

SANDRA BORDA GUZMÁN

investigadora y Coordinadora del Centro de Estudios Políticos e Internacionales de la Universidad del Rosario. Profesora de las Facultades de Ciencia Política y Gobierno y de Relaciones Internacionales de la misma Universidad

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y POLÍTICA EXTERIOR: UNA APROXIMACIÓN TEÓRICA*

En este artículo se busca llevar a cabo un análisis sobre las diferentes aproximaciones teóricas existentes en el estudio de los medios de comunicación. Estos se encargan de la difusión de información de diversa naturaleza : política, económica, cultural, social, deportiva, etc. Este texto intenta lograr un análisis sobre la forma como las diversas teorías de los medios de comunicación asumen, entienden y analizan la difusión por parte de los medios de un tipo de información específica : la internacional. Es preciso decir también, que en este trabajo además del énfasis en lo internacional, también existe una inclinación explícita al análisis de la labor informativa desde los medios de comunicación de naturaleza escrita.

Una de las síntesis más completas de análisis teóricos de los medios de comunicación es la de Denis McQuail. En su libro "Introducción a la teoría de la comunicación de masas" se aproxima a lo que él denomina los enfoques alternativos de la teoría de la comunicación de masas¹. Por ser éste un intento que hace referencia a casi todas las escuelas y aproximaciones teóricas de los medios de comunicación, va a ser utilizado para ordenar este análisis sin perjuicio de que propuestas adicionales provenientes de otros autores o escuelas sean tenidas en cuenta como adición dentro de este marco general o en forma alterna al mismo.

Según McQuail, en un gran grupo, el de las teorías o enfoques totalizadores, se ubican la teoría de la sociedad de masas, los enfoques marxistas y la teoría crítica, la teoría estructural-funcionalista y las teorías normativas de los medios de comunicación.

* Este artículo hace parte de un avance de investigación del proyecto financiado por la Universidad del Rosario y llevado a cabo en el Centro de Estudios Políticos e Internacionales de la misma Universidad titulado "Medios de Comunicación y Política Exterior", 1999.

¹ McQuail, Denis, "Introducción a la teoría de la comunicación de masas", Ediciones Paidós, España, 1983.

La sociedad de masas

La teoría de la sociedad de masas, según este autor, "subraya la interdependencia de las instituciones que ejercen el poder y, por tanto, la integración de los medios de comunicación en las fuentes del poder y las autoridades sociales. Lo probable es que el contenido esté al servicio de quienes detentan el poder económico y político y, si bien no es de esperar que los medios de comunicación ofrezcan una versión del mundo crítica o alternativa, su tendencia será la de colaborar o acomodar al público subordinado a su sino"(McQuail, Pp. 69-70).

El concepto de masas y su aplicación a esta teoría, sin embargo, tiene una trayectoria algo más compleja. La ilustración y el racionalismo dieron un gran poder a la voluntad popular pero al mismo tiempo, lo supeditaron a la razón humana. El romanticismo otorgó al pueblo funciones más complejas en el ámbito de lo cultural y artístico pero social y políticamente, lo convirtió en una entidad abstracta difícil de asir en términos históricos.

Para el siglo XIX el concepto fue abordado en formas distintas desde la izquierda y la derecha. Desde la primera, como clase social, como conjunto de actores y espacios políticos marginales o aceptados, y desde la segunda, simplemente como

masa. En esta última acepción, la de masa, Tocqueville es quizás uno de los precursores más reconocidos gracias a su preocupación por lo que denominó la "dictadura de la mayoría". La masa, para la derecha, se convirtió desde entonces en una amenaza para el orden imperante.

Posteriormente, con la aparición de los medios de comunicación, "las creencias se ubican en el espacio de la *comunicación*, de su circulación en la prensa. La masa es convertida en *público* y las creencias en *opinión*. El nuevo objeto de estudio será pues el público como efecto psicológico de la difusión de opinión, esto es: aquella colectividad cuya adhesión es solo mental. Es la única posible en una sociedad reducida a masa, conglomerado de individuos aislados y dispersos"². Alrededor de la aparición de los medios, esencialmente de la prensa escrita, también tienen lugar reacciones adversas. Citando a Spengler, Martín-Barbero afirma que "el periódico hace que cada cual piense lo que le hagan pensar. El periódico puede así ser a la vez el mayor exponente de la civilización moderna y la expresión más acabada de la muerte de la cultura" (Martín-Barbero, P. 42).

Las percepciones de la izquierda y la derecha fueron superadas por el tránsito en Estados

² MARTÍN-BARBERO, Jesús, "De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía", P. 38.

Unidos durante la década de los 40's y 50's a la cultura de masa, producida por los medios de comunicación masivos. Los nuevos espacios de socialización ya no son la familia o la escuela, sino la televisión, el cine, etc. La identidad no lograda alrededor de lo político, se hizo realidad alrededor de los medios de comunicación aunque ello no significa la automática disolución de la posibilidad de conflicto. De hecho, y de aquí hacia el futuro, "... *masa* debe dejar de significar en adelante anonimato, pasividad y conformismo. La cultura de masa es la primera en posibilitar la comunicación entre los diferentes estratos de la sociedad. Y puesto que es imposible una sociedad que llegue a una completa unidad cultural, entonces lo importante es que haya circulación. ¿Y cuándo ha existido mayor vinculación cultural en la sociedad de masas? Mientras el libro mantuvo y hasta reforzó durante mucho tiempo la segregación cultural entre las clases, fue el periódico el que empezó a posibilitar el flujo, y el cine y la radio los que intensificaron ese encuentro" (Martín-Barbero, P. 45).

La teoría de la sociedad de masas aporta numerosos elementos que pueden ser importantes en el estudio de la relación existente entre el desempeño de los medios de comunicación y la política exterior. En primer lugar, su insistencia en la estrecha relación entre las instituciones que ejercen el poder y los medios de comu-

nicación, puede en parte explicar las razones por las cuales la información internacional a la que normalmente se tiene acceso, es en la mayoría o en casi todas las ocasiones, proveniente de fuentes de carácter gubernamental o estatal. La verdad expuesta por los medios en este campo, es casi siempre, la verdad oficial.

La divulgación casi exclusiva de la versión oficial en este campo, puede ser explicada por el presupuesto de la teoría de masas acerca de la vinculación entre medios y poder, pero también puede ser el resultado de la naturaleza de otro actor importante en el proceso informativo: la masa convertida en público espectador de los medios. Un público desarticulado, resultado de una sociedad civil desordenada y prácticamente inexistente, no tiene capacidad ni de opinión, ni de proveer información y por tanto, frustra el proceso de circulación del que habla Martín-Barbero. El público, tan organizado y con tanta capacidad de reacción en los asuntos de carácter doméstico, pierde su capacidad de respuesta y su función de interlocutor frente a los medios en los asuntos de política internacional. En este ámbito, predomina la actitud de un espectador pasivo al que se llena con información como a un recipiente.

