrechamente estas limitaciones de los sistemas políticos actuales, a los medios, subestimando el impacto de problemas objetivos, genuinamente urgentes (Jacobs y Shapiro, 1996). Para Lucien (1994:114) “...si bien los medios no dicen qué pensar, sí establecen sobre qué pen-

11 Para Núñez (1994), se da el caso extremo en el cual los comunicadores políticos están en posesión de una parte no despreciable de poder político, porque generan opinión y al mismo tiempo, porque están en condiciones de conducir y orientar la opinión pública.

12 A este respecto, ver el trabajo de Koeneke (1999).

13 Este cambio de valores está contemplado en el modelo utilizado por Ramos (1998) para la evaluación del impacto sociopolítico institucional de la tecnología militar en Venezuela.

sar. Por ejemplo el fenómeno de la corrupción, es un real y verdadero peligro para la democracia; pero es incorrecto enfocarlo solamente, como patrimonio exclusivo de la clase política. Porque eso necesariamente entrañaría ocultar que en las dictaduras (¿alternativa?) también existe corrupción e incluso más que en los regímenes democráticos”.

En nuestro caso, precisamente el secreto militar relacionado con la seguridad militar ha sido el epicentro de la fricción entre los medios de comunicación social y los líderes militares, por lo cual algunos autores conocedores del medio castrense como Daniels (1992), establecen algunas premisas para la orientación profesional tanto de comunicadores sociales como de los oficiales y promueven la importancia del estudio de la comunicación social para la oficialidad que ha de liderizar los cambios dentro de la institución armada¹⁴.

Relacionado con lo anterior, Rincón (1996) establece que al margen del entendimiento que pueda existir entre los propietarios de los medios y la elite militar, la opinión pública demanda el conocimiento de los asuntos clasificados como secretos: el gasto militar en sistemas de armas¹⁵, niveles de operatividad de las unidades de combate, características de las instalaciones (cuarteles, bases), planes operativos, las evaluaciones de los planes sociales administrados por los militares, análisis sobre conflictos hipotéticos y objeto de nuestro estudio: *las innovaciones técnicas operando o en proceso de investigación*. Asimismo, se advierte (Rincón, 1996; Kornblith *et al.*, 1996) sobre el hecho relacionado con la intervención de la opinión pública, los medios y el Congreso (hoy Asamblea Nacional) en el control democrático sobre las decisiones que afectan el colectivo, la cual está poco regulada y propende al peligro en cuanto cualquier individuo o parcialidad (parti-

14 En relación a este punto, se realizaron en Venezuela en 1995, las I Jornadas de acercamiento entre los medios de comunicación y el ejército con el fin de “estrechar lazos de amistad” (El Universal, 1995).

Experiencias recientes de acercamiento entre los gerentes de medios impresos y radioeléctricos y la alta oficialidad de la Fuerza Armada Nacional se han limitado a tertulias, almuerzos y prácticas de tiro de los periodistas.

15 Pese a que el Presidente Hugo Chávez declaró la reducción del gasto militar en un 50% para dedicar más recursos para resolver otras prioridades sociales, no se dijo si Venezuela seguirá comprando tecnología de uso bélico (Revista *Primicia* 2001:11).

dista, empresarial, militar) puede incidir tendenciosamente, y a su favor, en las decisiones que afectan el interés público.

Adicionalmente, la relevancia creciente de los medios de comunicación de masas durante las cuatro décadas pasadas, está relacionada a una serie de cambios institucionales interconectados. En el caso norteamericano (Jacobs y Shapiro, 1996), los cambios organizacionales en el Congreso han dado poder a sus miembros, la debilidad histórica de los partidos políticos y el establecimiento de una relación directa e inmediata con el público han creado el contexto en el cual han florecido tales cambios. Pese a esto, para Flores Zúñiga (1998), el periodismo por lo general registra la información en forma pasiva, sin buscar la raíz del problema o la autenticidad de lo dicho por los políticos, por lo cual se hace indispensable investigar sobre el tema propuesto, buscar diferentes fuentes de información, contrarrestarlas, analizarlas sistemáticamente, para que la opinión pública tenga más elementos de interpretación sobre los diferentes abordajes de la realidad. Por su parte, Mata (1995) atribuye el hecho de que el periodista se comporte más como un “reportero repetidor de una fuente” que como investigador, a dos razones: por una parte, en tiempos de crisis financiera, la investigación requiere más fondos que los que se necesitan para mantener un grupo de reporteros cubriendo fuentes por teléfono o a través de una base de datos. Por otra parte, el periodismo venezolano no tiene aún la cultura de tener un equipo de varias personas (tres o cuatro) buscando datos y uno solo que escribe. Para Mata (1995:10): *“la falta de cultura de equipo nos indica que el periodismo venezolano sigue siendo una profesión sumamente individualista”*.

