

De la “terrorización” a la “pacificación”: análisis de las narrativas en la política exterior de Uribe y Santos

Trabajo de grado para optar por el título de internacionalista / profesional en Relaciones Internacionales

Presentado por: Caren Dallana Cubides Restrepo

Tutora: María Catalina Monroy

15 de junio de 2022

Pregrado en Relaciones Internacionales

Facultad de Estudios Internacionales, Políticos y Urbanos

Universidad del Rosario

Resumen: Las consideraciones respecto al papel de las narrativas en la política exterior colombiana ha sido un campo poco explorado, especialmente si son las que conciernen a terrorismo y la paz. Por esa razón, en esta investigación se busca responder a la pregunta: ¿cómo se llevaron a cabo las narrativas del terrorismo y paz en la política exterior colombiana entre 2002 y 2018? Con esta se pretende ahondar en la narrativa internacional llevada a cabo por los presidentes Álvaro Uribe Vélez y Juan Manuel Santos. Para ello se realiza un análisis de las estrategias narrativas partiendo del *Foreign Policy Analysis* y su enfoque en el tomador humano de decisión. Se hace uso de la metodología cualitativa que tendrá como fuente de información central los discursos internacionales pronunciados por ambos presidentes y de la aproximación teórica del *Foreign Policy Marketing*.

Palabras clave: Análisis de política exterior, política exterior colombiana, narrativas, terrorismo, paz.

Abstract: Considerations regarding the role of narratives in Colombian foreign policy have been little explored, especially if they concern terrorism and peace. For that reason, this research seeks to answer the question: how were the narratives of terrorism and peace carried out in Colombian foreign policy between 2002 and 2018? The intention is to delve into the international narrative carried out by presidents Álvaro Uribe Vélez and Juan Manuel Santos. To this end, narrative strategies are analyzed based on the Foreign Policy Analysis and its focus on the human decision making. This research makes use of the qualitative methodology having as a central source of information the international speeches delivered by both presidents and the theoretical approach of Foreign Policy Marketing.

Key words: Foreign policy analysis, colombian foreign policy, narratives, terrorism, peace

Tabla de contenido

Introducción.....	5
Capítulo 1 - Marco conceptual y metodológico	7
1.1 ¿Qué es el análisis de política exterior?	7
1.2 Marketing en política exterior.....	8
1.2.1 Framing en política exterior	10
1.3 Narrativa y política exterior	12
1.4 Diseño de investigación	13
Capítulo 2 – “El lenguaje del terror”	15
2.1 La política exterior de Álvaro Uribe Vélez.....	15
2.2 Origen y narrativa del concepto de terrorismo.....	16
2.3 El uso estratégico del lenguaje en Álvaro Uribe Vélez	18
2.3.1 El marketing del terrorismo.....	19
2.3.2 La narrativa del terrorismo	22
Capítulo 3 – “El lenguaje de la paz”	25
3.1 La política exterior de Juan Manuel Santos	25
3.2 La transición hacia la paz y el uso del lenguaje en Juan Manuel Santos.....	26
3.2.1 El cambio de narrativa del terrorismo	28
3.2.2 El marketing de la paz.....	30
Conclusiones.....	34
Bibliografía.....	36

Índice de tablas

Tabla 1. Ayuda de Estados Unidos a Colombia desde 1997	200
Tabla 2. Evolución de la favorabilidad de Álvaro Uribe.....	211
Tabla 3. Evolución de la percepción de la guerrilla de 2008 a 2010.....	222
Tabla 4. Uso de la palabra “terrorismo” en los discursos internacionales de Álvaro Uribe	24
Tabla 5. Evolución de la importancia en la percepción ciudadana de distintos temas... 29	
Tabla 6. Uso de la palabra “paz” en los discursos internacionales de Juan Manuel Santos	311
Tabla 7. Evolución de la favorabilidad de Juan Manuel Santos.....	322

Agradecimientos

Hacer este trabajo fue un reto en muchos aspectos, me probé a mi misma con el miedo constante de que mis esfuerzos no serían suficientes para lograr un resultado satisfactorio, por eso le debo todo a las personas que me acompañaron en el proceso. A mi tutora, María Catalina Monroy, quien desde el primer momento fue un apoyo fundamental y cuya voz de aliento y ánimos constantes lograron que hoy escribiera estas palabras. Su talento e ingenio fueron la inspiración de este trabajo. Siempre será un honor trabajar contigo como mentora. Gracias también al resto de docentes que de todas las formas posibles aportaron al proceso de creación de este trabajo, su sabiduría ha sido invaluable para mí.

Debo agradecer también a mi madre, Myriam Restrepo, su trabajo duro y perseverancia son las razones por las que pude cumplir el sueño de estudiar esta carrera que me hace feliz. A mi hermana, Natalia Cubides, su fe en mi es una de las razones por las que decidí hacer este trabajo. Gracias también a mi sobrina, la luz de mi vida y quien me hizo sonreír en los momentos más difíciles de este proceso. A mis abuelos cuyos valores y enseñanzas siempre serán los principios rectores de mi vida. Mientras terminaba este trabajo falleció Josefina Barrientos, una mujer que me enseñó a apreciar el trabajo duro y la importancia de hacer lo que me apasiona, ambas cosas están presentes en el espíritu de este trabajo, por eso se lo dedico a ella.

Finalmente, gracias a mis amigas Sandra, Julieth y Camila, sin ustedes nada de esto se habría escrito. Sus mensajes, regaños, palabras de aliento y cariño constante hicieron que todo valiera la pena, con ustedes he aprendido mucho más de lo que se puede condensar en esta investigación.