¿Qué explica entonces la permanente apatía del público y de la sociedad en general hacia los

asuntos internacionales? La respuesta puede encontrarse simultáneamente en dos espacios íntimamente ligados el uno con el otro: de un lado, la ausencia de un interés real en estos asuntos por considerarlos –erróneamente– demasiado alejados de la propia cotidianidad personal, y de otro, la deficiencia de la información difundida por los medios de comunicación sobre esta materia. Aquí el dilema es entonces uno ya bien conocido: ¿qué fue primero, el huevo o la gallina?: ¿la información internacional en los medios de comunicación es deficiente porque a la gente no le interesa profundizar ni conocer más sobre estos temas, y por tanto, “no vende”? ó ¿a la gente no le interesa ahondar en estos temas porque gracias a la deficiencia informativa y analítica de los medios, no logra entender que son asuntos de vital importancia para su propia existencia y cotidianidad?

Imposible lograr una respuesta concluyente. Se trata de un círculo vicioso que es necesario romper en algún lado y siendo pragmáticos, es necesario romperlo por dónde sea más fácil hacerlo. Y aquí el argumento es simple: es más fácil generar desde los medios, mediante la intensificación en la divulgación y el análisis de los hechos y procesos internacionales, un interés en este espacio específico; que esperar a que el público *motu proprio* y como por generación espontánea, empiece a interesarse en los asuntos internacionales y por ende, a demandar mayor información y

mayor análisis de los medios. Esperar a la segunda alternativa, es someter al público a una eterna desinformación en materia de política internacional. Una vez dado el primer paso, es probable que el público así como logra articularse algunas veces con más facilidad que otras, alrededor de los asuntos nacionales, también logre hacerlo alrededor de los internacionales y de esta forma, se convierta en un actor más en el proceso de circulación de este tipo de información, y con el tiempo, también en una fuente esencial de consulta.

La política internacional cada día gira menos alrededor de los Estados y más alrededor de actores no gubernamentales y de diversa naturaleza. Por las razones anteriormente explicadas, en el ámbito de los medios de comunicación aún predomina un cierto monopolio de los gobiernos en el tratamiento de asuntos internacionales. Un rompimiento en el círculo descrito, tendría como resultado un cubrimiento por parte de los medios de un escenario internacional más parecido al real: donde actores distintos a los Estados juegan papeles de cada vez mayor importancia.

Desde el Marxismo

El segundo grupo, el de los enfoques marxistas y la teoría crítica, parte de una idea básica expuesta en la *Ideología Alemana* de Marx: “las ideas de la clase dominante son en todas las épocas las ideas dominantes”.

De esta forma "los medios de comunicación, al ser una institución de la forma predominante de la sociedad de clases, transmitirán una visión del mundo acorde con los intereses de la clase dominante y más o menos coherente con el saber (o ideología) que producen y difunden otras instituciones. (...) Desde esta perspectiva, el estudio de la comunicación de masas consiste en desenmascarar y poner al descubierto los complicados mecanismos mediante los que, en la sociedad capitalista, se maneja la producción, la distribución y el consumo del contenido ideológico, sin recurrir al uso coactivo de la fuerza del estado" (McQuail, Pp. 70-71).

Desde este punto de partida, se dan cuatro variantes de la escuela marxista: la teoría político-económica de los medios de comunicación, la teoría de la hegemonía, la Escuela de Frankfurt y el enfoque socio-cultural.

La primera, *la teoría político-económica* de los medios de comunicación, hace énfasis en la estructura económica o de propiedad de los medios y la forma como ello permea y condiciona el contenido ideológico de los mismos. Su proyecto investigativo se encamina al estudio de la estructura de la propiedad de los medios y la forma como en este espacio funcionan las fuerzas del mercado. Los medios, aunque parte del sistema político, también son un actor esencial en el sistema económico. Este esquema afecta seriamente la cantidad y

calidad de las fuentes independientes con que cuentan los medios y consecuentemente, ignora a sectores menos favorecidos y minoritarios por no constituirse en mercados sólidos y seguros, en consumidores de información.

La *teoría de la hegemonía* centra su propuesta precisamente en la variable ideológica relacionada con el concepto de clase. Esta teoría piensa en los medios de comunicación como un mecanismo que facilita la sobrevivencia y consolidación de esta hegemonía, así como su reproducción, consiguiendo además la conformidad de aquellos sectores que no se constituyen en hegemones.

Más allá, Martín-Barbero asegura que son dos los avances que tienen lugar cuando la variable hegemónica es incorporada en el estudio de la comunicación masiva. En primer lugar, la superación del estudio de la comunicación sobre la base exclusiva de los medios; y en segundo lugar, la ruptura con respecto a la idea de la cultura de masa como una forma de degradación de la cultura. En medio de este proceso, la gestación del Estado, el mercado y las diferentes culturas nacionales, son variables de gran importancia. Especialmente la aparición del Estado Moderno, hizo que los medios actuaran al mismo tiempo como agentes enculturadores y unificadores de lo nacional.

De otro lado y ya en el plano internacional, la cultura de

masa en su versión global, no tiene lugar sino hasta cuando la expansión de la economía estadounidense sumada a la idea de libertad de empresa y de comercio, proporcionan la materia prima para el imaginario de los medios propuesto por Estados Unidos. Así, "la relación entre cultura y medios de comunicación en Norteamérica (...) debe ser abordada articulando dos planos: el de lo que los medios reproducen —un particular estilo de vida— y el de lo que producen —la gramática de producción con que los medios *universalizan* un modo de vivir" (Martin-Barbero, Pp. 154-155).

La *Escuela de Frankfurt* sustituye los enfoques economicistas, políticos o ideológicos por una aproximación de carácter histórico. Para esta escuela los medios son un mecanismo del sistema, funcional a la necesidad de este último de contener el cambio; la cultura de masas, entonces, "universal y comercializada, sería el principal medio gracias al cual habría alcanzado este éxito el capital monopolista. (...) La teoría de los frankfurtianos afirma la subordinación de la persona y la clase a la determinación de las imágenes y los planteamientos comunes al conjunto del sistema" (McQuail, Pp. 74-75). Esta escuela, afirma, que la llegada a las masas de información que hasta ahora se consideraba demasiado lejana e inasible, va a propiciar la creación de demandas por igualdad que se van a convertir en su esencia.

Finalmente, *el enfoque socio-cultural* insiste más en los efectos, en la forma que adquiere la cultura de masas al interior de los diversos grupos sociales (jóvenes, clase obrera, minorías étnicas, etc.) y al mismo tiempo, observa e intenta explicar cómo la cultura de masas logra "integrar y someter a los elementos sociales potencialmente desviados o inconformistas" (McQuail, P. 75).