Un punto importante que relaciona la necesidad del debate propuesto con lo desarrollado a nivel teórico sobre los objetivos políticos de los medios y sobre la influencia que ejercen éstos en la opinión pública (incluido lo relativo a la tecnología militar), es el relativo a la ética del comunicador social. Para 1976, en una revisión de los códigos de ética vigentes en Venezuela, Tremonti (1976:77) denunciaba lo siguiente:

“... tanto la Prensa, la Radio y la Televisión, publicistas, etc., a través de sus respectivas asociaciones, han publicado las Normas o Principios Éticos que regirán en el futuro todas sus actividades profesionales. Sin embargo, toda la actividad ética a nivel individual y público, no ha sido suficiente para que en la práctica de la Comunicación Social se respeten los derechos de una sana y libre información, ni ha sido suficiente para que se eviten

las presiones de tipo económico o político, con la consiguiente regresión de los mensajes”.

Pese a que esta afirmación tiene casi tres décadas, al parecer sigue vigente hoy en Venezuela, más aún si se relaciona a los medios con los militares y sus asuntos (relaciones civiles-militares, adquisición de tecnología militar, corrupción en la Fuerza Armada Nacional, participación de los militares en los acontecimientos políticos del 11 al 14 de abril de 2002, beligerancia política de éstos y participación de militares en posiciones del gobierno del Presidente Hugo Chávez)¹⁶.

Se requiere así, una revisión de la “*ética de la comunicación en su contexto sociopolítico*”, como fue expuesta por Rey (1976:12) hace veinticuatro años:

“nuestro comunicador social debe concebir su profesión en actitud militante (subrayado de Rey). Una pretendida neutralidad política frente a la injusticia estructural comunicativa es, en realidad una toma de posición que favorece el mantenimiento de la misma. Es un deber moral para el comunicador asumir una posición política activa en defensa de quienes, de una u otra manera, son manipulados o están simplemente incomunicados”.

En relación con este argumento, Correa (en *El Nacional*, 9-6-2002: H/7), investigador del Instituto de Investigación de la Comunicación (ININCO) revela que “*los medios siempre se han comportado políticamente*” y que “*lo que sería grave, es que en función de un propósito político, desvirtúen su razón de ser. Es decir, que sean capaces de mentir en la búsqueda de ese propósito*”. Lo anteriormente mencionado guarda relación con los acontecimientos recientes sobre

16 Puede observarse esta afirmación en las fuentes hemerográficas de los últimos tres años, con mayor énfasis en los artículos de prensa, noticieros de radio y televisión, y en los programas de opinión emitidos a partir del 11 de abril de 2002. Aún así, se desconocen estudios de investigación recientes sobre la tríada de los medios de comunicación, los militares y la opinión pública. Como ejemplo de lo anteriormente expuesto, se hizo una revisión de los números de la revista *Comunicación*, del Centro Gumilla, desde el año 1996 hasta el presente, no encontrándose ningún artículo sobre esta relación. También, en una revisión de las tesis de grado de las Escuelas de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela y de la Universidad Católica “Andrés Bello”, no aparece esta relación como tema de investigación.

conflictos entre periodistas quienes denuncian hechos punibles relacionados con las adquisiciones de equipamiento militar, y los oficiales denunciados pertenecientes a la Fuerza Armada Nacional, lo cual trae a colación un problema de credibilidad sobre la veracidad de su trabajo al no cumplir este último de manera simultánea, con los tres requisitos básicos que plantea Mata (1995): satisfacer a los especialistas en el tema, la explicación del mismo y su profundización para un público amplio.