Introducción

La guerra y la paz no han sido desconocidas para la política exterior colombiana, dado que los eventos concernientes a estos temas han permeado a los tomadores de decisión y, por tanto, su formulación. Durante los periodos de auge del conflicto interno tanto como en los momentos en que se buscó llegar a acuerdos de paz, el componente internacional fue relevante para el desarrollo y resolución de los fenómenos que atravesó el país (Borda, 2012). Esto podría atribuirse a la necesidad de un respaldo internacional a las decisiones domésticas que tomara el gobierno de turno. También podría argumentarse que las decisiones internas afectan per se a las internacionales y que Colombia, al estar inmersa de forma constante en dinámicas de guerra y paz, configura así un juego de doble nivel (Putnam, 1988). En todo caso, hay un impacto directo en el actuar internacional del país en los momentos de guerra y paz, el cual se evidenciará en esta investigación.

La investigación tiene como propósito ahondar en la internacional llevada a cabo por los presidentes Álvaro Uribe Vélez y Juan Manuel Santos al respecto del terrorismo y la paz. La narrativa llevada a cabo durante la implementación de la política exterior es crucial y determina el éxito que esta pueda tener. Se entiende como narrativa a aquella que “describe y explica el mundo social: al identificar eventos centrales y asignar roles a los actores” (Kuusisto, 2021, p.4). Es importante destacar este punto puesto que las narrativas dan forma a cómo se percibe la política exterior de cara al público. Es por ello por lo que quien realiza este proceso, en el caso colombiano el presidente de la república debe ser tenido en cuenta, ya que así es posible comprender la proyección de la política exterior.

Teniendo en cuenta que el foco de la investigación son los presidentes y el uso de las narrativas es necesario usar un marco de análisis que tenga como centro a estos sujetos. Para ello se recurrirá al *Foreign Policy Analysis*, esta aproximación tiene como centro al tomador humano de decisiones y se pregunta sobre cómo se lleva a cabo este proceso (Hudson & Day, 2020). De esta forma y mediante el uso de fuentes primarias y el rastreo de información, es posible realizar un análisis que tenga en cuenta todos los aspectos relacionados con el nivel individual que se hace evidente como centro de la investigación.

Entendiendo que el centro de la investigación radica en el análisis la narrativa de terrorismo y paz y con el objetivo de llevar esto a cabo, se hará énfasis en una aproximación que pueda explicar satisfactoriamente dichas narrativas. En ese orden de

ideas un marco de análisis, que ha sido poco aplicado, pero qué es útil para esta investigación es el *Foreign Policy Marketing*, cuya explicación brinda Alex Mintz: “Así como los especialistas en marketing promocionan sus productos para generar ventas, es crucial que los líderes estatales comercialicen sus políticas a diferentes grupos de interés. Los líderes pueden comercializar la guerra, la paz, los acuerdos internacionales y muchas otras decisiones de política exterior.” (Mintz, 2012, p. 149). En el caso de Colombia se pretende entender cómo se llevó a cabo esa comercialización y cuáles fueron sus impactos.

De esta forma, en la presente investigación se buscará responder la siguiente pregunta: ¿cómo se llevaron a cabo las narrativas del terrorismo y paz en la política exterior colombiana entre 2002 y 2018? Para responder a esto se considera que la metodología más adecuada a esta investigación es la cualitativa porque lo que busca es explicar el uso de las narrativas en la consolidación de la política exterior colombiana, y ya que esta metodología se centra en los actores, presidentes en este caso, y en explicar el comportamiento de estos y sus experiencias es pertinente su uso. Además de esto se entiende que este enfoque se basa en la recolección de datos no estandarizados ni predeterminados completamente (Hernández, Fernández & Baptista, 2014). Para llevar a cabo la investigación se hizo uso de distintas herramientas de recolección y análisis de información. Para la recolección de información se utilizaron los discursos oficiales de los presidentes Uribe y Santos; libros y artículos académicos relacionados con el tema, es decir, con el terrorismo en Colombia y el proceso de paz con la FARC. Además de esto, se hizo una revisión de prensa que permitió realizar un rastreo del uso del discurso por los presidentes. Por último, se usó la herramienta de análisis de datos NVivo, con esta se procesaron los discursos a nivel internacional de Álvaro Uribe y Juan Manuel Santos, concretamente se buscó determinar el uso de las palabras terrorismo y paz en los mandatarios.

Finalmente, el contenido de esta investigación se organiza de la siguiente forma: primero se hará una revisión a las teorías y conceptos que permiten entender los temas tratados en este trabajo. A continuación, se dedicará un capítulo al presidente Álvaro Uribe, su política exterior, su uso de la narrativa del concepto de terrorismo y el marketing de este. En tercer lugar, se ahondará en el presidente Juan Manuel Santos, su política exterior, la transición del terrorismo hacia la paz, el cambio de narrativa del terrorismo y el marketing de la paz. Por último, se brindarán las conclusiones pertinentes.

Capítulo 1 - Marco conceptual y metodológico

1.1 ¿Qué es el análisis de política exterior?

