

LA DEFENSA: UNA CUESTIÓN DE AGENDA

Por **Mariano Gonzalez Lacroix***

La Agenda, desde el sentido de la comunicación, es definida según la Real Academia Española como “lo que ha de hacerse”. Como noción no deja de ser una construcción social que abarca aquellos temas de diferente relevancia que son rescatados o instalados por los medios de comunicación y que implican a la postre la percepción e información que la opinión pública va a tener sobre diferentes hechos de envergadura.

Es la propia agenda mediática por medio de sus líderes de opinión la que impone intereses y delimita que es lo importante y que no lo es, convirtiéndola en un ámbito estratégico de discusión y conflicto por excelencia. Dentro de este ámbito conviven todas las problemáticas que existen en una nación, las cuales colisionan por tomar mayor preponderancia que las otras a efectos de lograr captar atención por parte de los órganos políticos que actúan como decisores capaces de alterar el curso de su realidad.

En el caso de la Defensa en Argentina podemos determinar que ha fracasado en el posicionamiento dentro de este ámbito a razón de que su problemática no genera los efectos necesarios tanto en la sociedad como en el poder político para que se promuevan medidas correctivas. Dentro de este juego estratégico comunicacional, el mundillo militar no ha tenido la capacidad suficiente para instalar su problemática, relativizando así su propio interés y definitivamente perdiendo protagonismo en la propia sociedad a la que debe proteger. El tema, de gran tabú todavía, no encuentra espacio para desarrollar un debate amplio y se estanca en ámbitos cerrados de discusión. Ni funcionarios, ni periodistas ni analistas lograr medir el ritmo de la agenda mediática o, por lo menos, no tienen capacidad para intervenirla positivamente frente a los cuantiosos problemas que coexisten hoy en día.

La mecánica actual de aproximación sobre la situación militar, la defensa y los intereses estratégicos de la Nación recaen sobre distintos vectores de información con amplias diferencias y capacidades. Los institutos y centros de formación, elaboran propuestas y trabajos analíticos generando un impacto interno importante en su submundo de pertenencia. Al estar en un compartimento estanco por la propia naturaleza de los claustros académicos, el efecto sobre la agenda termina siendo anulado por su propia necesidad de ser rescatado por funcionarios con interés sobre el tema o por otros vectores de información. Dentro de este ámbito se encolumnan gran cantidad de líderes de opinión capacitados en la materia.

Por otro lado, los medios masivos de comunicación delimitan la temática con grandes imprecisiones y abocados a la noticia de coyuntura. El tratamiento de la misma se prioriza puntualmente sobre la desdicha o el hecho consumado, sin avivar la discusión de una temática de naturaleza estratégica y priorizando sus reglas de impacto en la opinión pública por sobre el eje de la noticia. La Defensa para los medios masivos de comunicación dejó de ser redituable en la Argentina desde hace un buen tiempo.

En último lugar se encuentran los medios específicos o los pequeños medios privados abocados a los asuntos de defensa (sumamente desarrollados en países en donde se ponderan los intereses estratégicos). Sobre estos últimos recae una idea en particular: su desarrollo está íntimamente ligado a la realidad defensiva de su país, y en Argentina la realidad no es auspiciosa. No los hay en abundancia ni tampoco con grandes capacidades, conviven con el amateurismo o chocan con la falta de posibilidades institucionales. La situación de los medios específicos, capaces de instalar la problemática en agenda, se frustran por sus grandes limitaciones.

Es entonces como el panorama sobre el campo de la comunicación, repitiendo que este es un escenario estratégico, parece llenarse de desafíos. Pero, *mutatis mutandis*, el futuro del tratamiento de los asuntos de defensa y su instalación en la opinión pública pueden modificarse.

El “problema militar”, desde su matriz presupuestaria hasta sus roles y misiones, termina redundando en un concepto fundamental: el interés político. Muchas veces la idea termina recayendo más en una excusa que en una carga que llevan los que poseen inclinaciones al tema. El interés no deja de ser un concepto cuya naturaleza parte de un juego de construcción de poder en donde el que lo posee es capaz de realizar cambios en una realidad. La defensa no es un caso extraño a esta ontología, rigiéndose por las mismas reglas.

El interés político, siendo un objeto potencialmente a construir, no deja de tener diferentes fuentes que lo alimentan, siendo una de las grandes la propia construcción de agenda. Hay una relación causal entre los valores, creencias y nociones que posee la opinión pública en su conjunto y la construcción de intereses y clivajes políticos.

Intentando en no caer en un reduccionismo, uno de los grandes problemas que posee la política de defensa actual es su falta de construcción de interés, y por lo tanto, de instalar temas dentro de la agenda pública, sea esto por falta de capacidad comunicacional, por limitaciones a la hora de ejercer presión o por mero desconocimiento a la hora de “jugar” dentro del terreno estratégico de la opinión. Lo mediático hoy se posiciona como un elemento central (si no primero) a la hora de canalizar demandas democráticas, dotando a los mencionados vectores de información con un rol central a la hora de buscar satisfacerlas. Estos se configuran como actores intermedios entre la opinión pública, la instalación de agenda y la construcción de interés, realizando una pulsión importante en el poder para que se promuevan políticas públicas necesarias dentro del sector.

Al día de hoy, y al cabo de 35 años de retornada la democracia, la problemática de defensa no logra llamar la atención necesaria para articular políticas de renovación que permitan darle peso específico al sector. Los distintos momentos históricos en donde el problema logro colarse en agenda no implicaron demandas satisfechas al sector, sino todo lo contrario. Las distintas políticas públicas aplicadas se enfocaron solamente en fortalecer el control civil omitiendo su realidad estructural y operativa, dejando a las fuerzas en condiciones vetustas y administrando miserias.

La crisis de posicionamiento es entonces un defecto integral no ya del poder político solamente, sino de todos los actores que se encuentran relacionados al ámbito. Como mencionamos antes, tanto líderes de opinión entre académicos y analistas, como medios y funcionarios enfrentan grandes desafíos para ubicar el tema militar dentro de la agenda. Es

importante entonces comprender que la opinión pública se constituye como ariete central para construir un interés político legítimo, y para construirlo es menester que se redoblen esfuerzos para que tanto analistas como periodistas puedan generar un mayor impacto en este ámbito estratégico de la comunicación. La penosa realidad solo podrá ser superada si los diferentes actores que promueven un sistema defensivo nacional activo, moderno y eficaz cooperan entre sí, facilitando a que las necesidades se constituyan en agenda, que esta promueva intereses reales, y que exista determinación para que el interés se convierta en políticas públicas tangibles en materia de defensa.

*Licenciado en Ciencia Política. Realizando estudios en Prospectiva Estratégica. Editor de "Zona Militar".