Referente a una afirmación que se viene haciendo desde hace algún tiempo (Keller, 1995:41), sobre que los medios de comunicación en general, y la televisión en particular, supuestamente imparciales, han pasado a llenar por extensión de su función, el vacío dejado por el descrédito de los actores políticos, y han asumido posiciones de liderazgo para agregar y articular intereses políticos, “*sólo contribuyen a impedir que la competencia natural renueve los movimientos políticos existentes o por emerger*”. También Bisbal (2001b:200) atribuye este hecho a lo que se expuso anteriormente como “teoría de la sociedad de masas”, y que este autor denomina “*massmediación*”, en el sentido de que ante una crisis de representación de los actores políticos tradicionales, “*el ciudadano acude a los medios para buscar y encontrar, de forma mediatizada y manipulada, la razón de su desasosiego*”. Surge entonces la pregunta: ¿a qué grado o nivel deben intervenir “políticamente” los medios? ya que por un lado, se le exige al comunicador una “actitud militante” como un deber moral planteado por Rey, y en un mayor grado, se le concede a los medios el derecho de asumir el papel de la oposición como un actor político¹⁷.

IV. A modo de conclusión

Según el análisis realizado sobre la interrelación de la tecnología militar, los medios de comunicación y la opinión pública, la mayor relevancia del presente análisis lo tiene la necesidad de investigar en nuestro contexto venezolano, so-

17 Según José Miguel Vivanco, director ejecutivo de la organización Human Rights Watch (en *El Nacional*, 22-06-2002: p.D/4): “los medios de comunicación en Venezuela no tienen la obligación jurídica de ser imparciales. Ni el derecho interno ni el derecho internacional los obliga a ser equitativos en sus informaciones, análisis y opiniones. Si los medios desean asumir el papel de la oposición en Venezuela lo pueden hacer perfectamente amparados en el derecho internacional”.

bre el impacto que los medios de comunicación de masas tiene sobre cómo piensan y qué piensan los ciudadanos y sobre qué se tiene como “problemas importantes”, cómo los ciudadanos atribuyen responsabilidad a los medios por problemas de políticas y qué preferencias políticas tienen los medios. Además de estos posibles temas de investigación en materia comunicacional, se exploraría el estudio en Venezuela, sobre si lo que los medios dicen tiene efectos directos sobre los que elaboran las políticas *en relación con la adquisición de armamento*, hecho estudiado en otros contextos.

Sobre el caso específico de la relación entre la tecnología militar, los medios de comunicación de masas y la opinión pública, la construcción de un “campo coherente de comunicaciones políticas” se basaría en el hecho a investigar el impacto de los medios en las políticas de equipamiento militar. También se basaría en lo que el público aprende sobre los acontecimientos y sobre cuáles estándares y criterios son usados por los medios para cambiar juicios y formar actitudes en referencia a la manera como se adquiere y gerencia la tecnología militar. También valdría la pena indagar qué efecto tienen en la opinión pública los mensajes escritos, de radio o televisados, de ciertos actores que influyen en la opinión pública en relación con la tecnología mencionada¹⁸. Esto podría mitigar el desinterés de la ciudadanía por los asuntos públicos, hecho conocida como “anomia”, denunciado por algunos autores como Kéller (1995), lo cual conlleva a un creciente estrechamiento entre la clase política y los medios de comunicación, estimulado

18 Entre las técnicas para este fin, están las mencionadas por Monzón (2000): las *escalas de actitud* y el *análisis de contenido*. Las primeras, más laboriosas en sus construcción que las *encuestas de opinión*, ofrecen las ventajas de acceder a niveles más profundos del mundo consciente e inconsciente de los individuos, y al ser aplicadas a muestras representativas de la población, pueden ayudar a esclarecer dimensiones ocultas de los fenómenos de opinión pública. El análisis de contenido, aunque se ocupa en principio del contenido de los mensajes, también se extiende al emisor y al receptor, elementos que intervienen en la comunicación. Es una técnica que se ha usado poco debido a las dificultades y laboriosidad en comparación con otras técnicas; pero es reconocida la publicidad de las opiniones como elemento de la opinión pública, la cual pasa necesariamente por los medios de comunicación y el análisis de contenido, aplicado a los medios y mensajes. El análisis de contenido, según Monzón (2000:159) “*se presentará como una de las técnicas más importantes para conocer con bastante precisión los distintos fenómenos de opinión pública que acontecen en sociedad*”.

por el lugar privilegiado que tiene el sesgo hacia la información periodística que sitúa a los actores políticos en posiciones de conflicto; unido esto al limitado y reducido espacio que la sociedad civil tiene en la agenda pública.