El FPA o *Foreign Policy Analysis* es un subcampo de las relaciones internacionales que se enfoca en comprender la política exterior desde un enfoque centrado en el tomador humano de decisión, para esto parte del contexto nacional e internacional que rodea al Estado sujeto de la política exterior y, por tanto, al tomador de decisión (Hudson & Day, 2020). El FPA se apoya en el uso de tres niveles de análisis: sistémico, doméstico e individual. El nivel sistémico se encarga de analizar los factores intervinientes en la política exterior de un Estado en el sistema internacional. El nivel doméstico tiene en cuenta lo que sucede al interior del Estado para explicar la política exterior. Por último, el nivel individual se centra en el tomador de decisión y sus motivaciones personales para explicar la política exterior (Rourke, 2007).

El FPA encuentra su utilidad sobre otras teorías debido a la amalgama de herramientas que posee, las cuales permiten obtener un entendimiento completo de la política exterior. Debido a que en el centro del FPA se encuentra el tomador de decisión, el concepto de agencia se amplía y con ello profundiza en el elemento humano presente al momento de tomar decisiones (Hudson & Day, 2020). Este elemento no está presente en otras teorías que llegan solo al Estado y sus instituciones como fuente de explicación, sin tener en cuenta que la racionalidad de la que se parte no siempre es posible al estar sujeta al accionar humano. Además, no solo este enfoque hace del FPA una aproximación útil. También hay un aporte diferente a cómo se evalúa la política exterior debido a que no es el resultado el que obtiene toda la atención, sino que el proceso de la política exterior es el centro del análisis, el cual se fundamenta en que “un escrutinio más estrecho de los actores, sus motivaciones, las estructuras de toma de decisiones y el contexto más amplio en el que se formulan las opciones de política exterior proporcionará una mayor ganancia analítica” (Alden & Aran, 2017, p. 3).

Para entender el FPA también hay que tener en cuenta dos variables importantes. En primer lugar, se encuentra el *explanandum* que se refiere a “lo que ha de ser explicado o entendido, serán decisiones tomadas por decisores humanos con referencia a entidades externas a su estado-nación o que tengan consecuencias conocidas para ellas. Tales decisiones implican acción, inacción, e incluso indecisión” (Hudson & Day, 2020, p. 4). Por su parte el *explanan* se entiende como “los factores que influyen en la toma de

decisiones de política exterior y decisores de política exterior” (Hudson & Day, 2020, p. 5). Ambas variables son relevantes porque permiten al analista tener claro cuáles son los elementos en los que debe enfocarse para llevar a cabo una aproximación completa a lo que está dilucidando de la política exterior. Como se resaltó anteriormente, el FPA se enfoca en el proceso, por lo cual existe una cantidad amplia de información que, sin estas variables, puede confundir a quien realiza la investigación.

Si se toma como base que la política exterior cambia conforme cambian los encargados de formularla, entonces se hace clara la necesidad de una teoría que parta del ser humano como centro de su análisis. De esta forma se garantiza que la complejidad que enmarca el actuar humano será tomada en cuenta en los resultados de dicho análisis. La pregunta que tratan de responder las RI gira en la mayoría de los casos al “por qué” los Estados actúan como lo hacen. Esta noción misma de que el Estado tiene un componente pensante deja en claro la importancia de entender al ser humano para entender al estado, ya que el Estado en sí solo puede “pensar” y actuar según lo hagan quienes se ocupan de administrarlo.

1.2 Marketing en política exterior

En la sección anterior se evidenció la necesidad de una aproximación desde el tomador de decisión al estudio de la política exterior para llegar a un entendimiento completo sobre cómo esta se lleva a cabo en la práctica. Con eso claro, es necesario ligar la cuestión del FPA al empleo del marketing, ya que este se hace efectivo, principalmente, a través del tomador de decisión. Por ello, a continuación, se explorará la función del marketing en la política exterior.

En los últimos años los teóricos de la política exterior han desarrollado diversos conceptos que permiten ahondar, por fuera de la retórica realista, en la importancia de promocionar la política exterior. Una de esas aproximaciones ha sido el *foreign policy marketing*, explicado por el académico Alex Mintz de esta forma:

Así como los especialistas en marketing promocionan sus productos para generar ventas, es crucial que los líderes estatales comercialicen sus políticas a diferentes grupos de interés. Los líderes pueden comercializar la guerra, la paz, los acuerdos internacionales y muchas otras decisiones de política exterior. (Mintz, 2010, p. 149)

De esta forma, el punto de emprender una estrategia de política exterior va más allá de su enunciación, requiere ser atractiva para aquellos que busca convencer. Para que el marketing de una política exterior consiga los resultados esperados hacen falta varias cosas. En primer lugar, es necesario comprender “el encuadre o *framing* y el marketing son factibles en la política porque el público generalmente tiene conocimiento e información limitados” (Mintz, 2010, p. 152). Así la principal ganancia del marketing es que convierte un asunto difícil de comprender en uno apto para todo el público.

Con esto claro se debe entender que “uno de los roles importantes de un líder como comercializador de política exterior es establecer la agenda y el punto de referencia para el público” (Mintz, 2010, p. 152). De esta forma, es el tomador de decisión el actor central del proceso de marketing, ya que, como se ha establecido a lo largo de este capítulo, es él de quien parte la política exterior, así como todos sus procesos derivados. No obstante, la habilidad para llevar esto a cabo no es una que posean todos los líderes, como lo afirma Mintz: “Enmarcar decisiones de seguridad nacional y política exterior para el consumo público es un arte realizado por presidentes políticamente inteligentes” (Mintz, 2010, p. 153). Esta inteligencia puede entenderse como la habilidad para fijar la agenda y hacer entendible para el público la importancia de esta. Debido a esto, es un ámbito en el que no todos los formuladores de política exterior pueden participar con resultados exitosos.