Desde estas distintas aproximaciones del marxismo se proponen, en primer lugar, tres términos sobre los cuales es necesario elaborar algunas reflexiones: clase social, ideología y hegemonía. A pesar de que todos ellos puedan guardar alguna relación con la información que se divulga desde los medios, su relación con el proceso de gestación de la política exterior, al menos en Colombia, no es tan clara. Ya es un lugar común, la afirmación de que la política exterior colombiana ha sido formulada sobre la base del consenso partidista. Si a ello se añade que el actual sistema de partidos colombiano no puede ser traducido en términos de clases sociales, bien puede decirse que la política exterior del país no ha sido permeada por ninguna de estas dos variables y por ende, su cubrimiento desde los medios no puede ser evaluado desde esta perspectiva. En otras palabras, el estudio de la política exterior en Colombia no es ni puede ser atravesado por un marco analítico marxista o de clases y por tanto, una

aproximación a la divulgación de información internacional, tampoco es analizable desde este marco conceptual.

Si la propuesta sobre la hegemonía se traslada del proceso social interno al proceso político internacional, ésta puede jugar un papel importante en el cubrimiento que los medios hacen de lo internacional. Como lo señala Enrique Santos en su ensayo en la Nueva Historia de Colombia, la prensa escrita en el país no es sino el reflejo casi exacto de la realidad nacional, "por ello mismo, las tendencias de la política exterior colombiana se reproducen constantemente en las posiciones y reacciones que se adoptan desde los medios de comunicación"³. La cercanía a Estados Unidos como hegemón del área americana y el alineamiento casi irrestricto e histórico de la política exterior colombiana a las decisiones de Washington, ha sido una tendencia de la política exterior del país que se ha reproducido en la difusión de la información por parte de los medios. A excepción de los casos en los que la soberanía nacional se ve seriamente amenazada, la posición de la prensa colombiana es muy cercana a la oficial de Estados Unidos. Adicionalmente, no se percibe ningún tipo de propuesta alternativa al orden internacional, o al menos continental, imperante. El concep-

to de hegemonía, a diferencia del de clase social o ideología, si es bastante familiar para los medios de comunicación y el tratamiento que le dan a la información internacional.

Hay dos elementos esenciales de esta propuesta teórica que no pueden pasar inadvertidos. El primero es el relacionado con la estructura económica o de propiedad de los medios de comunicación. En Colombia, los intereses de los grandes grupos empresariales han estado muy vinculados con el desarrollo de los medios sobretodo, radiales y audiovisuales. La prensa escrita recientemente también ha hecho parte de este proceso pero sin duda, ello traerá más al largo plazo consecuencias importantes que hasta ahora es prematuro evaluar. No está claro todavía el tipo de relación existente entre la nueva estructura de propiedad de los medios escritos colombianos y el tratamiento que le dan éstos a la información internacional.

Y en segundo y último lugar, se encuentra la premisa marxista que insiste en que después de la aparición del Estado moderno, los medios de comunicación se constituyeron en agentes enculturadores y unificadores de lo nacional. En el proceso de formación y consolidación de lo nacional, el papel de lo externo como referencia ha sido de gran importancia. Nada más útil

³ Borda Guzmán, Sandra. "Medios de comunicación y política exterior en Colombia" en Revista Colombia Internacional No. 38, Abril-Junio de 1997. CEI, Universidad de Los Andes. Pp. 37.

para invocar la unidad nacional, que las amenazas externas, reales o virtuales. Conceptos como el de soberanía, autonomía, autodeterminación y no intervención, han sido supremamente funcionales para superar las grietas que a nivel social o político puedan tener lugar en el plano de lo doméstico. Ya es conocida, como ejemplo de ello, la táctica de invocar una agresión externa cuando los regímenes internos flaquean o se encuentran en crisis. Los medios de comunicación colombianos no han escapado a esta tendencia. De otra forma, no es posible explicar por qué los dos *issues* más recurrentes en los medios escritos en el país, son el conflicto fronterizo con Venezuela y las múltiples formas geográficas, políticas y militares que él ha adoptado; y, por supuesto, las relaciones con Estados Unidos, y muy especialmente, temas como el de la certificación y la extradición.

La propuesta del estructural-funcionalismo

Este marco conceptual hace referencia en su aproximación general a las "necesidades" que pueden tener lugar a nivel de la sociedad. En esta medida, "hablando de la institución de los medios de comunicación, las presuntas *necesidades* consisten fundamentalmente en la continuidad, el orden, la integración, la motivación, la orientación y la adaptación. La so-

cialidad debe verse como un sistema de partes que funcionan intervinculadas ó subsistemas, uno de los cuales sería los medios de comunicación, cada uno de los cuales hace una contribución esencial al conjunto" (McQuail, P. 76). En otras palabras, los medios de comunicación aparecen como un mecanismo más favorable al mantenimiento del *status quo* que como una fuente de cambio.

A diferencia de lo que sugiere el marxismo, el estructural-funcionalismo insiste en que los medios de comunicación responden a las demandas o *necesidades* provenientes de la sociedad con coherencia y según su propia estructura interna, sin presuponer ningún tipo de orientación ideológica específica y ofreciendo a la sociedad los beneficios que dicha tarea conlleva.

La teoría funcional de los medios de comunicación de masas afirma que los medios de comunicación buscan como principal objetivo satisfacer necesidades o exigencias específicas de la sociedad. Insiste en la función de enseñanza que deben cumplir los medios y obviamente su función informativa. Como complemento, esta teoría ofrece la posibilidad de aproximarse al problema de la relación existente entre los medios y la sociedad en medio de la cual ejercen su oficio.

La función de los medios de comunicación, desde esta teoría, como mantenedores del

orden imperante y contenidos del cambio, plantea un problema al que es importante aproximarse desde el caso de la política exterior colombiana. Es claro que tal como se ha ido delineando el "orden" mundial después del final de la Guerra Fría, no queda sino concluir que los grandes perdedores de la confrontación Este-Oeste no han sido ni el bloque soviético ni mucho menos Estados Unidos, sino los países del Tercer Mundo. El mundo de la pos-guerra fría es fatalmente adverso a los países en vías de desarrollo y el proceso de definición y diseño de las reglas del juego internacional excluye cada vez más descaradamente a los débiles y poco poderosos política, económica, o militarmente hablando.

El interés nacional de un país como Colombia no puede ser, en medio de este panorama, otro distinto al de buscar por medios diplomáticos y pacíficos un reordenamiento más favorable a aquellos que han sido afectados negativamente por los nuevos parámetros de funcionamiento del sistema internacional. En otras palabras, el interés nacional colombiano en el ámbito internacional, debe ser la constante búsqueda de un *cambio* radical de las actuales condiciones de funcionamiento de las relaciones internacionales. La supuesta favorabilidad de los medios de comunicación nacionales al *statu quo*, que muy a pesar de los verdaderos intereses del país, se mantiene, no es com-

patible con los objetivos que desde la diplomacia y la actuación de otros actores diferentes al Estado, debe buscarse en la arena internacional.

