

ANÁLISIS DE LA RELACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA POLÍTICA EXTERIOR DE COLOMBIA

ANALYSIS OF THE RELATIONSHIP OF THE MEDIA IN COLOMBIA'S FOREIGN POLICY

Ana Cristina Arévalo Rodríguez

Estudiante de Negocios Internacionales, Universidad Santo Tomás.

ana.arevalo@usantoto.edu.co

Resumen

El manejo de la política exterior de Colombia guarda una estrecha relación con los medios de comunicación digital, por lo tanto, la incursión del internet en la era global ha permitido el intercambio de la información en tiempo real en cualquier parte del mundo. Esta situación ha influido, directamente, en aspectos dinámicos de la política exterior, pues las tecnologías de las telecomunicaciones y el uso del internet crean un flujo de información masivo que viaja a través de los países, dicho flujo puede intervenir, ampliamente, en las decisiones políticas entre estos.

Los ciudadanos, al tener acceso libre a la información, han adquirido una participación más importante en el manejo de estas políticas, no solo al divulgar la información, sino al opinar acerca de esta, sin embargo, se evidencia que, pese a que el manejo político de Colombia está íntimamente ligado con las dinámicas de la circulación de la información, especialmente, mediante las redes sociales y las páginas digitales de noticias, en lo que se refiere a la política exterior, sus relaciones internacionales están ampliamente subyugadas a las tendencias de Estados Unidos, debido a que este país es una gran influencia en materia de políticas internacionales y emplea estas tecnologías a su favor.

Por consiguiente, para analizar esta temática, se procede a investigar el panorama de los medios de comunicación y su evolución, posteriormente, se analizan los conceptos de política exterior y la influencia de los medios digitales de comunicación en el dinamismo de esta política a nivel global, con el propósito de indagar el comportamiento de estos medios en Colombia.

Palabras clave: medios digitales, política exterior, participación ciudadana, democracia, comunicación, tecnología, información.

Abstract

The management of foreign policy in general and specifically that of Colombia is closely related to the digital media. Evidently the development of technology has resulted in the phenomenon of globalization since the incursion of the internet in the global sphere has allowed the exchange of information in real time in any part of the world. This situation has evidently had a direct influence on the dynamism of foreign policy, showing that telecommunications technologies and the use of the internet create a massive flow of information that travels through countries and continents that can intervene widely in the political decisions of management between countries.

By having free access to information, citizens have acquired a more important participation in the management of these policies, not only by disclosing information but also by giving their opinions about them, however, it is evident that despite the fact that Colombia's political management is closely linked to the dynamics of the circulation of information, especially through social networks and on digital news pages, with regard to foreign policy, its international relations are largely subjugated to the trends of the United States, this being the country the one that leads all international policies and that also makes use of these technologies to its advantage. To analyze this issue, we will proceed to investigate the panorama of the media and its evolution, subsequently we will analyze the concepts of foreign policy and the influence of digital media on the dynamism of this policy at a global level to later delve into an analysis the behavior of these media in Colombia.

Key words: digital media, foreign policy, citizen participation, democracy, communication, technology, information.

Introducción

Los medios de comunicación digital, sobretodo, las redes sociales, inciden en todo el entorno humano, de este modo, la política no deja de ser un ámbito de influencia importante en el que la tecnología y el desarrollo digital se convierten en mecanismos clave que permiten la dispersión de la opinión pública en torno a los diferentes temas que afectan la sociedad e involucran, necesariamente, las decisiones de los Gobiernos.

El manejo de los medios de comunicación digital no solo ha sido una herramienta fundamental para la opinión pública y la sociedad en general, esto al facilitar el acceso a la información acerca de problemáticas o temas álgidos o de interés político, sino que es empleada por los Gobiernos como elemento esencial para favorecer los intereses legítimos y, en otras ocasiones, intereses que se desvían de sus fines últimos, pero que causan un impacto en la sociedad.

En cuanto a los asuntos diplomáticos, se ha visualizado que, en efecto, este tipo de relaciones también son permeadas por el manejo que los Estados otorgan a sus medios de comunicación tales como la televisión, las redes sociales y el internet en general. De esta manera, es evidente el papel que juegan estas herramientas a la hora de transmitir un mensaje, puesto que manejan entretelas que son dignas de ser analizadas a profundidad.

La capacidad de estas herramientas de crear mensajes que vayan ligados, directamente, con la introducción de una forma de pensamiento, es decir, cómo cierta información termina por convertirse en movimientos, ideologías y creencias en la población, determina, en gran medida, el destino de los Estados y sus relaciones con otros países. En este sentido, de acuerdo con Ruíz (2014), esto se debe a que el rol de los medios de comunicación, especialmente, de los medios de comunicación digital, inicia por un acercamiento entre la sociedad y un ámbito internacional ajeno, incomprendido y abstracto, en esta línea, también tienen el poder de orientar la opinión pública.

En el caso de Colombia, es indiscutible el hecho de que es un país fuertemente influenciado por las corrientes políticas de Estados Unidos, quien ha influido a la mayoría de los países latinoamericanos, en vista de que estos han considerado gran parte de sus decisiones políticas con base en las mismas corrientes.

Esta influencia maneja diferentes contrastes frente al impacto de las relaciones diplomáticas entre el Gobierno de Colombia y otros países, así, por un lado, algunas corrientes de pensamiento sostienen que el país no debe poseer la misma esfera política que Estados Unidos, en tanto que son países diferentes. Por otro lado, otros autores conciben que el hecho de que se maneje una corriente política igual favorece intereses propios del Estado colombiano, esto gracias a la fuerte influencia mundial de este.

Los medios de comunicación y su evolución

El origen de la comunicación se remonta a su forma oral, en virtud de que esta fue la única durante milenios, hasta que apareció la escritura; la evolución de los mecanismos de comunicación está conformada por las señales de humo, la corneta, la piedra, el mensajero, el papel papiro, las palomas, las cartas, las botellas y, finalmente, el *boom* de todas las anteriores, la imprenta. Así, precisamente a partir de esta última, el ámbito de la comunicación tomó un rumbo que, al volverse global, supuso una circulación considerable de la información, lo que representó un gran avance en la historia de la comunicación, inclusive, hasta la actualidad.