Además de lo anterior, el proceso para llevar a cabo la “comercialización” de la política exterior tiene sus entresijos. En primer lugar, el tomador de decisión y su equipo “prestan especial atención a la opinión pública e intentan orquestar estas acciones de una manera que mejore el apoyo de las masas” (Rosenblatt, 1998, p. 226). Con ello se elaboran estrategias que permitan lograr los objetivos de comercialización, como lo afirma el autor Alan J. Rosenblatt:

Estas estrategias y tácticas suelen ser de naturaleza agresiva e incluyen apariciones televisivas en horario estelar, giras de conferencias de alto perfil y un esfuerzo concertado de los asesores de política exterior del presidente para hacer eco de los mensajes entregados por el comandante en jefe. (Rosenblatt, 1998, p. 226)

Si esto se suma al punto de partida en el cual el nivel de conocimiento de quienes diseñan la estrategia de marketing es superior al del público, además de la facilidad con la que pueden acceder a los medios de difusión masiva, se concreta un escenario ideal en el cual es altamente plausible tener resultados favorables. Sin embargo, el flujo de

información es esencial, ya que “cuando la información está estrictamente controlada el presidente disfruta de un nivel de experiencia que los críticos informados relativamente no cuestionan. Cuando el público tiene un historial de conocimiento previo, la influencia de los presidentes se debilita” (Rosenblatt, 1998, p.239).

Con esto se hace claro que para llevar a cabo el marketing de la política exterior se requiere una planificación cuidadosa que tenga en cuenta los elementos mencionados en esta sección. El manejo del flujo de información y la lectura adecuada de la opinión pública son vitales para que se tenga éxito en la estrategia, pues estos garantizan que se pueda tener un control sobre lo que se presenta de cara al público y la respuesta a recibir por parte de este.

1.2.1 Framing en política exterior

Como se mencionó anteriormente, uno de los elementos importantes del marketing de la política exterior es el *framing* o encuadre que se hace de la situación. Así, este se define como: “la forma en que se presenta un tema (...) Los líderes tratan de imponer o introducir y promover marcos que afectan la forma en que el público ve una situación particular” (Mintz, 2010, p. 149). Al ser parte del marketing este proceso de encuadre tiene un objetivo particular claramente definido, si la idea esencial de comercializar la política exterior es convencer a un público de una posición determinada, el framing permite establecer la forma en que se va a presentar la información dependiendo de a quien se trate de convencer. Es necesario notar que para el contexto de este trabajo resulta útil acudir a este elemento del marketing ya que “los líderes pueden utilizar el encuadre para reunir apoyo para, o para derrotar, las iniciativas de paz y guerra” (Mintz & Redd, 2003, p. 208) y, al ser el terrorismo y la paz los ejes de los dos gobiernos a analizar, se verá su pertinencia a la hora de llevar a cabo el análisis.

Para que el proceso de *framing* se lleve a cabo de la forma esperada es necesario entender que “el encuadre centra la atención en dimensiones específicas (explicaciones) para la comprensión de los problemas (...) destaca las conexiones entre cuestiones y consideraciones particulares, aumentando la probabilidad de que estas consideraciones se recuperarán cuando se piensa en un tema” (Feldman, 1995, p. 267). De esta forma una situación que puede tener muchas aristas y puntos de vista para ser entendida se simplifica, no solo para hacer la información al respecto más fácil de comprender para el público sino para beneficiar los intereses del tomador de decisión. Si el tomador de

decisión no cree conveniente que se evalúe de cierta forma la situación a presentar no dará entonces margen a esa interpretación en su estrategia de marketing, por lo cual el encuadre que le dé a esta será vital para controlar la información de cara al público y el entendimiento que este pueda tener de ella.

Para que este encuadre se lleve a cabo de forma exitosa es necesario también que al interior del equipo asesor se tenga clara la estrategia en su conjunto: “el encuadre también implica la forma en que la información se presenta en un entorno de asesoramiento y qué elementos de información se destacan sobre otros” (Mintz & Redd, 2003, p.194). Si no hay claridad en cómo se debe manejar la información dicha disparidad se podría reflejar al momento de poner en práctica la estrategia de marketing y podría afectar los resultados deseados.

En la propuesta de Mintz sobre el *foreign policy marketing* existen distintos tipos de *framing* que pueden ser útiles dependiendo del análisis que se realice. No obstante, para la pertinencia de este trabajo solo se acudirá a dos de ellos de forma principal. El primero es el *reference point*, este encuadre se refiere a aquel en el cual el líder fija un punto de referencia que puede beneficiar su posición al servir como contraste con una situación particular que se dé en ese momento específico en otro lugar (Mintz, 2010). Este puede resultar beneficioso si se parte de la noción de que “el encuadre se introduce resaltando la relevancia de ciertos atributos o dimensiones de una política o decisión en particular mientras se descartan otros. Además, los dirigentes políticos pueden describir los resultados políticos en términos de pérdidas y ganancias” (Geva et al, 1996, p. 362).

Por otra parte, el *evaluative framing* se puede entender como aquel en el que “el encuadre actúa como un ancla evaluativa en la valoración del ambiente, y puede cambiar el significado del debate político” (Geva et al, 1996, p. 363). De esta forma, la estrategia que pudiera llevarse a cabo buscaría ampliar el espectro con el ánimo de evaluar de una forma mucho más abierta la política en desarrollo y de esta forma maximizar o minimizar sus fallos y aciertos. Es importante aclarar que la diferencia entre ambos encuadres radica en el alcance del contraste que se quiere realizar. Mientras que el punto de referencia sirve como encuadre de una situación, lugar o persona particular, el *evaluative framing* tiene una magnitud mucho más grande y no está limitado por un espacio geográfico o temporal particular.