La función de los medios de comunicación, si de definir funciones específicas se trata, debe ser la de acompañar a los demás sectores de la *nación* en la definición de su propio interés como miembros de un colectivo específico. Y por supuesto, velar, vigilar y fiscalizar la correcta defensa de este *interés nacional* en la arena internacional. No cuestionar de forma alguna la situación internacional imperante, atenta contra los intereses nacionales de cualquier país que se vea afectado negativamente por este orden de las cosas.

Las teorías normativas de los medios de comunicación

Estas teorías hacen referencia a la *forma* como *deberían* darse las relaciones que mantienen los medios de comunicación, tanto con las estructuras de poder, como con las audiencias a quienes se dirigen. "Estas teorías pretenden ocuparse de cuestiones como la regulación y el control de los medios de comunicación, la asignación de sus objetivos por la sociedad, los beneficios que puede esperar la sociedad y lo que los medios deben tratar de proporcionar a sus audiencias. Las teorías normativas aportan criterios mediante los cuales debe

juzgarse la labor de los medios de comunicación en una sociedad dada y, puesto que cabe la posibilidad de que dentro de una sociedad haya divergencias sobre la teoría normativa a elegir, por regla general cada sistema de medios de comunicación, normalmente de alcance nacional, ofrece su propia versión o combinación característica de teorías normativas" (McQuail, p. 78).

Dentro de estas teorías pueden enumerarse seis aproximaciones diferentes: la teoría autoritaria, la teoría de la libertad de prensa, la teoría de la responsabilidad social, la teoría soviética de los medios de comunicación, la teoría desarrollista de los medios de comunicación y la teoría democrático-participativa de los medios de comunicación.

La teoría autoritaria "se refiere, antes que nada, a las normativas de la prensa vigentes en las sociedades donde y cuando se inició la publicación de periódicos, en su mayor parte monarquías en que la prensa estaba subordinada al poder del estado y a los intereses de la clase dominante" (McQuail, p. 104). Ello implica una variable esencial: la ausencia total de una independencia clara del ejercicio del periodismo de la autoridad del Estado y por supuesto, la presencia constante de la censura. Sus formas de manifestación son varias: la legislación, el control del estado en la producción, los códigos de conducta obligatorios, la uti-

lización de impuestos y sanciones económicas, el control de la importación de medios de comunicación extranjeros; y el privilegio gubernamental de designar la dirección. (Ver Cuadro No. 1)

La teoría de la libertad de prensa o teoría liberal, "en su forma más elemental, se limita a prescribir que cada individuo debe tener libertad para publicar lo que le guste, y en este sentido, es una extensión de otros derechos: la libertad de opinión y de expresión y el derecho de reunirse y asociarse con otras personas. Los principios en los que se funda son, pues, idénticos a los del estado liberal democrático: la creencia en la supremacía del individuo, en la razón, en la verdad y el progreso, y en último término en la soberanía de la voluntad popular" (McQuail, p. 106).

Esta perspectiva hace posible la idea del conocimiento por parte de la sociedad de las aspiraciones de sus miembros, aunque esta interpretación de una de las libertades de los individuos no puede confundirse con la libertad en términos de la propiedad de los medios. La propiedad de los medios no garantiza el derecho del individuo de dar a conocer sus opiniones, de hecho, la penetración de intereses económicos a la prensa limita seriamente la libertad de expresión. Esta teoría sin embargo, no hace referencia a presiones menos evidentes que la censura, como las restricciones impuestas por las

condiciones del mercado o la propiedad de los medios por parte de particulares, a propósito precisamente del problema de la propiedad.

La teoría de la responsabilidad social nace del obstáculo en que se constituye el libre mercado para la realización de una verdadera libertad de prensa. Sus puntos de partida son: "el supuesto de que los medios de comunicación realizan funciones esenciales para la sociedad (...); el criterio de que los medios de comunicación deben aceptar la obligación de cumplir estas funciones, sobre todo en la esfera de la información, y de aportar una plataforma para las distintas opiniones; el énfasis en la máxima independencia de los medios de comunicación que sea compatible con sus obligaciones ante la sociedad; la aceptación de la idea de que existen ciertos niveles técnicos en la actividad de los medios de comunicación que pueden explicitarse y deben seguirse" (McQuail, p. 111).

La actividad de la comunicación impone entonces un deber social y en esa medida, los beneficios que aporte deben ser obligatoriamente públicos y de ningún modo privados. Esta teoría es por ende partidaria de la creación de instituciones estatales que dirijan y garanticen la función social de los medios y presionen para lograr mayores niveles de profesionalización en esta área.

La teoría soviética de los medios de comunicación sugiere, en

primer lugar que los medios de comunicación deben cumplir con funciones claves en el proceso de socialización, el control social y la movilización a favor de las metas económicas y sociales del régimen revolucionario. Esta teoría exige a los medios el reflejo de una realidad histórica objetiva y el sometimiento irrestricto al control del estado y los demás organismos de la vida política.

La teoría desarrollista de los medios de comunicación tiene como centro geográfico al Tercer Mundo. Esta teoría intenta demostrar que la existencia de determinadas condiciones comunes a los países en vías de desarrollo hace difícil la aplicación de las otras teorías o bien reduce sus beneficios potenciales: "Una de estas condiciones es la ausencia de algunos de los requisitos necesarios para desarrollar un sistema de comunicación de masas: la infraestructura de la comunicación; la capacidad profesional; los recursos productivos y culturales; y la disponibilidad de audiencia. Otro factor correlativo es la dependencia del mundo desarrollado en todo lo que les falta de tecnología, capacitación y productos culturales. En tercer lugar, está la dedicación (no uniforme) de estas sociedades al desarrollo, económico, político y social como tarea nacional básica a la que deben subordinarse las demás instituciones. En cuarto lugar, cada vez es mayor el número de casos de países en vías de desarrollo que se percatan de su común

identidad e intereses en política internacional" (McQuail, P. 119).

Una de las condiciones propias al Tercer Mundo, y específicamente a los países de América Latina y que en opinión de esta escuela obligaría a un replanteamiento de la aplicación de las teorías de medios de comunicación tradicionales, es la asincronía propia de los procesos de gestación y formación del Estado y de la Nación, lo que obligó a una irrupción desordenada y desviada de las masas en el continente. Una de las muchas consecuencias de este fenómeno, ha sido el auge de las alternativas populistas en Latinoamérica. Este tipo de experiencias y de conflictos y contradicciones inéditas, exige una aproximación diferente al estudio de los medios (Martín-Barbero, P. 144).

La teoría democrático-participativa de los medios de comunicación bien podría calificarse como una fusión, en algunos aspectos, de la teoría de la libertad de prensa y la teoría desarrollista: "El punto central de la teoría democrático-participativa radica en las necesidades, los intereses y las aspiraciones del *receptor* dentro de una sociedad política. (...) Favorece la multiplicidad, la pequeña escala, el localismo, la desinstitucionalización, la rotación de los papeles de emisor y receptor, la horizontalidad de los vínculos comunicativos en todos los planos de la sociedad y la interacción" (McQuail, P. 119).