En este contexto, analizar el limitado acceso a la información en la antigüedad explica el motivo por el que las culturas, las costumbres y algunas áreas se encuentran, actualmente, apartadas de los medios digitales y el desarrollo tecnológico, lo que evidencia cómo ciertas ideologías autóctonas toman fuerza y se convierten en patrones generales que, usualmente, están ligados con los fenómenos sociales de pobreza, violencia y poca participación en la política internacional.

Como lo expresó Martín (2007), la comunicación está implícita en la reproducción de los grupos, quienes satisfacen las necesidades colectivas, de manera que la información que se produce sobre el medio social se ha orientado, desde siempre, a impedir el regreso al estado de naturaleza. En tal óptica, explicar este fenómeno es sencillo, esto al obedecer a la necesidad de la evolución que ha perseguido al ser humano, asunto que se refleja en la creación de nuevas herramientas de comunicación que han sido cada día más novedosas.

A su vez, la transición de una idea general sobre la historia a una construcción conceptual, y que esta fuese concebida como un modo particular de ser social en el mundo, es similar a lo que ha sucedido con el tema de la comunicación, dado que esta también ha pasado de ser una idea general a ser un concepto y, luego, a un modo de ser centrado en la actividad fundamental de la comunicación (Kosselleck, 2002); en valoración con estas ideas, cabe añadir lo siguiente.

Por otro lado, durante el siglo XIX, las nuevas tecnologías de la reproducción visual abrieron puertas a los sutiles conceptos de integración de las cosas espectaculares a través de la participación directa del espectador de manera individual, y se reconstruyeron definiciones sociales de espacio privado opuesto al público. Ciertos inventos del siglo

XIX, varios de ellos extraños, como el *praxinoscopio*, otros basados en tecnologías de la comunicación, como el telégrafo o el teléfono, anunciaron de manera clara y concisa ideas y tecnologías de la interactividad muy similares a las actuales. (Grifeu-Castells, s.f., p. 41)

En función de estos avances surgió una ola de investigación sin pausa en el uso y la transformación de la tecnología, con lo que se buscaban alternativas cada vez más ágiles para que la comunicación fuese más rápida y pudiese llegar, en tiempo real, a varios usuarios. En tal marco, en la segunda mitad del siglo XX apareció el internet que, sin saberlo, dio un giro de 180 grados a la historia de la comunicación; por lo anterior resulta indiscutible la afirmación de que el internet transformó los antiguos paradigmas de la comunicación, los *mass media* y todas las teorías tradicionales que fueron reemplazadas en consonancia con las exigencias de la comunicación digital moderna (Moragas, 2011).

En este orden de ideas, Hemer y Tufte (2005) postularon que el internet es la columna vertebral de la sociedad de redes y la globalización está intrínsecamente involucrada en los procesos paralelos de la virtualidad y la información. Al respecto, advirtieron que es necesario resaltar cuán importante es el internet en relación con los tiempos pasados, esto por su gran avance y cobertura, debido a que el único medio que posibilita una total comunicación con las personas y con el mundo exterior; adicionalmente, plantearon este es una excelente herramienta para fortalecer y ampliar, aún más, la brecha entre el desarrollo y los países en desarrollo, y crear un acceso directo a la prosperidad sin la necesidad de un progreso contaminante o inversiones que consuman recursos (Hemer y Tufte, 2005).

Por ende, el uso del internet ha sido uno de los avances más importantes en el ámbito de la tecnología y las comunicaciones, sin duda, ha traído cambios en las dinámicas sociales, en tanto que la tecnología de la información influye, constantemente, en un mundo globalizado, esto porque la información viaja a velocidades inimaginables y, en cuestión de segundos, puede traspasar fronteras y continentes. Por ello, algún analista aseveró que el internet se ofrece no solo como un medio de transmisión de datos, sino como un lugar o "cibespacio", como sugirió Gibson (1989); en este espacio, al que se puede acceder cuando se desee, siempre y cuando se disponga de la tecnología necesaria, se ha materializado la idea de Aldea Global de McLuhan (1964) junto con los procesos de globalización.

En este punto del estudio, es conveniente destacar el papel de las redes sociales como resultado del avance y el desarrollo del internet, por tal razón, es sustancial exponer lo presentado a continuación.

La era moderna de las redes sociales comenzó con la mejora en el desempeño de internet a partir de 1995. En el periodo 2002-2004 aparecieron y se promocionaron, en particular, redes como Cyworld, Friendster, Plaxo, Reunion.com, Hi5, LinkedIn, MySpace, Orkut, Facebook y Live Spaces (Skeels y Grudin, 2009). Facebook comenzó como un sitio orientado a los jóvenes en ambientes universitarios, y actualmente es utilizado para compartir fotos o vínculos con amigos o publicar mensajes en la *biografía* de otra persona. Dada la próspera tendencia del uso de Facebook, muchas organizaciones se han convertido en unos de los principales usuarios para desarrollar sus estrategias de marketing. (Sánchez, 2018, p. 8)

De este modo, una conceptualización acertada de las redes sociales es la siguiente.

(...) Como una estructura social formada por individuos que están vinculados por algún motivo, ya sea amistad, parentesco, ideas, aficiones, relaciones de trabajo, docentes, etc. Para la caracterización de las redes sociales se establecen dos conceptos fundamentales: los nodos, que caracteriza a los individuos en la red, y los enlaces o aristas, que vinculan a los individuos, pueden existir muchos tipos de enlaces entre los nodos (Torregosa del Rosario, 2010). (Vidal et al., 2013, p. 146)

Sin embargo, cabe cuestionarse si esta constante circulación de la información puede llegar a causar efectos adversos en la sociedad, bien sea en las organizaciones, las instituciones, los organismos internacionales, los países y las democracias.

Así, se destacan 2 aristas interesantes al respecto, en tanto se ha observado que, en ocasiones, el uso de las redes sociales, en lugar de unir diferentes ideas, conectar con personas con características similares, y permitir el intercambio de información y de espacios, puede presentar serias divisiones, incluso, ha dado paso a nuevas formas de agresión psicológica con la aparición de fenómenos tales como el ciberacoso o *cyberbullyng*.