1.3 Narrativa y política exterior

A continuación, se abordará el tema concerniente a las narrativas y la política exterior. Su relevancia viene dada por la relevancia del análisis desde el marketing, por lo cual se podría decir que las narrativas son el conducto por el que se lleva a cabo la estrategia de marketing en política exterior.

El foco principal de la presente investigación recae en el análisis de las narrativas en política exterior. Específicamente en las que se encuentran en los discursos pronunciados por los presidentes Álvaro Uribe Vélez y Juan Manuel Santos en materia de “terrorismo” y “paz” en espacios internacionales. Por esta razón, es vital comprender cómo esta narrativa se vuelve importante a la hora de desplegar la política exterior. Para ello es necesario ahondar en la discusión del concepto de narrativa con el propósito de comprender su pertinencia para este trabajo.

El concepto de narrativa se puede entender esencialmente como:

Una subclase del discurso que a su vez se define como una estructura constitutiva del significado. Una narrativa, sin embargo, se caracteriza por una estructura cronológica de narración. Además, normalmente termina en una evaluación que proporciona lecciones para el futuro y sugerencias sobre qué políticas es razonable y realista adoptar. (Hagström & Gustafsson, 2019, p. 390)

De esta definición se pueden tomar varios puntos principales. En primer lugar, la narrativa no es en sí misma sinónimo de discurso, por lo que para ser analizada necesita un marco que tenga en cuenta sus particularidades. A pesar de esto, la narrativa si puede servir como constituyente de significado, solo que lo hace de una forma diferente: mediante el uso de la temporalidad. Si bien se podría argumentar que el discurso también tiene un componente temporal, no es posible equipararlo al de la narrativa, ya que la temporalidad en el discurso no actúa como eje central, en la narrativa sí. Por lo tanto, a la hora de construir una narrativa casi que se podría decir que se está contando una historia, en ese sentido la ubicación temporal y el contexto de esta es primordial. Por último, al igual que en una historia, la narrativa hace una evaluación de aquello que está contando para brindar un camino a seguir a partir de esta.

Para que sea posible hacer sugerencias sobre las políticas a adoptar es necesario destacar que la narrativa construye significado “en la medida en que las narrativas afectan nuestras percepciones de la realidad política (...) la narrativa juega un papel crítico en la

construcción del comportamiento (...) creamos y utilizamos narrativas para interpretar y entender las realidades políticas que nos rodean” (Patterson & Monroe, 1998, p. 315). Así, al crear una narrativa para interpretar la realidad es posible llevar a cabo acciones sobre esta. De esta forma, se da un proceso en el cual para entender el entorno se crea la narrativa y luego, con lo que esta aporta al significado de ese entorno, es posible tomar una ruta de acción para acoger las políticas necesarias.

La narrativa y su vínculo con la política exterior recae mayormente en que “las narrativas importan en RI porque son performativas y permiten ciertas políticas exteriores” (Hagström & Gustafsson, 2019, p. 388). Esto tiene sentido si se aprecia que muchas de las investigaciones hechas sobre el tema se han preocupado por evidenciar los vínculos entre las narrativas nacionales y la política exterior (Hagström & Gustafsson, 2019), esto por la necesidad de reflejar en el exterior lo que sucede al interior de los Estados y la búsqueda permanente de comprensión por parte de agentes externos que se facilita con el uso de narrativas. Además de esto, la política exterior se ha vinculado también desde una perspectiva histórica en la cual la narrativa se usa para comprender hechos del pasado y tomar decisiones de política exterior en el presente (Subotić, 2015).

Para el *foreign policy marketing* el uso de narrativas también resulta útil debido a que estas “son altamente selectivas y construidas a propósito. Cualquier narrativa omitirá algunas partes de la historia mientras enfatiza la otra, un proceso de contar que otorga valor ideológico y emocional a lo que escuchamos y cómo elegimos actuar sobre ese conocimiento” (Subotić, 2015, p. 612). Como se discutió en la sección anterior, una estrategia exitosa de marketing tiene como elemento importante el manejo de la información, entre más control se tenga de ella, es más probable que se obtengan los resultados esperados. Así, ese uso de la información también beneficia a la construcción de la narrativa al ser manipulable a conveniencia de quien lo haga. Con esto, el marketing tiene un margen amplio de maniobra al tener elementos coincidentes y, con el uso de los *framing* de distinta índole, puede construir a su vez la narrativa.

1.4 Diseño de investigación

Para llevar a cabo esta investigación se hizo uso, en su mayor parte, de una metodología cualitativa que se centró en recoger los discursos de los presidentes Álvaro Uribe y Juan Manuel Santos, con el objetivo de reconocer en ambos el uso y construcción de las narrativas frente al terrorismo y la paz en la política exterior de sus gobiernos. Con

el propósito de hacer este ejercicio se hizo uso del análisis de contenido, el cual se entiende para esta investigación como: “una técnica de investigación [que utiliza un conjunto de procedimientos] para hacer inferencias reproducibles y válidas a partir de un texto (de los datos al contexto de los mismos)” (Krippendorff, 1980, p. 21). De esta forma, se buscó encontrar las tendencias en los discursos pronunciados por ambos presidentes en escenarios internacionales.