Las aproximaciones normativas, como ya se dijo anteriormente, buscan un acercamiento a las funciones que deberían cumplir los medios de comunicación y la forma que deberían tomar sus relaciones con la sociedad y las instancias de poder. Si desde los enfoques totalizadores se logró identificar algunas características que bien podrían calificarse como *estructurales* con respecto al funcionamiento de los medios, las teorías normativas contribuyen a descifrar cuál puede ser eventualmente el escenario más favorable en medio del cual pueden ser superadas más fácilmente las falencias mencionadas.

Y desde este punto de vista, hay que decirlo ya y ser contundente en esta afirmación, el escenario más propicio y más deseable para el desempeño de los medios de comunicación a favor de una verdadera difusión de información y análisis internacionales, es definitivamente la democracia. Las alternativas autoritarias o totalitarias hoy menos que nunca, pueden ser contempladas como opciones en la búsqueda de ningún objetivo.

Si se intenta un análisis desde la propuesta sobre las teorías normativas en materia de medios de comunicación, bien podría decirse que el escenario ideal para la superación de los obstáculos que encuentran los medios en su actividad informativa en materia internacional, puede estar compuesto por elementos provenientes de la teoría de la libertad de prensa, la

teoría de la responsabilidad social, la teoría desarrollista y la teoría democrático-participativa (Ver Cuadro No. 1).

La posibilidad de una crítica seria e informada desde los medios a las decisiones tomadas en materia de política exterior y de inserción del país en el contexto internacional, posible gracias a la libertad de prensa; la obligación de divulgar en forma profesional información no solo oficial sino proveniente y reflejo de la diversidad de la sociedad, posible gracias a los presupuestos que exigen responsabilidad social a los medios de comunicación; el reconocimiento necesario de que el proceso de inserción de los países del Tercer Mundo –y en especial de Colombia– cuenta con especificidades y particularidades que hacen necesario un proceso de toma de decisiones en política exterior autónomo y original, posible gracias a la aproximación desarrollista; y finalmente, el reconocimiento de que "determinadas necesidades sociales relativas a los medios de comunicación no se ponen debidamente de manifiesto a través de las demandas del consumidor individual ni a través del estado y sus principales instituciones" (McQuail, P. 120) y que por ello la relación de los medios con las instancias de poder y, muy especialmente, con su público espectador, necesita un alto grado de articulación y organización de las tres instancias, y de nuevo, especialmente de la última, con el

objetivo de garantizar la circulación y retroalimentación en el proceso informativo; son todos elementos necesarios para generar un mayor y más serio interés por parte de los medios sobre los asuntos internacionales, y por ende, acercar este espacio –el de lo internacional al ciudadano común que diariamente se ve afectado por las decisiones tomadas en este ámbito.

Algunas Conclusiones

Es indiscutible que el objetivo que debe perseguir la política exterior de cualquier país y en cualquier caso, no es otro distinto al de la defensa de los intereses nacionales en el ámbito internacional. Los intereses, y vale la pena resaltarlos aunque suene redundante, son entonces de carácter **nacional**, razón por la cuál, una política exterior definida solamente desde lo estatal, o en su defecto, desde lo eminentemente gubernamental, difícilmente podrá ser legítima y en esa medida, su compatibilidad con los intereses nacionales puede ser más bien poca o inexistente.

La definición de lo que es y no es un *interés nacional* corresponde precisamente a la *nación* como tal. Entre más sean los actores que hacen parte de la *nación* que participen en este proceso, es muy probable que la distancia entre la decisión tomada y aquellos a quienes afecta, sea menor. Por medio

del diseño de su propia política exterior, un país logra establecer la estrategia que seguirá en la persecución de la defensa de los intereses definidos por la *nación*. De esta forma, "sólo la democratización del proceso de toma de decisiones en política exterior(...), puede lograr que la sociedad civil cumpla un papel importante en dicho proceso. Al mismo tiempo, por medio del *accountability* o rendimiento de cuentas hacia esa misma sociedad, puede mantenerse restringida la proclividad hacia el conflicto y las diferencias irreconciliables. Es decir, a mayor nivel de democratización y participación en la toma de decisiones a nivel de política exterior, menor posibilidad de discordia y conflicto con los otros actores de la arena internacional" (Borda, Pp. 35-36). La importancia de la consolidación de la participación en la definición y puesta en marcha de una política exterior coherente es, a la luz de este análisis, indiscutible.

Este necesario e impostergable proceso de democratización de las decisiones en materia de política exterior puede contar con mecanismos y ayudas de diversa naturaleza. Uno de estos mecanismos pueden y deben ser, sin duda, los medios de comunicación masivos, y más específicamente, los escritos. De hecho, "éste es un espacio, que por su naturaleza

masiva, debe dar lugar, así como lo hace en el plano eminentemente doméstico, a debates serios y profundos en materia internacional, y debe asumir y consignar posiciones y opiniones y registrar polémicas que puedan y deban ser contempladas en el proceso de formulación de la política exterior" (Borda, p. 29).

El objetivo de los medios no puede ser otro distinto que lograr despertar el interés público alrededor de asuntos de la misma índole. Solamente en esta medida, solamente logrando un aumento ostensible del interés público, se puede pensar en un verdadero entendimiento por parte de la sociedad de las acciones y decisiones del gobierno. En otras palabras, los medios deben contribuir a proveer al público de información racional y balanceada que haga posible a la gente elaborar su propia percepción de las políticas públicas. De esta forma, los medios masivos facilitan la adopción de las prácticas y los principios democráticos y se constituyen en un puente entre el gobierno, las políticas o decisiones y la sociedad gracias a la creación de una ciudadanía informada⁴. La política exterior, aunque a veces no parezca tan claro, es obviamente una política pública y por esta razón, debe ser también estudiada a la luz de este tipo de aproximación.

⁴ Negrine, Ralph. "The Communication of Politics", SAGE Publications, London, 1998.

A este respecto, hay preguntas que es necesario contestar con urgencia: ¿existen factores relacionados con la estructura de funcionamiento de los medios de comunicación, que obstaculicen y hasta impidan una aproximación más seria y consistente a los problemas propios de la política internacional? O en otras palabras, ¿es la naturaleza misma de la divulgación masiva de información lo que no hace posible el acercamiento a temas internacionales?

El ejercicio hecho en este ensayo con base en las propuestas teóricas directa o marginalmente relacionadas con el problema de los medios de comunicación, ha aportado elementos valiosos pero también ha hecho evidente que no existe un marco o guía conceptual que se constituya en ayuda para el análisis del desempeño de los medios alrededor de asuntos internacionales y más exactamente de la política exterior.

Pero el olvido y la indiferencia son mutuos. Las diferentes teorías de las relaciones internacionales y sus diferentes variantes tampoco se han caracterizado por una preocupación constante del quéhacer de los medios de comunicación. No se ha pasado de la insistencia sobre el papel trascendental que han ju-

gado las telecomunicaciones en el proceso de globalización, la formación de la ya trillada "aldea global" y lugares comunes de este talante. Pero la globalización es tan solo una de las dimensiones de las relaciones internacionales, uno de los múltiples campos de estudio con que cuenta la disciplina. Para no ir más lejos, brillan por su ausencia los análisis sobre el papel que juegan los medios de comunicación en los procesos de toma de decisiones en política exterior.