Por otra parte, “el uso controlado y supervisado de redes sociales muestra beneficios importantes en pacientes con trauma cerebral que reciben rehabilitación” (Arab y Díaz, 2015, p. 12), lo que se asocia con el desarrollo de “sentimientos de competencia, a la generación de elementos educativos, al reforzamiento de relaciones creadas *offline*, a la educación sexual, a la promoción y prevención en salud (tabaco, alcohol, drogas, hábitos alimentarios, conductas sexuales) y al apoyo en áreas académicas” (Abad y Díaz, 2015, p. 12).

Por consiguiente, apreciar el avance y el uso de las plataformas digitales, en este caso, las redes sociales como Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram, entre otras, permite un acercamiento más personal a la realidad global, por lo tanto, tener profesionales a cargo de las cuentas de los diferentes candidatos o medios de comunicación digital es una buena estrategia para tener un contacto más acertado con la comunidad, pues esto posibilita realizar el respectivo estudio sobre a qué público objetivo llegar y las pautas a seguir en las publicación para que estas sean de interés general. En esta perspectiva, es importante reconocer las situaciones en donde es necesario tener encargados del manejo de las redes sociales, para que puedan efectuar la interacción con el público y lograr más audiencia, además, muchas personas, hoy en día, tienen acceso a la tecnología de la información, con la finalidad de indagar sobre los diferentes temas de interés, por ejemplo, la política y la economía.

Es pertinente indicar que el tema digital, ligado este con las redes sociales, no solo se ha convertido en un espacio de relación de ideas, pensamientos, opiniones e interacción social, sino que crea un conocimiento que es absorbido por los cibernautas y que se transforma en un mecanismo de aprendizaje indirecto al generar percepciones acerca de la realidad que, muchas veces, puede estar distorsionada de acuerdo con el contexto y la manera de transmitir la información.

En el caso de los jóvenes, estos son considerados nativos digitales al tener acercamientos con la tecnología en diferentes niveles, por ende, es preciso conocer sus experiencias y usos, y estudiar, a fondo, el impacto producido por el uso de estas herramientas.

En función de este punto, observar cómo los jóvenes han adquirido sus conocimientos al vincular las TIC con el logro de incorporar un currículo oculto, donde se han logrado consolidar los aprendizajes invisibles que tienen relación con la obtención de nuevos saberes sociales a partir de la interacción en red (Cobo y Movarec, 2011), permite analizar la influencia de estas

herramientas en los sistemas sociales. Frente a otros grupos poblacionales, las empresas también han incursionado en el uso de estas plataformas digitales, lo que ha demostrado que estas pagan *posts* promocionales, utilizan servicios de publicidad o crean una *fan page* gratuita. Así, “los *posts* del *fan pages* se difunden al público en general y a los usuarios que se suscriben a esta, seleccionando el ícono “Me gusta” en la misma (Shin, Lee y Hall, 2014)” (Sánchez, 2018, p. 8).

En esta línea de ideas, en la mayoría de los países, al momento de gestionar los medios de comunicación como puente para la toma de decisiones, los Gobiernos utilizan expertos, especialistas en relaciones públicas o profesionales en *marketing*. Estos profesionales trabajan junto con el nivel ministerial y los portavoces encargados de las relaciones con los medios en las oficinas correspondientes, además, están presentes en el proceso de toma de decisiones como método óptimo para participar profesionalmente (Naveh, 2002).

Algunos autores en diferentes escritos han llegado a concebir como relevante, desde los sistemas de educación, valorar las apropiaciones desarrolladas en los “espacios no formales e informales de la comunicación, con el fin de responder a los contextos de los actores del proceso educativo se enfrentan en el cotidiano (Nehls y Livengood, 2017; Martínez-Argüello, Hinojo-Lucena y Díaz, 2018)” (Hermann-Acosta, 2019, p. 216). Esta reflexión viabiliza considerar las redes sociales, así como cualquier plataforma, como herramientas para la circulación de información y contenido de todo tipo, lo que las puede convertir en formas de aprendizaje que, de no contener un sentido de responsabilidad social inmerso, pueden influir, directamente, en ámbitos y esferas trascendentales en la sociedad.

En concordancia con lo anterior, garantizar los mecanismos de control en el uso responsable de este tipo de contenido digital, el que circula, diariamente, de manera global, requiere un enfoque distinto al de la privacidad, la honra y la distribución de contenido, este que no solo controle la circulación de dicha información, sino que preste especial atención a las formas sutiles de transmitir datos de alto impacto que pueden alterar, controlar, mantener o cambiar determinadas situaciones en donde la política no es menos relevante.

La política exterior y sus características

La política exterior es, según Hermann-Acosta (2019), “la acción intencional que resulta de la decisión a nivel político de un individuo o grupo de individuos. Es el ingenio perceptible de una decisión a nivel político. No es la decisión, sino un producto de la decisión” (p. 216), así, el autor definió la política exterior como el comportamiento de los Estados. En esta línea, para analizar el impacto que puede generar determinada decisión política en el exterior, es clave la participación de los medios de comunicación en esta esfera.

Así como en la esfera individual los medios de comunicación juegan un papel importante en cada país, es responsabilidad de sus gobernantes, como emisores de la información, dar a conocer los temas, con sus respectivos análisis y estudios, para notificar a las personas acerca de lo sucedido con la información pertinente, esta debe ser veraz y efectiva, a fin de no suscitar confusiones a nivel interno en la población y en el público exterior.

Otra definición de la política exterior maneja una perspectiva guiada desde el comportamiento conjunto de los individuos hacia el impacto internacional, de esta manera, es contemplada como el sistema de actividades desarrolladas por las comunidades para cambiar el comportamiento de otros Estados y adaptar sus propias actividades al entorno internacional. La política exterior debe arrojar luz sobre cómo los Estados intentan cambiar el comportamiento de otros Estados (Bojang, 2017); dicha definición también es acertada, no obstante, debe complementarse bajo la premisa de que el comportamiento adoptado por las comunidades debe estar guiado, inicialmente, por una perspectiva política, este comportamiento produce un impacto a nivel internacional y se convierte en una exteriorización de estas políticas que, a su vez, afectan el modo en que otros países interactúan con ellas.

Ahora bien, al adentrarse en la historia de la evolución de la política exterior en un margen global, conviene observar que, desde la Segunda Guerra Mundial, las decisiones y las acciones que se consideran de “política exterior” de los Estados han llegado a constituir un importante campo de investigación en los países occidentales industrializados. Este proceso refleja preocupaciones fundamentales compartidas por los funcionarios y el público en general, esto acerca de las peligrosas consecuencias de percibir, erradamente, las intenciones de otros Estados en un medio internacional altamente impredecible (Hazleton, 1987).