Para encontrar dichas tendencias en el uso de las palabras “terrorismo” y “paz”, se descargaron los discursos oficiales alojados en las distintas páginas de la Presidencia de la República de los dos periodos presidenciales de cada gobernante -se debe anotar que el dominio de la página de la presidencia cambió cada cuatro años a pesar de que se mantuviera el mismo mandatario en el cargo-. En el caso de Álvaro Uribe se obtuvieron y procesaron 188 discursos pronunciados en escenarios internacionales. Para Juan Manuel Santos la cifra fue de 375 discursos pronunciados en escenarios internacionales. La diferencia en el volumen radica en las apariciones en estos escenarios hechas por cada presidente, para Santos se encontró que tuvo más apariciones internacionales que Uribe. No obstante, la diferencia en el número de discursos no se consideró un impedimento para el análisis puesto que lo que se buscó fue rastrear el uso de palabras diferenciadas, no se realizó una comparación en el uso de la misma palabra -ya fuera terrorismo o paz- en ambos presidentes.

Para procesar el volumen de discursos se usó el programa NVivo, este es un software usado para investigación cualitativa y mixta que permite procesar texto, imágenes, videos y audio, con el objetivo de encontrar patrones, sentimientos y temas coincidentes en los archivos analizados. Mediante el uso de este software se pudo obtener un dato cuantitativo respecto al número de uso de las palabras terrorismo y paz, lo cual tiene utilidad para respaldar el análisis cualitativo que se hizo de los discursos. De esta forma se hizo uso del análisis cuantitativo en tanto se usó NVivo para evidenciar la carga de las palabras en los discursos oficiales a un nivel macro y de un análisis cualitativo para analizar el contenido de los discursos obtenidos.

Capítulo 2 – “El lenguaje del terror”

2.1 La política exterior de Álvaro Uribe Vélez

La política exterior colombiana tiene como características notables que es profundamente personalista y presidencialista (Borda & Tickner, 2011), esto conlleva a que el tomador de decisión principal sea el presidente y a que su personalidad permee la formulación de la política exterior. La relevancia de esta concepción de la política exterior colombiana hace necesario profundizar en el perfil del presidente, para este caso Álvaro Uribe Vélez. Este presidente de origen antioqueño se forjó en sus inicios como miembro del Partido Liberal Colombiano, del cual se hizo militante. Ocupó diversos cargos antes de ser nombrado alcalde de Medellín por el presidente Belisario Betancur en 1982, estuvo al mando de la ciudad durante cinco meses. Su padre fue asesinado por las FARC en 1983, esto, según ha dicho el mismo Uribe, marcó su visión respecto a los grupos insurgentes y reafirmó su compromiso por acabar con esta guerrilla (La Silla Vacía, 2021). Estuvo en el Congreso de la República en calidad de senador de 1986 a 1994, año en el cual fue elegido Gobernador de Antioquia. Al terminar su periodo como gobernador viajó al Reino Unido para tomar cursos en la Universidad de Oxford. A pesar de que inicialmente apoyaba la candidatura de Horacio Serpa para las elecciones de 2002, se apartó de este y de los liberales por cuenta del respaldo de ese partido a los diálogos de paz que adelantaba la administración de Andrés Pastrana. Con una orientación de mano dura frente a las FARC después de las fallidas negociaciones de paz, fue elegido en primera vuelta como presidente en 2002 (La Silla Vacía, 2021).

Partiendo de este breve perfil, Uribe ha sido catalogado como un orador hábil, lo que le ha permitido convertirse en una figura de confianza cercana para la población. Sumado a esto se ha definido como un hombre dispuesto a sacrificarse por el país para acabar con las amenazas que este tenga (Richard, 2008). Además, se caracterizó por el “manejo de un discurso político sencillo, directo, corriente, popular y maniqueo. Uribe utilizaba siempre un lenguaje sencillo, directo, usaba constantemente metáforas que fueran fácilmente entendibles por todos los colombianos” (Fierro Castelblanco, 2011, p.18). En el caso de Uribe esto es aún más importante teniendo en cuenta que la “estrategia de poder desplegada durante su gobierno, no toma en cuenta con claridad elementos básicos de una propuesta de seguridad que trascienda exclusivamente el ámbito militarista. Los temas del territorio y de la población, carecen de desarrollos

conceptuales” (Támara, 2013, p. 93). Esto deja ver a un presidente con una orientación militarista que durante su mandato solo pudo entender el conflicto en los mismos términos, y cuya visión respecto a las amenazas del país permeó la orientación de todo su gobierno, tanto a nivel interno como externo. A pesar, de que la política exterior es en sí misma personalista, durante el periodo de Álvaro Uribe se dio una “personalización exagerada del poder, con un presidente extremadamente mediático, de vigorosa personalidad” (Sanín Fonnegra, 2012, p. 166).

La lógica militarista en la cual se encausó el mandato de Uribe en su política exterior se explica, según el académico Diego Cardona, porque “en la administración del presidente Álvaro Uribe Vélez la política exterior ha sido más bien un instrumento de la política interna, forzando las prioridades en relación con el fortalecimiento del Estado para afrontar el conflicto y los efectos del terrorismo” (Cardona, 2005, p 371). Este análisis de Cardona se pudo confirmar en entrevista con Álvaro Uribe, al preguntarle sobre si la orientación de su política exterior era de seguridad al iniciar su gobierno, respondió: “Pensé en una política doméstica de seguridad, no pensé en el tema internacional (...) no importaba lo que pasaba en el mundo sino lo que pasaba en el país.” (Uribe Vélez, 2022).