De este análisis se han desprendido algunos elementos que si bien son importantes, no son para nada suficientes. Pero definitivamente, es preciso decir que en medio de un Estado y una sociedad civil como los colombianos, desvinculados y poco interesados en los temas internacionales y en su propia política exterior, es difícil pensar en que los medios de comunicación, como una manifestación concreta del orden social y político del país, empiecen a generar un interés sobre estos temas, prácticamente, de la nada. Si no se da el primer paso, es probable que se esté retrocediendo en forma irreparable y que la inserción de Colombia en el sistema internacional vaya más en contra que a favor de los intereses del país.

Cuadro No. 1

POSTULADOS BASICOS DE LAS TEORIAS NORMATIVAS DEL PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS EN LA SOCIEDAD

TEORÍA AUTORITARIA	TEORÍA DE LA LIBERTAD DE PRENSA
<p>Los medios de comunicación no deben hacer nada que socave la autoridad establecida.</p> <p>Los medios de comunicación deben subordinarse siempre (o en último término) a la autoridad establecida.</p> <p>Los medios de comunicación no deben ofender los valores políticos y morales mayoritarios o dominantes.</p> <p>La censura puede estar justificada para imponer estos principios.</p> <p>Los ataques inaceptables a la autoridad, la desviación de la política oficial y las ofensas contra los códigos morales se consideran delitos penales.</p>	<p>La edición debe estar libre de cualquier censura previa a cargo de una tercera parte.</p> <p>La posibilidad de publicar y distribuir debe estar abierta a cualquier persona o grupo, sin permisos ni licencias.</p> <p>Los ataques al gobierno, a los funcionarios o a los partidos políticos (a diferencia de los ataques a los individuos privados, la traición y las amenazas a la seguridad) no se deben castigar, ni siquiera después de producirse.</p> <p>No debe obligarse a publicar ninguna cosa.</p> <p>La publicación del error está tan protegida como la de la verdad en cuestiones de opinión y creencias.</p> <p>No se debe poner ninguna clase de trabas a la búsqueda, por medios legales, de información para publicarla.</p> <p>No debe haber ninguna restricción a la exportación o importación, envío o recepción, de mensajes a través de las fronteras nacionales.</p>

TEORÍA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL	TEORÍA SOVIÉTICA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
<p>Los medios de comunicación deben aceptar y cumplir determinadas obligaciones con la sociedad.</p> <p>Esas obligaciones deben cumplirse, sobre todo, estableciendo un nivel profesional o alto de información, veracidad, exactitud, objetividad y equilibrio.</p> <p>Al aceptar y aplicar estas obligaciones, los medios de comunicación deben autorregularse dentro del marco legal y de las instituciones establecidas.</p> <p>Los medios de comunicación deben evitar todo aquello que induzca al delito, la violencia o el desorden civil, o bien que resulte ofensivo para las minorías étnicas o religiosas.</p> <p>Los medios de comunicación, en conjunto, deben ser pluralistas y reflejar la diversidad de la sociedad, concediendo acceso a los distintos puntos de vista y al derecho de réplica.</p> <p>La sociedad y el público, como se deduce del principio expuesto en primer lugar, tienen derecho a esperar buenos niveles técnicos y estaría justificada la intervención para asegurar el bien público.</p>	<p>Los medios de comunicación deben servir a los intereses de la clase obrera y estar bajo su control.</p> <p>Los medios de comunicación no deben ser propiedad privada.</p> <p>Los medios de comunicación deben cumplir funciones positivas para la sociedad a través de: la socialización según los modelos adecuados; la educación; la información; la motivación; la movilización.</p> <p>Dentro del servicio general a la sociedad, los medios de comunicación deben atender a los deseos y necesidades de sus audiencias.</p> <p>La sociedad tiene derecho a utilizar la censura y otras medidas legales para evitar, o castigar posteriormente, cualquier publicación antisocial.</p> <p>Los medios de comunicación deben aportar una visión completa y objetiva de la sociedad y del mundo, según los principios del marxismo-leninismo.</p> <p>Los medios de comunicación deben apoyar los movimientos progresistas tanto nacionales como internacionales.</p>

TEORÍA DESARROLLISTA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	TEORÍA DEMOCRÁTICO-PARTICIPATIVA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
<p>Los medios de comunicación deben aceptar y llevar a cabo tareas concretas desarrollistas en conformidad con la política nacional establecida.</p> <p>La libertad de los medios de comunicación deberá limitarse en razón de (1) las prioridades económicas y (2) las necesidades del desarrollo de la sociedad.</p> <p>Los medios deben dar prioridad a su contenido a la cultura y lengua nacionales.</p> <p>Los medios de comunicación deben dar prioridad, en cuanto noticias e información, a los lazos con otros países en vías de desarrollo, geográfica, política o culturalmente próximos.</p> <p>Los periodistas y demás trabajadores de los medios de información tienen deberes así como libertades en sus tareas de recoger información y difundirla.</p> <p>Para favorecer los objetivos del desarrollo, el estado tiene derecho a intervenir en las actividades de los medios de comunicación o ponerles límite, lo que justifica los instrumentos de censura, las subvenciones y el control directo.</p>	<p>Los ciudadanos individuales y los grupos minoritarios tienen derecho a acceder a los medios de comunicación (derecho a la información) y derecho a que los medios de comunicación sirvan a sus necesidades tal como ellos las decidan.</p> <p>La organización y el contenido de los medios de comunicación no debe someterse al control político centralizado ni a la burocracia estatal.</p> <p>Los medios de comunicación existen ante todo para sus audiencias y no para las organizaciones, los profesionales ni los clientes de los medios de comunicación.</p> <p>Los grupos, las organizaciones y las comunidades locales deben tener sus propios medios de comunicación.</p> <p>Los medios de comunicación en pequeña escala, interactivos y participativos son mejores que los medios de comunicación a gran escala, unidireccionales y profesionalizados.</p> <p>Determinadas necesidades sociales relativas a los medios de comunicación no se ponen debidamente de manifiesto a través de las demandas del consumidor individual ni a través del estado y sus principales instituciones.</p>

Fuente: McQuail, Denis. 'Introducción a la teoría de la comunicación de masas', Ediciones Paidós, España, 1983.

y de la inversión intraregional, de preocupación y participación conjunta en los acontecimientos globales que han ido surgiendo sin mayor planificación, pero con una eficacia cada vez mayor.