Aunque la formación de las políticas exteriores solo recientemente ha llegado a ser un campo de investigación en sí mismo dentro de las relaciones internacionales, las políticas exteriores han sido analizadas desde los comienzos de la historia escrita. La mayoría de estos relatos han sido estudios de casos o historias diplomáticas, que tienden a ser básicamente descriptivas. Generalmente trataban a los Estados como unidades monolíticas o unitarias, por consiguiente, daban escasas luces acerca de los factores externos e internos causantes de que los Estados siguieran determinados cursos de acción. (Hazleton, 1987, p. 5)

Lo anterior conllevó a analizar que el tema de la política exterior tuvo, naturalmente, un resurgimiento a partir del avance de la globalización, la entrada de la tecnología y la era del internet, lo que posibilitó un mayor intercambio de información. Esto condujo a que se desdibujaran, progresivamente, las ideas monolíticas que planteó Forde (1986), así, se abrió paso al desarrollo de relaciones más cercanas entre los distintos países que se desarrollaron a raíz del intercambio comercial y económico de la globalización digital, lo que obligó a los Estados a fortalecer el manejo de una política exterior sólida.

Por lo tanto, cada Estado tiene la facilidad de desarrollar las acciones oportunas para lograr beneficios externos en todo lo que se refiere a temas de salud, educación, emergencias humanitarias y demás, con el propósito de fomentar el cambio y que los otros Estados ejecuten también estas alternativas, empero, el enfoque solo ha recaído en los aspectos de la política que apuntan a una transformación en el comportamiento existente de los Estados y en los objetivos principales de la política exterior. Ahora bien, la política exterior no siempre alude a cambiar, también es la continuación del comportamiento en diferentes momentos (Bojang, 2017), sumado a ello, Joseph Nye, como se citó en Bojang (2017), explicó que el libre flujo de información transmitida en sociedades abiertas ha tenido un impacto en la opinión pública y la formación de la política exterior, esto al centrarse en ciertos conflictos sobre los derechos humanos y generar presión en el ámbito político.

En este ámbito, cabe mencionar que el campo de la toma de decisiones de política exterior es extremadamente amplio y complejo, por ende, Bacchus (1981) resumió las características del proceso de elaboración de la política tal como se presenta a continuación.

1) Es colectivo, continuo e incierto; 2) involucra la interrelación de grandes organizaciones y de individuos, y muestra considerable complejidad en términos de los problemas que se enfrentan y de la multiplicidad de participantes; y 3) sus productos son desarticulados e incrementales. La vastedad del campo y la cantidad de factores que deben ser explicados hacen que la tarea de formular una teoría general de la elaboración de la política exterior sea muy ardua, hasta ahora el problema no está resuelto. (p. 30-38).

Para tomar decisiones sobre política exterior, es necesario tener claro cuáles son las *características estructurales* del sistema; caso contrario, los costos de las decisiones serán mayores que los beneficios que se obtengan. La mayoría piensa la política exterior en términos de *relaciones exteriores* y no de logro de objetivos en función de los intereses nacionales. Las relaciones exteriores muestran los vínculos, pero no lo alcanzado, es decir, la política exterior es el diseño para lograr objetivos concretos en cuanto a desarrollo e inserción mundial. Teniendo en cuenta el marco global histórico y las características de la estructura en el sistema, es posible discernir cuáles son las características básicas de la política exterior de un país, estas se derivan, por un lado, de la estructura y del régimen internacional y, por otro, de la percepción que de esa estructura tiene la élite gobernante y del modelo de inserción que elabora. Esto es aplicable a toda América Latina; no obstante, este estudio se concentra en el caso colombiano. (Dallanegra, 2012, p. 38)

En este concepto, en el siglo XXI, estar en vanguardia con la onda tecnológica es parte primordial para los entes políticos, esto debido a la gran popularidad, el fácil acceso y la aceptación que esta suscita en las personas, con lo que se debaten diferentes temas políticos de interés general, asimismo, los medios de comunicación más comunes, y que anteceden a este elemento, son la radio, la televisión o el teléfono móvil.

Los medios de comunicación y su proyección en el ámbito de la política exterior

Los medios de comunicación se han convertido en una herramienta fundamental en el desenvolvimiento de la política nacional interior y exterior, y han sido claves para ejercer un impacto profundo en la sociedad, así, el comportamiento de estas en dicha esfera también ha evolucionado a la par de la tecnología. Una muestra es cómo los Estados han dejado de ser los actores unitarios y más importantes de las relaciones internacionales, esto a causa de la fragmentación de poder nacida en la apertura de la agenda global sobre temas distintos a los estratégicos militares, y a la creciente interdependencia económica que ha facilitado el surgimiento de nuevos actores en las instancias decisorias (Tickner, 1998). Por ello, la comprensión de los procesos actuales debe conjugar la configuración y la articulación de estos nuevos actores, no solo en el plano nacional en su vínculo con el Estado, sino en el contexto internacional como parte de lo que Mittelman (1996) sugirió como “la globalización de la sociedad civil” (p. 10).

Por su parte, Madikiza (2007) mencionó que las grandes potencias mundiales también comenzaron a darse cuenta del impacto y la importancia de la opinión pública, el valor de la propaganda (especialmente en tiempos de guerra), y el potencial de los medios en desarrollo como la radio. Por ello, la difusión de ideologías rivales como el liberalismo, el comunismo, el fascismo, y una serie de movimientos islámicos, condujo al uso creciente de los medios de rápido desarrollo, como la prensa y las tecnologías de comunicación, para organizar las actividades transnacionales de los movimientos revolucionarios (Madikiza, 2007).

Igualmente, es preciso recordar que, inicialmente, los medios de comunicación solo prestaban servicio para notificar y dar a conocer temas sobre la guerra, y la participación de la comunidad decrecía por el poco acceso a la información, lo que hacía que se generara más temor y la información no cumpliera con su finalidad, puesto que no se tenía buena cobertura de los mensajes y ningún individuo exteriorizaba la información verídica de lo que sucedía.