Sin embargo, un debate público sobre lo concerniente a la tecnología militar podría generar un cambio de actitudes y valores individuales e institucionales como producto de las respuestas del ciudadano a los efectos de los medios. El estudio de este impacto podría también mitigar la fricción entre los medios de comunicación social y los líderes militares¹⁹, estableciendo premisas para la orientación profesional tanto de comunicadores sociales como de los oficiales, promoviendo la importancia del estudio de la comunicación social para la oficialidad que ha de liderizar cambios institucionales dentro de la FAN.

Tal estudio haría también una contribución al llamado “periodismo investigativo” o “periodismo de investigación”, el cual según Waisbord (2001:110), representa “*la búsqueda de las organizaciones de prensa y de los periodistas por redefinir su identidad profesional en un nuevo mundo político*”, y que tuvo su auge en la prensa occidental de los años sesenta en países democráticos, mientras la mayoría de los países latinoamericanos se encontraban bajo dictaduras militares que impedían su emergencia²⁰. Con el propósito de reforzar el periodismo de investigación, debe promoverse la “cultura de equipo” (más gente investigando y menos gente escribiendo), dentro de la comunicación social, destinando los recursos humanos y financieros apropiados.

Al margen del entendimiento (o no) que pueda existir actualmente entre los propietarios de los medios y la elite militar en Venezuela, la opinión pública en una democracia, demanda el conocimiento de los asuntos clasificados como secretos: el gasto militar en sistemas de armas, niveles de operatividad de las unidades de combate, características de las instalaciones (cuarteles, bases), planes operativos, evaluación de la actuación de los militares en los programas so-

19 Esta fricción no solo es común en Venezuela. Según Mujica (1999:11) “las polémicas entre militares y periodistas, en Estados Unidos, sigue vigente. Para los periodistas hay que informar al pueblo de Estados Unidos lo que ocurre, lo que hacen sus Fuerzas Armadas, difundir lo bueno y lo malo; para los militares, los periodistas no siempre recogen lo que perjudica la seguridad operativa o pone en peligro a las tropas. Para el Ejército es la moral de las tropas, para la tropa de periodistas es la moral de los ciudadanos”.

20 En referencia a este punto, ver el trabajo de Millas (1996).

ciales, análisis sobre conflictos hipotéticos con otras naciones, instalación de artillería en zonas de concentración urbana²¹ y objeto de nuestro estudio: *las innovaciones técnicas operando o en proceso de investigación*. Se ha advertido también anteriormente en otros trabajos sobre el hecho relacionado con la intervención de la opinión pública, los medios y el Congreso (hoy Asamblea Nacional) en el control democrático sobre las decisiones que afectan el colectivo, la cual está poco regulada y propende al peligro en cuanto cualquier individuo o parcialidad (partidista, empresarial, militar) puede incidir tendenciosamente, y a su favor, en las decisiones que afectan el interés público. También se recomienda una revisión de “la ética de la comunicación en el contexto sociopolítico” como enfoque conceptual de futuras investigaciones.

En cuanto a la tecnología militar, si bien las políticas están dirigidas más a continuar a los programas de mantenimiento y reposición de equipos iniciados a finales de la pasada década²², no se descarta la adquisición de nuevo equipamiento²³ lo cual ofrece una oportunidad futura para la investigación comunicacional en esta área tal como se ha planteado en el presente trabajo. Esta oportunidad tiene como aval el “derecho” (interno e internacional) de los medios para asumir el papel político que ha sido subestimado por otros actores relacionados con el tema de las adquisiciones militares, tales como el Congreso (Asamblea Nacional), los partidos políticos y la propia Fuerza Armada Nacional.

21 Por ejemplo, la colocación de baterías antiaéreas en la urbanización 23 de Enero, de Caracas, para proteger el Palacio de Miraflores, y que ha originado un debate a nivel de medios y opinión pública al respecto (*El Nacional*, 20-06-2002, p.D/3, *El Nacional*, 19-06-2002, p.D/2).