Hasta hace unos veinte o treinta años, muchos teóricos pensaban que la integración económica era posible pese a la enorme diversidad política que existía en América. Hoy sabemos que ello no es así y que la verdadera integración debe contar con la afinidad política como requisito básico e indispensable. No quiero decir con esto que todos los regímenes políticos deben ser idénticos, ellos pueden ser distintos en su estructura, e incluso en la forma como eligen sus autoridades, o en la manera en que se manifiesta en ellos la división de poderes. Lo que quiero señalar es que para que un proceso de integración rinda frutos, deben existir rasgos comunes en todos los sistemas, en cuanto a las bases de generación del poder y a la adhesión a determinados principios y valores. Miremos por ejemplo la Unión Europea, por encima de diferencias del pasado y del presente, su rasgo común es la democracia. Por algo ni la España de Franco, ni la Grecia de los Coroneles, ni el Portugal de Oliveira Salazar, fueron nunca incorporados a la Unión Europea. A lo más que se llegó con ellos fue a mantener algún tipo de vínculos bilaterales y una cierta cantidad de negocios diversos. Estos tres países solo fueron incorporados a la entonces Comunidad Europea, con posterioridad a sus respectivos procesos democratizadores.

Quiero aclarar eso sí que América todavía está lejos de ser un ejemplo de democracia. Las democracias en la región están le-

jos de ser perfectas, incluso en mi país. La extensión de la corrupción, el tráfico de drogas, el terrorismo, los abusos a los derechos humanos, la debilidad de los partidos políticos, el atraso institucional y las tensiones sociales, continúan constituyendo amenazas a la gobernabilidad democrática. Los procesos de democratización en la región, han sido de algún modo desordenados, lentos y complicados, pero no se puede negar que en las últimas dos décadas se ha visto un viraje considerable hacia la democracia en los países latinoamericanos, y el compromiso con sus principios y normas es cada vez más amplio y fuerte. Este es a nuestro juicio, un primer elemento básico para hablar de un proceso de integración. La democracia es el denominador común al cual hoy todos los países latinoamericanos se adscriben. En algunos casos como en el del mercado común del sur, la adhesión a ella es un requisito explícito de pertenencia.

Existen también condiciones económicas en nuestra región que favorecen el proceso integrador. Los indicadores muestran que a pesar de algunas crisis específicas, muy acotadas pero intensas, América Latina tiene un gran dinamismo y está avanzando sobre bases sólidas. Se trata de una zona que crece a tasas superiores a las del mundo desarrollado; que en el último tiempo ha venido recibiendo inversiones productivas en sectores claves, que incidirán en la modernización de su aparato productivo y que se caracteriza por un optimismo moderado de su dirigencia política, social y empresarial, lo cual genera un clima propicio para la inversión y la creación de fuentes de empleo.

Es en este nuevo marco de apertura comercial, de democratización y de fortalecimiento del regionalismo cuando se visualiza como más necesaria que nunca la complementación económica para enfrentar los retos que demandan estos tiempos.

De ahí que, en la última década y junto a la superación de las crisis y a la puesta en marcha de las reformas estructurales se ha generado también un proceso de afinidad económica, en la medida en que esas reformas apuntan todas en la misma dirección.

Otro elemento importante a considerar como contribución a los procesos integradores, es la sustantiva participación de los agentes económicos privados. En muchos casos, estos actores han ido por delante de los gobiernos en materia de avance en el proceso de integración. Un argumento similar puede darse en relación con los vínculos académicos y culturales. Se trata entonces de procesos complejos, con muchos protagonistas que los estados han ido asumiendo sobre la base de una realidad, que con toda seguridad es la mejor razón de la riqueza y dinamismo que han alcanzado.

Como he tratado de demostrar, nuestra región camina con confianza, pero también con prudencia por la vía de la integración. La ruta es indudablemente difícil y la demostración más concreta es el ambicioso, aunque imposible de lograr, plan de acción aprobado en la Segunda Cumbre de las Américas de Abril de 1998. Su cumplimiento nos permitiría contar con una zona americana de libre comercio que abarcara el territorio comprendido entre Alaska y el extremo sur del continente.

RELACION BILATERAL COLOMBIA - CHILE.

El preámbulo puede parecer demasiado extenso, pero resulta indispensable para entender el marco en que se desarrolla la relación bilateral entre Chile y Colombia.

La multiplicidad y variedad de los temas que comprende esta relación, obliga a un audaz intento de síntesis para cuyo efecto distinguiremos distintas áreas y aspectos.

a. Aspectos Políticos

Con el advenimiento de la democracia en Chile, las relaciones con Colombia retomaron su cauce normal. El presidente Virgilio Barco fue el segundo mandatario extranjero en visitar oficialmente al Presidente Patricio Aylwin, en junio de 1990, en un manifiesto apoyo al proceso de transición democrática que se iniciaba en Chile. Esta visita fue retribuida el año siguiente por el Presidente Aylwin en viaje oficial a Bogotá.

Durante el gobierno del Presidente César Gaviria se dio prioridad al área económica - comercial, lo que se puso de manifiesto con motivo de la visita a Chile en diciembre de 1992 de la Ministra de Relaciones Exteriores de Colombia, señora Noemi Sanín de Rubio. En esta oportunidad, la canciller insistió en la voluntad política de su gobierno para encontrar mecanismos ágiles y eficientes que estrechen los lazos recíprocos.

En estas condiciones, se produjo la visita a nuestro país del Presidente Gaviria, entre los días 5 y 6 de diciembre de 1993, acom-

pañado por el Ministro de Comercio Exterior, señor Juan Manuel Santos y la Ministra de Relaciones Exteriores, señora Sanín. En esta ocasión, los cancilleres de ambos países y los ministros de Economía y Comercio, suscribieron un acuerdo de complementación económica, todavía vigente, y se creó la Comisión Binacional Permanente.

La primera reunión de esta Comisión Binacional se realizó en Bogotá, en mayo de 1995, en el marco de una visita oficial del Ministro de Relaciones Exteriores de Chile, señor José Miguel Insulza, quien presidió la delegación de nuestro país. En este encuentro se pasó revista al estado de las relaciones bilaterales y se suscribieron los siguientes acuerdos: acuerdo de cooperación entre las academias diplomáticas de San Carlos en Colombia y Andrés Bello en Chile; acuerdo de reciprocidad para que dependientes de funcionarios de las misiones diplomáticas y consulares acreditados en los respectivos países puedan desarrollar trabajos remunerados; y un convenio de cooperación turística.

La segunda reunión binacional se efectuó en Santiago entre los días 4 y 6 de Septiembre de 1996. En esta oportunidad, la delegación colombiana fue presidida por la Ministra de Relaciones, doctora María Emma Mejía. Para abordar los múltiples temas de la relación entre ambos países se constituyeron cuatro subcomisiones: política; económico - comercial; cultural; y de cooperación técnica.

La tercera reunión se llevará a efecto en Santiago durante los días 25 y 26 del mes de Marzo. La delegación colombiana será presidida por el canciller Guillermo Fernández

de Soto, quien cumplirá además una visita oficial a Chile. Simultáneamente con este evento, se realizará también una reunión de la "Comisión Mixta Bilateral de Cultura", la primera reunión de la "Comisión Mixta de Cooperación Técnica y Científica" y también la primera reunión del "Comité Técnico" establecido en el "Acuerdo sobre Cooperación Mutua para la Prevención del Uso Indebido del Tráfico Ilícito de Estupefacientes y Sustancias Sicotrópicas".