Pese a esto, actualmente se evidencia una mayor participación de la sociedad en los temas, especialmente, de carácter internacional, esto gracias al uso de las redes sociales, en donde la política es un medio para la transformación social y para involucrar las opiniones de la sociedad que se encarga de cumplir un doble papel al respecto, uno en el sentido crítico y otro en el sentido activista, lo que motiva la respuesta del Estado frente a temas destacados.

En contraste, se indagó cómo, en las culturas desarrolladas, se manejan diversas ideologías de pensamiento un tanto apartadas, distintas y no hegemónicas, empero, la diferencia consiste en el acceso público del internet que, notoriamente, ha permeado distintas esferas de las sociedades desarrolladas, esto se debe a que el internet, el desarrollo y el acceso tecnológico generan un intercambio de información de un país a otro o de continente a continente, por ende, el flujo informático es más amplio y variado. Al aplicar a este concepto algo de tecnicismo, puede explicarse la transferencia de conocimiento en las organizaciones como el proceso a través del que una unidad, por ejemplo, un grupo, departamento, o división, es afectado por la experiencia de otro (Argote e Ingram, 2000).

En este marco, tal como observaron Argote e Ingram (2000), si bien la transferencia de conocimiento en las organizaciones involucra la realización de este proceso a nivel individual, el problema de llevarlo a nivel organizacional trasciende lo individual para incluir, justamente, transferencias a niveles superiores, por ejemplo, a grupos, líneas de productos, departamentos o divisiones. Esto responde al fenómeno de la globalización, este pareciera hacer ver que no existen limitaciones para el intercambio de información, por lo que se minimizan las barreras geográficas, sociales o culturales, y se tiene la posibilidad de recibir información en tiempo real para observar los fenómenos sociales, los problemas ambientales, las guerras, los actos de terrorismo, etc.; es aquí donde el internet toma un evidente protagonismo respecto con el avance tecnológico.

Análogamente, al analizar el papel de las redes sociales (Facebook, Twitter, YouTube, etc.) en la implementación de la política exterior, Bojang (2017) argumentó que estas, a medida que se hacen más accesibles, llevan a que los actores no estatales y los Gobiernos pueden compartir sus prioridades de la política exterior en un esfuerzo para recibir comentarios, participar en la diplomacia, educar a las personas e intentar influir en resultados de la política exterior, lo que denota que los medios juegan un papel significativo al establecer la agenda pública e influir en la

política exterior; particularmente, Twitter es la red social que ha tenido mayor impacto en el mundo diplomático, en virtud de que se ha presentado como un auspicioso medio a través del que se aporta al trabajo individual y corporativo que realiza la diplomacia tradicional (Díaz, 2014).

Con dicha idea se comprueba que cuanto más frecuente es la consulta de información política en la prensa escrita, la televisión, la radio y el internet, más alto es el grado de afección política, por lo tanto, se debe insistir en que la evidencia empírica agregada brinda su apoyo recurrente a las teorías de la movilización política. En esta medida, la exposición a los medios de comunicación en general no provoca el alejamiento de los ciudadanos de lo político ni incita la desafección política, sino que, en correspondencia con las situaciones, puede promover el compromiso cívico (García, 2006). Esta afirmación resulta ser un alivio al tratarse de temas coyunturales que definen causas justas entre la población de un Estado y promueven la unidad de la sociedad en pro de la generación de alternativas de solución a los fenómenos sociales más comunes entre los Gobiernos, sin embargo, pueden convertirse en un detonante cuando las ideologías se transfiguran en alternativas violentas de destrucción del Estado y causan división, actos vandálicos, entre otros.

En este punto es vital la información que otros países obtengan acerca de cómo se tratan temas coyunturales de actualidad en determinado Estado, y más cuando esta es afín con la de los países expectantes o, por el contrario, difiere de sus prácticas y fines, pues, conforme con la información que proyecta cierto Estado frente a una situación, depende su relación con los demás países en el mundo en la esfera internacional. Esta percepción concuerda, claramente, con la idea de Maffesoli (1990), quien sostuvo argumentos sobre el papel de los medios de comunicación en la política exterior, puesto que allí se acaba la distinción sujeto-objeto, y el individuo ya no es el todopoderoso, sino un objeto entre otros intercambiable a voluntad.

Por otra parte, los recursos económicos y las políticas gubernamentales nacionales han determinado las oportunidades y las capacidades para la comunicación de las personas, no obstante, en las redes de comunicación solo monopolizaban el Gobierno, los militares, las empresas y las áreas administrativas, en vista de que, en los hogares, las ubicaciones públicas y demás, la información llegaba un poco más tarde.

A pesar de esto, actualmente la cobertura de las redes avanza y las personas se actualizan en cuanto a la tecnología, por lo que tienen información al día de lo que sucede en el país (Mansell y Raboy, 2011). Este avance ha contribuido a la solución del ocultamiento de información por parte de los Estados, no solo frente a sus semejantes, sino ante la población residente; el respecto, ocultar información de lo que afecta a cada Estado es complicado en el mundo tecnológico presente, porque la gran cobertura de las redes sociales y los medios de comunicación a nivel mundial ha permitido que los individuos puedan estar al tanto de lo que sucede en cada país, esto mediante buscadores como Google.

Actualmente, las personas no solo quieren estar al tanto de la información, también son emisoras al estar dispuestas a opinar sobre los temas de interés como los políticos, económicos y culturales que impactan en la sociedad, similarmente, desean ayudar a difundir el mensaje para que las grandes organizaciones brinden soluciones rápidas y eficaces para estos países. Por ello, de acuerdo con Sassen (2007), es posible agregar lo siguiente.

(...) La facilidad de un nuevo tipo de política transfronteriza, centrada en múltiples localidades, pero conectada digitalmente. Las telecomunicaciones crean nuevos vínculos en el espacio que recalcan la importancia de las redes en las relaciones. Los activistas pueden desarrollar redes para circular información basada en el lugar (sobre el medio ambiente local, la vivienda, las condiciones políticas) que puede formar parte del trabajo político y las estrategias que abordan una condición global: el medio ambiente, la creciente pobreza y el desempleo en todo el mundo, la falta de responsabilidad entre las multinacionales, etc. (p. 650)

Equivalentemente, con un solo clic se obtienen beneficios al momento de concluir negocios, así, los trámites son rápidos y se tienen plataformas seguras para llevarlos a cabo, con lo que se facilita el proceso de conocer a las personas. Además, el uso de las telecomunicaciones posibilita hacer un estudio más selectivo para lograr llegar al público objetivo y descubrir lugares donde pueda efectuarse alguna exportación o importación, así como aprender diferentes idiomas; de este modo, se crea un contexto sobre la información de cada persona, por lo tanto, para cualquier organización, brindar una ayuda va a ser mucho más fácil gracias al conocimiento que se tiene sobre cada individuo.