22 Según la aprobación por la Asamblea Nacional, de cuatro créditos adicionales por un total de cerca de 30 millones de dólares para el cumplimiento de estos programas de la FAN (*El Nacional*, 01/11/2001, p.E-10).

23 En el diario *Quinto Día* del 13 al 20/07/2001, p.27, puede leerse “el gobierno ordenó la modernización de 22 aviones de combate F-16, la compra de una flotilla de super helicópteros Cobra, la conclusión de las refacciones a dos fragatas misilísticas en EEUU, la compra de seis nuevos aviones Hércules C-130 y la renovación de 100.000 fusiles para el ejército ¿a dónde se dirige la carrera militar venezolana?”.

Referencia Bibliográficas

- BISBAL, M. (2001a) "La agenda sobre la libertad de expresión". **Comunicación** No. 117, pp.55-61.
- BISBAL, M. (2001b) "El shock de lo evidente". **Revista SIC** No. 637, agosto, año LXIV, pp.198-200.
- CAÑIZÁLEZ, A. (2001) "Medios y gobierno: la mutua incompreensión". **Revista SIC** No. 637, agosto, año LXIV, pp. 206-207.
- CORREA, C. (2001) "La libertad de expresión y los jueces". **Revista SIC** No. 637, agosto, año LXIV pp.209-212.
- DANIELS, E. (1992) **Militares y Democracia**. Ediciones Centauro: Caracas.
- DÍAZ RANGEL, E. (2001) "Poder de los medios, partidos y gobierno". **Revista SIC** No. 637, pp. 204-205.
- El Nacional. "Los militares tendrán que aportar al fondo colectivo de seguridad social". Edición del día 01 de noviembre de 2001, p. E/10.
- El Nacional. "La lógica de la libertad de expresión es que todos podamos expresarnos, ¿no?". Edición del día 9 de junio de 2002, p. H/7.
- El Nacional. "Desde el gobierno de Pérez Jiménez no se instalaban baterías antiaéreas". Edición del día 19 de junio de 2002, p. D/2.
- El Nacional. "Frente Institucional Militar pedirá amparo contra emplazamiento de artillería". Edición del día 20 de junio de 2002, p. D/3.
- El Nacional. "Human Rights Watch considera que la democracia venezolana está en riesgo". Edición del día 22 de junio de 2002, p. D/4.
- El Universal. "Primera Jornada de acercamiento Ejército - Medios de Comunicación, Ejército Centinela". Edición del día 16 de mayo de 1995, p. 2/15.
- ENTMAN, R. (1989) **Democracy without citizens: the media and the decay of American politics**. New York: Oxford.
- FLORES ZÚÑIGA (1998) "La dimensión ética y política de la comunicación". **Contribuciones** No. 2. pp.177-192.
- FERNÁNDEZ, E. (1996) "Medios de comunicación: ¿sustitutos de la actividad política? **Contribuciones** No.2, pp.19-31.
- FRESÁN, R. (2001) "Los noticieros agregaron y eliminaron los que les dio la gana: la TV engatusó al mundo". **Revista Primicia** No. 197, oct. 9, pp.28-34.
- GODOY, L.A. (1982) **La Denuncia Militar**. Tomo I. Editorial El Ideal Bolivariano.