En relación a este encuentro, la cancillería colombiana manifestó su interés en el estudio y eventual suscripción de un convenio de cooperación judicial en materia penal y otro de reconocimiento mutuo de certificados, títulos y grados académicos de educación superior. Por su parte, Chile ha expresado interés en avanzar en las negociaciones para la suscripción de un convenio de seguridad social.

Finalmente y para no extendernos, debemos destacar que está prevista una visita de Estado a Colombia del presidente de Chile, Eduardo Frei Ruiz-Tagle, que se desarrollará en la primera quincena del próximo mes de Junio. El presidente Frei será acompañado por los Ministros de Relaciones Exteriores y de Economía, como también de otras autoridades y de una delegación empresarial que participará en un seminario sobre comercio e inversiones con empresarios colombianos. Se está trabajando para que, con ocasión de esta visita se llegue a acuerdos y se suscriban convenios que fortalezcan la relación bilateral.

No es necesario abundar en la comunidad de intereses y propósitos que en el plano político

caracterizan la relación Chile - Colombia, entre otros, la convicción de considerar la democracia no solo como un sistema político sino como una forma de vida y camino al desarrollo, la voluntad de avanzar en la erradicación de la pobreza, el combate a la corrupción y el narcotráfico, el respeto irrestricto a los principios de no intervención y de autodeterminación de los pueblos, el rechazo a sanciones o medidas coercitivas que unos Estados puedan adoptar unilateralmente en perjuicio de otros, la común pertenencia al Movimiento de los No Alineados y al Grupo de Río, los esfuerzos por hacer imperar la paz al interior de las naciones y en las relaciones internacionales, el cumplimiento estricto de los tratados, el respeto a los derechos humanos y el compromiso por su vigencia y perfeccionamiento.

Cabe mencionar por último, en relación a la vinculación política chileno-colombiana, el programa de hermanamiento entre ciudades que se ha venido desarrollando. Al ya existente entre Cartagena y Viña del Mar, se suma el recientemente acordado por las respectivas municipalidades de Bucaramanga y Antofagasta, se encuentra en tramitación el que unirá a Medellín con Concepción y está en estudio el hermanamiento de Cali con Temuco, de Barranquilla con Valparaíso y de Santa Marta con Iquique.

b. Aspectos económicos - comerciales

Las relaciones comerciales entre Chile y Colombia durante los últimos cinco años se han regido por el acuerdo de complementación económica, suscrito en diciembre

de 1993 y que entró en vigor el primero de enero del año siguiente. Su propósito es establecer una zona de libre comercio, para lo cual se acordaron diferentes programas de desgravación.

En la actualidad se encuentra liberado de aranceles cerca del 95% del universo arancelario. El restante 5% quedará con arancel cero entre el año 2000 y el 2012, según el grado de sensibilidad para ciertos productos de ambos países que figuran en listas de excepción.

Los resultados del mencionado acuerdo, reflejan un crecimiento sostenido. En 1993 el comercio bilateral llegó a US\$170 millones, de los cuales 72 millones correspondían a exportaciones chilenas a Colombia, y US\$98 millones fueron importaciones desde este país. Durante 1997, el intercambio comercial alcanzó los US\$429 millones, siendo las exportaciones de US\$228 millones y las importaciones de US\$201 millones. Según se observa, el incremento del comercio llegó a un 152%.

Por otra parte se puede apreciar que en término de productos, las exportaciones durante 1993 correspondieron a 317 ítems. En cambio el año 1997 alcanzaron a 668 productos, es decir, se incrementaron en cerca del 80% con relación al número de empresas chilenas que colocan sus productos en este mercado, se puede señalar que el primer año eran 293 y en 1997 alcanzaron a 498, lo que significa un aumento del 70%.

Entre otras razones que explican este fuerte incremento, se puede mencionar la favorable acogida de los exportadores a los instrumentos y mecanismos que

ofrece el sector oficial. Es decir, el comercio con Colombia es un ejemplo de que en la medida que los gobiernos suscriban acuerdos que permitan el establecimiento de zonas de libre comercio, en las cuales se logren reglas claras y estables en el tiempo, el sector privado va a tener una respuesta positiva.

La tendencia creciente que se registró hasta 1997 sufrió un retroceso durante 1998, debido en buena medida a la disminución de la actividad productiva en ambos países. Es así como las exportaciones de productos chilenos hacia el mercado colombiano en Noviembre de 1998 alcanzaron la cifra de US\$197.532.460, mientras que las importaciones de productos colombianos fueron de US\$164.854.139, lo cual proyectado a diciembre significa una disminución en el intercambio comercial del 8%.

El desarrollo que han mostrado las exportaciones chilenas hacia Colombia, se vio favorecido por un apoyo adicional de parte del gobierno, para aquellos empresarios que mostraran interés en colocar sus productos en este mercado. En tal sentido, la oficina comercial de la Embajada que presido, ha recibido, en promedio doce misiones de empresarios cada año, de los más diversos sectores productivos, en especial aquellos no tradicionales. Entre ellos se destacan algunos como software, agroindustria, electrónico, insumos médicos, vinos, delikattessen, químicos, productos del mar, audiovisuales, maquinaria forestal, textiles. Cabe mencionar que durante el último tiempo, nuestro país ha tenido una activa participación en

eventos feriales colombianos, como es el caso de la feria internacional de Bogotá, feria de empaques y embalajes, feria de partes automotrices y feria de las flores.

Las expectativas sobre el desarrollo del comercio entre Chile y Colombia son las mejores a pesar del retroceso registrado durante 1998, esto teniendo en cuenta la profundización de los acuerdos en materia arancelaria, con lo cual se abren mayores posibilidades para el intercambio de productos.

El núcleo del intercambio con este país está constituido por manufacturas con un alto valor agregado. Los principales productos exportados por Chile a junio del pasado año fueron: manzanas frescas: 10,77%, pasta química de maderas coníferas: 8,28%, vehículos con motor de émbolo: 5,18%, uvas frescas: 3,34%, alambres de cobre refinado: 3,21%. En cuanto a los productos importados desde Colombia hasta la misma fecha figuran: policloruro de vinilo granado: 8,5%, amoniaco anhídrido: 5,09%, chasis cabinados de vehículos: 4,87%, hulla vituminosa: 3,98%, furgones con motor de émbolo: 3,45%; polipropileno en formas primarias: 2,41%; ropa interior: 2,12%.

En lo que respecta a las exportaciones chilenas creo interesante destacar que en 1997, Colombia ocupó el 7o. lugar como destino en el continente con un total de 228,02 millones de dólares, lo que significó un aumento del 17% respecto a los montos de 1996.

En 1998, si bien se registra una disminución, Colombia mantiene el mismo lugar.