Por esta razón, hoy en día es más fácil saber qué sucede en otro país, qué crisis se viven, qué enfermedades afectan diferentes comunidades, qué personas con las mismas enfermedades llegan a diferentes países, quién interviene militarmente, cuántos niños mueren de hambre y las cifras exactas de cada situación por la que pasan los países. Este es un punto importante, debido a que la información tiempo atrás solo estaba en conocimiento de los altos mandatarios, por ello, el hecho de que hoy en día el público tenga acceso a tal información es clave para que fundaciones, ONG, la ONU u otras organizaciones intervengan en esos asuntos de interés social y presten su ayuda.

Desde la posición de Kaul (2011), el sector de telecomunicaciones e internet, radio, televisión y cine ha generado la mayoría de los activos en el impulso actual para la globalización de la producción, los mercados y el comercio, pues aunque varía entre los subsectores, su tasa de expansión ha sido fenomenal, y la centralización de la propiedad ha sido una de las más marcadas; así, la transición de la propiedad pública nacional a la propiedad privada global es casi total y el comercio internacional, facilitado este por el cambio de marca de los servicios de telecomunicaciones como "bienes comerciables", se ha expandido rápidamente (Kaul, 2011).

Es por esto que se debe recurrir a un concepto imparcial de la comunicación y los medios, lo que es poco estratégico aun cuando cada uno depende del otro para lograr buenos resultados dentro del ámbito político, esto con base en que las tecnologías cambian cómo el poder y el control se distribuyen para redistribuirlos y alejarse de las élites centrales. Ahora bien, la constante evolución de la sociedad de la información pone a las organizaciones internacionales el reto de defender y mantener los principios de los derechos humanos en los entornos *online*, por lo tanto, para hacer frente a estos desafíos, el Consejo de Europa ha desarrollado diversos convenios y recomendaciones, uno de esos documentos es la Convención sobre el Delito Cibernético (2001).

Pese a ser más común encontrar, en los medios de comunicación, intervenciones de candidatos del Estado o personas del Gobierno en la ejecución de debates para facilitar información de lo realizado y de la intención de dar solución a cada uno de sus conflictos dentro o fuera de las comunidades a las que pertenecen, en ocasiones, la toma de decisiones colectivas da más poder al ciudadano y ayuda a los políticos a tomar decisiones justas y más rápidas, lo que crea una forma más eficiente y una sociedad productiva que puede manejar mejor los problemas.

Por consiguiente, se tiene un gran impacto en la sociedad en su conjunto y el cambio en la forma de pensar y actuar de las personas frente a los procesos democráticos y de toma de decisiones (Anastasiadou, 2018), sin embargo, aun cuando la tecnología permite que los individuos estén más informados en cuanto a los asuntos políticos y participen en ellos, es vital el control que los Gobiernos tomen al respecto, en vista de que sus decisiones y políticas deben estar guiadas hacia un impacto global.

Manejo de la política exterior en Colombia y los medios digitales de comunicación

“Una característica dominante e histórica de la política exterior de Colombia –sin grandes diferencias con las de otros países en la región– es la inserción "racional" dependiente de la principal potencia de rango mundial” (Dallanegra, 2012, p. 38).

El concepto de “inserción racional dependiente” implica, no solo un vínculo de filiación en relación con la potencia hegemónica, sino fundamentalmente, la idea de que la élite dirigente y pensante tiene la percepción de que mantener lazos de subordinación es más adecuado para los intereses del país, que adoptar conductas autónomas. (Dallanegra, 2012, p. 42)

Las relaciones de Colombia con el resto del mundo han estado fuertemente influidas por sus vínculos con Estados Unidos. Hay una convicción generalizada en las élites políticas, económicas e intelectuales, de que la vinculación dependiente es deseable como estrategia para ubicar al país en posiciones de privilegio internacional, sin embargo, Colombia, como América Latina, ha sido y es más "objeto" que "sujeto" en la escena internacional. Sus relaciones con Estados Unidos obedecen a lógicas que nada tienen que ver con el orden vigente, sino con opciones políticas y decisiones de la élite dominante que “arrastran al Estado en la dirección de sus intereses”. (Dallanegra, 2012, p. 38-39)

En este orden de ideas, la relación de dependencia de Colombia con Estados Unidos, en lo que tiene que ver con la política exterior, es con la cooperación que este último país brinda en razón de la terminación del conflicto armado interno.

Empero, el hecho de que Colombia esté hegemónicamente ligada y subyugada a las políticas de Norte América, ha influido, considerablemente, en sus relaciones con los demás países de

América Latina (González y Godoy, 2007), por ejemplo, en el Gobierno de Álvaro Uribe sucedió lo siguiente.

La cooperación de los Estados Unidos en materia de seguridad implicaba necesariamente el fortalecimiento del ejército colombiano. Debido a que algunas zonas afectadas por el conflicto eran fronterizas, se militarizaron varios linderos cercanos a los vecinos, lo que condujo a una desconfianza importante entre los países de la región. Además, actitudes internacionales adoptadas por el gobierno colombiano como el apoyo a la incursión militar en Irak, mientras ningún otro país de Suramérica lo hizo, aumentaron el clima de tensión e inestabilidad con la región (González y Godoy, 2007). (Galeano et al., 2019, p. 77)

En concordancia con Cepeda y Pardo (1989), esta relación de subordinación con Estados Unidos se mantuvo en los años posteriores a la Segunda Guerra Mundial, solo que ahora incorporaba un nuevo elemento: el apoyo al anticomunismo, liderado este por el país norteamericano en el contexto de la Guerra Fría y a cambio de la inversión para el desarrollo económico.