- GUNTHER, A. (1998) "The persuasive press influence: effects of mass media on perceived public opinion". **Communication Research**. Vol. 25, No. 5, pp.486-504.
- IYENGAR, S. y KINDER, D. (1987) **News matters: TV and American opinion**. University of Chicago Press.
- IYENGAR, S. (1996) **Is anyone responsible? How TV frames political issues**. Chicago: University of Chicago Press.
- JACOBS, L. y SHAPIRO, R. (1987) "Toward the integrated study of political communications, public opinion, and the policy - making process". **Political Science & Politics**, marzo, pp. 10-13.
- JIMÉNEZ SÁNCHEZ, I. (1996) **Los Golpes de Estado desde Castro hasta Caldera**. Caracas: Centralca.
- JUNG KEE, K. y RUBIN, A.M. "The variable influence of audience activity of media effects". **Communication Research**. Vol. 24, No. 2, pp.107-135.
- KÉLLER, A. (1995) "Actitudes y demandas de los consumidores de comunicación". **Cuadernos de Comunicación** No. 1, pp. 37-42.
- KOENEKE, H. (1999) "Gobernabilidad democrática y medios de comunicación social (MCS) en la Venezuela de los últimos años". **Ciencias de Gobierno** No. 6, pp. 21-29.
- KORNBLITH, M., AÑANGUREN, Z. y LUGO, A. (1996) "Gasto militar y democracia en Venezuela". **Politeia**, No. 19, pp. 223-274.
- LUCIEN, O. (1994) "Democracia o Telecracia". En: **Comunicación Política**. KONRAD ADENAUER Stiftung. Serie Medios de Comunicación y Democracia. Primera Edición. Lima, Perú.
- MADRIZ, M.F. (2000) "Los demonios del Comandante". **Akademios**. Vol.2, No. 2, pp.65-86.
- MATA, A. (1995) "Incertidumbres epistemológicas en la prensa venezolana". **Cuadernos de Comunicación** No. 1, pp. 7-15.
- MILLAS, H. (1996) "Juego de relaciones entre medios de comunicación y políticos". **Contribuciones** No. 2, pp.33-46.
- MONZÓN, C. (2000) **Opinión Pública, Comunicación y Política. La Formación del Espacio Público**. Madrid: Editorial Tecnos (Reimpresión).
- MORENO, E. (1999) "Análisis del discurso del Comandante Chávez exhortando a la deposición de las armas el 4 de febrero de 1992". **Análisis de Coyuntura** No. 2, vol. V, pp.131-152.
- MUJICA, H. (1999) **La Televisión y las Guerras**. Caracas: Ediciones de la Universidad Central de Venezuela-Rectorado.

- MÜLLER ROJAS, A. (1992) "Factores Militares de la crisis actual del régimen político". **Cuadernos Nuevo Sur - Sudaca** No. 213. Julio-dic., pp.128-134.
- MYERS, D. y O'CONNOR, R. (1998) "Support for coups in democratic political culture. A Venezuelan exploration". **Comparative Politics**, January, pp. 193- 212.
- NÚÑEZ, R. (1994). "La Privatización en la Política". En **Comunicación Política**, Konrad Adenauer Stiftung. Serie Medios de Comunicación y Democracia. Primera Edición. Lima, Perú.
- PAGE, B. (1996a) **Who Deliberates? Mass Media in Modern Democracy**. Chicago: University of Chicago Press.
- PAGE, B. (1996b) "The mass media as political actors". *Political Science & Politics*, marzo, pp. 20-24.
- PROTESS, D. *et al.* (1991) **The Journalism of Outrage: Investigative Reporting and Agenda in America**. Guilford Press.
- QUINTO DÍA (2001) "Venezuela incrementa su poderío militar". Edición del 13 al 20 de agosto, p.27.
- RAMOS, M. (1998) **Impacto Socio-político e Institucional de la Tecnología Militar en Venezuela**. Ponencia. Seminario Internacional "La Globalización, Modelos de Seguridad y el Rol de las Fuerzas Armadas en el Siglo XXI". Centro de Documentación. CENDES-UCV.
- REVISTA PRIMICIA (2001) N° 199.
- REY, J.I. (1976) "La ética de la comunicación en su contexto sociopolítico". **Comunicación** No. 8. pp. 4-13.
- RINCÓN, A. (1996) **Efectos de la Presencia Militar en el Área Metropolitana de Maracay**. Tesis de Grado.
- RUSSETT, B. *et al.* (1994) "The end of the cold war, attitude change and the politics of defense spending". **Political Science & Politics**. March, pp. 17-29.
- TREMONTI, F. (1976) "Guía de documentos relacionados con el sensacionalismo en Venezuela". **Comunicación**, No. 8, pp.77-90.
- VERA AZAT, B. (2001) "Chávez promueve la paz en el mundo y palo en Venezuela". **Revista Primicia** No. 199, oct 23, p.11.
- VILLARROEL, G. (1997) "Las amenazas militares a la democracia y la opinión del venezolano". **Revista Espacio Abierto**, Vol. 6, No. 3, pp. 373-404.
- WAISBORD, S. (2001). "El buen periodismo: las contradicciones irresueltas del periodismo de investigación". **Contribuciones** No.2, pp. 105-116.
- WOLLING, J. (2001). "La influencia de los medios ante la política". **Contribuciones** No.2, pp. 19-41.