Esto puede entenderse por la falta de experiencia internacional de Uribe, lo cual generó un uso descuidado de la política exterior que enmarcándose totalmente en la seguridad como forma de vinculación con los demás actores internacionales “demuestra gran desconocimiento de las necesidades instrumentales de un adecuado proceso de inserción internacional del país” (Cardona, 2005, p. 371). Así, esta orientación de seguridad, sumado al contexto internacional de la guerra contra el terrorismo dio pie a un marketing del terrorismo.

2.2 Origen y narrativa del concepto de terrorismo en Colombia

La primera vez que se dio una denominación de terroristas a los grupos insurgentes colombianos fue al final de la administración Pastrana. Pocos días antes de los atentados del 11 de septiembre, Andrés Pastrana decía en la Asamblea General de las Naciones Unidas que:

las FARC son las únicas que tienen la capacidad de definir cómo y de qué forma quieren que la comunidad internacional los mire a ellos. Si quieren que los vean

como terroristas, (...) o como una organización guerrillera que quiere la solución política del conflicto armado. (Tickner, 2002, p. 361).

Esto sucedió en medio de las negociaciones de paz que el gobierno mantenía con esa guerrilla. Con esto, la narrativa que vinculaba al terrorismo con los actores del conflicto armado se había puesto en marcha. El inicio de la lucha global contra el terrorismo después de los atentados del 11 de septiembre en Estados Unidos no hizo sino afianzar esto. Así el 20 de febrero de 2002, el presidente Pastrana rompió las negociaciones con las FARC y, retomando su discurso ante las Naciones Unidas, dijo: “son ellas las que han firmado su propia definición y ya nadie puede dudar de que, entre política y terrorismo, las FARC optaron por el terrorismo” (Pastrana, 2002).

En medio de esta coyuntura, Álvaro Uribe se convirtió en presidente de Colombia el 7 de agosto de 2002 gracias, en parte, a un fuerte discurso que promovía la seguridad. En un país que recientemente había terminado los diálogos de paz con las FARC durante la administración Pastrana, que vivía un momento crítico de seguridad en el cual las guerrillas tenían un poder nunca visto, la llegada de Uribe y su “mano dura” pareció responder a las necesidades que debía solventar el país (Borda Guzmán, 2007).

El mandatario definió la política exterior de su gobierno en su posesión como presidente. En su discurso inaugural, Uribe remarcó la importancia de la seguridad para lo que sería su mandato de ocho años. Al hacer esto, no hizo una distinción entre la política interna y exterior, sino que se encargó de presentar el problema de seguridad como uno que atañía todos los aspectos en los que el gobierno pudiera estar involucrado. Al referirse a sus relaciones con los países vecinos, remarcó: “Con la ayuda del Gobierno del respectivo País hermano lo lograremos, para tranquilidad de Colombia y de todos, porque este conflicto o se para o tiene el potencial de desestabilizar la Región” (El Tiempo, 2002) En ese momento, Uribe sentó las bases la narrativa del terrorismo, aunque no usara esa palabra en el momento, después agregó: “Cuando un Estado democrático es eficaz en sus garantías, así los logros sean progresivos, la violencia en su contra es terrorismo” (El Tiempo, 2002). Darle la connotación de terrorismo a la violencia no fue algo gratuito, por el contrario, buscó dar pie a la narrativa que se convertiría en un factor determinante para su política exterior.

Los académicos Arlene Tickner y Rodrigo Pardo revisaron la política exterior de Álvaro Uribe durante su primer año como presidente, en 2003, escribieron: “La política

exterior de la administración Uribe, en su primer año, refleja el programa prioritario del primer mandatario: el fortalecimiento de la seguridad, la confrontación de grupos guerrilleros y la legitimación del uso de la fuerza” (Tickner & Pardo, 2003, p. 76). Así como en su discurso de posesión, Uribe insistió de cara a sus homólogos en la región que la amenaza representada por los grupos insurgentes debía ser atendida con prontitud. De esta forma, “en el plano diplomático, la búsqueda de la ‘seguridad democrática’ define el discurso” (Tickner & Pardo, 2003, p. 77). Sumado al discurso marcado por la seguridad, en su primer año la administración Uribe estrechó fuertemente sus relaciones con la administración Bush en Estados Unidos, esto hizo que Colombia iniciara un proceso de aislamiento de los países de la región (Dallanegra Pedraza, 2012). A pesar de que en su primer año como presidente logró que Estados Unidos se concentrara en Colombia y promoviera la agenda con la que fue elegido (Tickner & Pardo, 2003), lo que Tickner y Pardo llamaron la “terrorización” de la política exterior no fue inmediata.

2.3 El uso estratégico del lenguaje en Álvaro Uribe Vélez

En su discurso de posesión, el presidente Uribe se refirió a la situación del país como una en la cual “el mundo debe entender que este conflicto necesita soluciones no convencionales, transparentes, imaginativas” (Uribe Vélez, 2002). De esta forma hizo un reconocimiento al conflicto armado, algo que usaría un par de veces más en su primer año de gobierno. Sin embargo, en el mismo discurso no dejó de lado el terrorismo y dijo: “No aceptamos la violencia para combatir el Gobierno ni para defenderlo. Ambas son terrorismo. La fuerza legítima del Estado cumple la exclusiva misión de defender a la comunidad y no puede utilizarse para acallar a los críticos” (Uribe Vélez, 2002). De esta forma, no vinculó al terrorismo como algo exclusivo de uno de los actores del conflicto, si no como un problema que aquejaba a todos los que hacían parte de este.