El único aspecto en el que la política exterior de Colombia se distanció de las directrices de Estados Unidos fue en el procedimiento del tema de los derechos humanos en la ONU. Colombia, a partir del 2004, se abstuvo de votar en todas las resoluciones condenatorias hacia Estados violadores del tema. Esta abstención tenía dos objetivos: por un lado, evitar que en el futuro se le cuestionara por su actuación interna y, en caso de que así fuera, tener aliados que lo defendieran en gratitud por no haber apoyado las resoluciones en cuestión. Por otra parte, tenía como objetivo mantener activos los lazos con Estados Unidos y evitar pugnas al favorecer la abstención en resoluciones en las que Washington usualmente votaba en contra (Borda, 2004). (Galeano et al., 2019, p. 70)

La política exterior colombiana inició, en gran medida, como una respuesta a la agenda exterior de acuerdo con las tendencias de ese periodo de diversificación de dicha agenda de la nación, y siguió las tendencias regionales de cada periodo, esto planteó la necesidad de desarrollar herramientas analíticas y prácticas para orientar el nuevo papel que el país aspiraba a desempeñar en el mundo (Tickner y Borda, 2011).

Precisamente, dichas tendencias conducen a acudir al manejo de la diplomacia como parte fundamental de estos procesos, entendida esta como la tarea de comunicación de un país con el público extranjero, es decir, son los programas dirigidos a influir la opinión pública exterior (Mannheim, 1994), este comprende todas las actividades de los actores del Estado o del no-Estado que contribuyen a aumentar o mantener el poder blando de una nación (Noya, 2006).

Por lo tanto, la Diplomacia Pública se dirige solo al público extranjero, pero esto no implica que el ciudadano local no se encuentre informado, aun así, el objetivo principal es promover el interés nacional mediante la adecuada información e influir en las audiencias extranjeras para lograr una comprensión y entendimiento mutuo (Marini, 2008). Asimismo, el conocimiento y tener dominio de la información siempre ha sido una fuente de poder, pero la forma de manejarlo también es parte de la estrategia.

En esta óptica, aunque la República de Colombia no tiene un programa específico de intereses y relaciones en el tema como otros países, las acciones y las actividades respectivas las ejecuta bajo 2 vías complementarias, la primera en un ámbito socioeconómico con la estrategia de marca-país (Noya, 2007) llamada “Colombia es pasión”, en el que Procolombia (antiguamente Proexport) ha sido el encargado de transmitir, internacionalmente, esta imagen, y la segunda se ha denominado reposicionamiento político en un ámbito político-cultural a través de las embajadas, esto bajo los preceptos y las estrategias de la política exterior, en otras palabras, un marco mucho más amplio y variado que las limitaciones de implementación de un plan específico. La estrategia utilizada depende del país en cuestión y de los temas que el Gobierno de Colombia está interesado en relacionar con el Estado receptor; en este punto, el uso de los medios de comunicación digital se vuelve clave para compartir el mensaje a partir de este tipo de estrategias.

Además, con las redes sociales, la diplomacia digital opera con otros instrumentos, entre estos se encuentran las páginas web como *blogs*, las bases de datos, las plataformas de *crowdsourcing* y los foros de ideas e *intranets*. En el caso específico de Colombia, el empleo de estas plataformas aún no está a la par con el de otros países, por ello, generar un cambio demanda de una inversión y de profesionales capacitados (Díaz, 2014).

Reflexión

Conforme con el paso del tiempo, los medios de comunicación y el internet han evolucionado con nuevas alternativas para generar un control más eficiente en cuanto a las publicaciones, las entrevistas y los demás eventos donde la participación de los medios digitales va enfocada en llegar al público objetivo.

Las tomas de decisiones por parte del Gobierno en esta era digital hacen que las carreras centren su plan de estudio en cumplir con esta demanda, en donde se necesita personal profesional para investigar, demostrar y participar en todos los temas que tienen que ver con la política exterior y con la ejecución del plan de *marketing* digital.

En suma, Colombia debería invertir en el desarrollo tecnológico y en profesionales afines a estas carreras, análogamente, dejar que los jóvenes innoven en las plataformas con los patrones de colores, letras y demás para que las publicaciones sean más interesantes y la participación mejore, con la finalidad de lograr una participación política al nivel de los demás países; de este modo, las nuevas inversiones a internet y a personal capacitado son una ganancia que se verá reflejada con los acuerdos y las inversiones que lleguen a Colombia.

Conclusiones

Los medios masivos de comunicación son un referente internacional que fortalece las posturas del Gobierno y da paso a que este se prepare para la nueva era global, esto en consideración con su influencia en los asuntos mundiales; para tal efecto, se hace uso de medios digitales y de personal capacitado en el tema, con la intención de definir qué es lo más conveniente para llegar a la comunidad.

Similarmente, en relación con el asesoramiento a las organizaciones políticas sobre los cambios que deben crear para mejorar su imagen frente a la opinión pública, estas deben realizar seguimiento a los procedimientos a tratar con los otros Estados, controlar sus redes sociales, pues ellas hacen parte importante dentro y fuera de la entidad política, y crear *posts* y videos con la información adecuada para un público objetivo.

En este sentido, se mostraron las habilidades adquiridas en la universidad dentro de la práctica, tales como implementar distintas estrategias de *marketing* político dentro de la entidad para mejorar la reputación de esta y cómo dicha entidad se daba a conocer ante el público. De esta manera, se evidenció la participación, como investigadora, en los diferentes eventos públicos y privados, y en las capacitaciones y los cursos; equivalentemente, dentro del margen del protocolo, se implementaron las estrategias vistas en la universidad, por ejemplo, la logística en los eventos y el manejo de redes sociales.

Al tiempo, se determinó que poseer contactos con empresas de diferentes sectores como turismo, alimentos o servicios, puede ayudar con la imagen de una entidad política, puesto que estos cooperan con la participación dentro de sus instalaciones, y permiten una presentación a través de sus medios de comunicaciones para que más personas conozcan sobre sus productos y servicios. Hacer parte de todo este proceso ayudó con el mejoramiento de las relaciones interpersonales, y con el planteamiento de estrategias digitales de *marketing* político necesarias para cumplir con las actividades.

Para concluir, la comunicación se da en todos los campos de socialización de los seres humanos, por lo tanto, los medios de comunicación no son únicamente la televisión, la radio, la prensa y el internet, también se encuentran en todos los ámbitos, lo que se denotó en la práctica; en otras palabras, desde estar presente en una conferencia de política exterior hasta la participación en algún evento fue determinantes para realizar este artículo, todo esto hizo posible generar este tipo de relaciones políticas con los medios de comunicación, estos como conceptos vistos durante dicha práctica.

Bibliografía

- Anastasiadou, M. (2018). *What is the impact of information systems on democracy promotion and the role in decision-making process*. NOVA Information Management School.
- Arab, L., y Díaz, A. (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 26(1), 7-13.
- Argote, L., y Ingram, P. (2000). *Knowledge transfer: a basis for competitive advantage in firms. Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 82, 150-169.
- Bacchus, W. (1981). El contexto de la elaboración de política exterior. En *la toma de decisiones hacia América Latina*. Cuadernos Semestrales del Instituto de Estudios de Estados Unidos.
- Bojang, A. (2017). *The study of foreign policy in international relations. Journal of Political Sciences & Public Affairs*, 6(4), 1-9.
- Cepeda, F., y R. Pardo. (1989). La Política exterior colombiana (1930- 1946) y la política exterior colombiana (1946- 1974). En *Nueva Historia de Colombia* (p. 9-28). Editorial Planeta.
- Cobo, C., y Moravec, J. (2011). Aprendizaje invisible. Hacia una nueva ecología de la educación. *Collección Transmedia X*.
- Dallanegra, L. (2012). Claves de la política exterior de Colombia. *Latinoamérica. Revista de estudios Latinoamericanos* (54), 37-73.
- Díaz, R. (2014). Las TIC y las relaciones internacionales: apuntes para la reflexión. *Revista de Estudios Estratégicos*, 93-116.
- Forde, S. (1986). *Thucydides on the causes of Athenian imperialism. American Political Science Review*, 80 (2), 433-448.
- Galeano, H., Badillo, R., y Rodríguez, M. (2019). Evolución de la política exterior de Colombia en el periodo 2002-2018. *OASIS*, 29, 57-79.
- García, O. (2006) ¿Comunicando desafección? La influencia de los medios en la cultura política. FONTAMARA-EGAP.
- Gibson, W. (1994). *Neuromante*. Minotauro.
- González, R., y Godoy, H. (2007). En busca de aliados para la ‘seguridad democrática’: la política exterior del primer año de la administración Uribe. *Investigación y Desarrollo*, 15(1), 150-169.
- Grifeu-Castells, A. (s.f.). Evolución del género documental y del medio digital. En *el documental interactivo como nuevo género audiovisual* (págs. 38-94). Obtenido de

- http://www.agifreu.com/web_dmi/articles/El_documental_interactivo_cap-2_Arnau_Gifreu.pdf
- Hazleton, W. (1987). Los procesos de decisión y las políticas exteriores. En *análisis y formación de la política exterior* (p. 4-24). Anuario RIAL.
- Hemer, O., y Tufte, T. (2005). *Media y glocal change. Rethinking Communication for Development*. Clacso. Obtenido de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/coediciones/20100824061923/glocal.pdf>
- Hermann-Acosta, A. (2019). Reflexiones y perspectivas sobre los usos de las redes sociales en educación. Un estudio de caso en Quito-Ecuador. *Información tecnológica*, 30(1), 215-224.
- Kaul, V. (2011). *Globalisation and media. Journal of Mass Communication y Journalism*, 1(1), 1-8.
- Kosselleck, R. (2002). *The practice of conceptual history. Timing history, spacing concepts*. Stanford University Press.
- Madikiza, L., y Bornman, E. (2007). International communication: shifting paradigms, theories and foci of interest. 1-68. Obtenido de <http://uir.unisa.ac.za/bitstream/handle/10500/5400/International%20Communication%20article%205.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Maffesoli, M. (1990). *El tiempo de las tribus*. Icaria.
- Mannheim, J. (1994). *Strategic public diplomacy y american foreign policy*. Oxford University Press.
- Mansell, R., y Raboy, M. (2011). *The handbook of global media and communication policy*. Wiley-Blackwell.
- Marini, M. (2008). La diplomacia pública, una oportunidad para recontar la Argentina a los italianos. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos58/diplomacia-publica/diplomacia-publica.shtml>
- Martin, M. (2007). Evolución e historia en el desarrollo de la comunicación humana. En *teoría de la comunicación. La comunicación, la vida y la sociedad* (págs. 161-164). McGraw-Hill Interamericana de España.
- McLuhan, M. (1969). *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*. Editorial Diana.
- Mittelmann, J. (2000). *The dynamics of globalization*. En J. M. (ed.), *Globalization: critical reflections*. International Publical Economy Yearbook.
- Moragas, S. (2011). Interpretar la comunicación. *Estudios sobre medios en América y Europa*. Gedisa, S.A.

- Naveh, C. (2002). *The role of the media in foreign policy decision-making: a theoretical framework*. *Conflict and Communication*, 1(2), 1-14.
- Noya, F. (2006). Una diplomacia pública para España. En *documentos de trabajo* (p. 1-32). Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos.
- Noya, F. (2007). Diplomacia pública para el siglo XXI. La gestión de la imagen exterior y la opinión pública internacional. Ariel.
- Ruíz, M. (2014). Introducción. En E. Pérez, R. Rubio, y J. M. (eds.), *La diplomacia pública como reto de la política exterior* (p. 7-9). Escuela Diplomática de España.
- Sánchez, M. (2018). Identificación de usuarios influyentes en Facebook. *Dimensión Empresarial*, 16 (2), 7-20.
- Sassen, S. (2007). *Local actors in global politics*. *Current Sociology*, 52(4), 649-670.
- Skeels, M., y Grudin, J. (2009). *When social networks cross boundaries: a case study of workplace use of Facebook and LinkedIn* [Conferencia]. *Proceedings of the ACM 2009 International Conference on Supporting Group Work* (págs. 95-104). Florida: ACM.
- Tickner, A. (1998). Colombia frente a la globalización y la inserción internacional ¿Una segunda oportunidad sobre la Tierra? Colombia Internacional. *Centro de Estudios Internacionales*(43), 28-40.
- Tickner, A., y Borda, S. (2011). Relaciones internacionales y política exterior de Colombia. Universidad de los Andes.
- Vidal, M., Niurka, M., y Hernández, L. (2013). Redes sociales. *Educación Médica Superior*, 27(1), 146-157.