Después de esos primeros meses de gobierno, el presidente Uribe se dedicó a fortalecer la narrativa del terrorismo. En octubre de 2002, en la Conferencia de las Américas, evento organizado por el The Miami Herald decía:

El conflicto que azota a Colombia tiene el potencial para desestabilizar el conjunto de países vecinos (...) Necesitamos ayuda para superar este Estado de violencia al cual nos han sometido organizaciones cuyos actos corresponden al terrorismo que se describe en la legislación de los Estados Unidos y de muchos países europeos. (Uribe Vélez, 2002)

Así, el presidente Uribe se dedicó a dejar clara una narrativa a nivel internacional en la cual las FARC y los demás grupos insurgentes activos eran terroristas. Con esto dejaba claro que, en la coyuntura del momento, no se podía negociar con dichos grupos hasta que estuvieran acabados. No es una interpretación el hecho de que no hablara de conflicto, sino que abiertamente Uribe hacía un desconocimiento adrede de este:

Aquí no hay conflicto, aquí lo que hay es un desafío del terrorismo a 44 millones de colombianos de bien. Le dije, 'quiénes son los actores del conflicto' dije, pues la guerrilla, los paramilitares, el Ejército y la Policía. Dije está bien, los primeros no son actores del conflicto, son actores del terrorismo. (Uribe Vélez, 2004)

De esta forma argumentaba que la connotación de conflicto armado le daba una legitimidad a las FARC que realmente no poseía. La situación internacional ayudó a seguir adelante con esta narrativa.

2.3.1 El marketing del terrorismo

En 2003, el gobierno Bush inició su ofensiva sobre el régimen de Saddam Hussein en Irak, esto no pasó desapercibido para la administración Uribe. Durante su visita a Ecuador para la posesión del presidente Lucio Gutiérrez, Uribe señaló que Estados Unidos debería hacer un despliegue de fuerza similar al Irak sobre el mar caribe y océano pacífico colombianos (Semana, 2003). Como se mencionó en el capítulo uno, uno de los elementos del *foreign policy marketing* que puede permitir llevar a cabo la comercialización de la política exterior de forma exitosa es el *framing*. Para este caso el gobierno Uribe usó en el encuadre el punto de referencia o *reference point*. Al ubicar a Irak como un similar en cuanto a la amenaza representada en el terrorismo, Uribe fijó el punto de referencia para su estrategia de marketing del terrorismo hacia Estados Unidos.

La relación con Estados Unidos fue vital para el gobierno Uribe, ya se había aprobado el Plan Colombia, lo cual hacía factible la ayuda económica para la lucha contra el terrorismo. Sin embargo, el presidente Uribe pretendía que Colombia fuera visto y tenido en cuenta con la misma gravedad con la que se percibía a los países de Oriente Medio, por ese entonces centro de la guerra contra el terrorismo. En su justificación del apoyo a Estados Unidos, Uribe señaló:

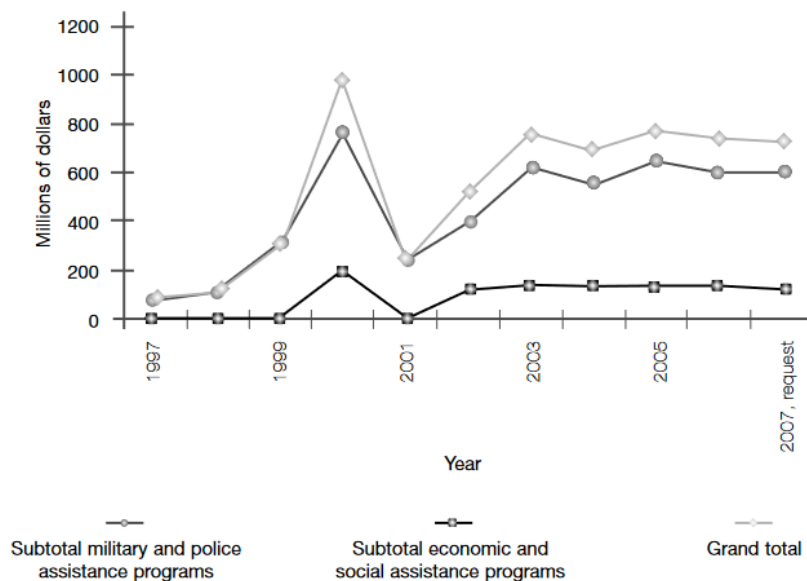
Colombia ha pedido al mundo apoyo para derrotar el terrorismo y no puede negarse a apoyar la derrota del terrorismo donde quiera que este se exprese. Hemos reclamado la solidaridad del mundo para evitar el sufrimiento del

terrorismo y tenemos que ser solidarios con el mundo para que el terrorismo no siga sembrado la muerte aquí y allá. (Uribe Vélez, 2003)

De esta forma, Uribe se encargó de continuar con una estrategia de marketing en dos frentes. Al tiempo que llamaba la atención de Estados Unidos, siendo a la vez aliado y víctima, le brindaba a la audiencia un *emotional framing*, ya que al hacer alusión al “sufrimiento del terrorismo” buscaba el apoyo a la decisión por su uso del lenguaje para despertar emociones. Este es uno de los ejemplos más claros en los que Uribe usó las emociones para vender su política exterior, es algo que hizo continuamente a lo largo de su gobierno con el fin de que la población se identificara con las amenazas que pretendía contrarrestar.

Los efectos en ambos casos fueron positivos, en 2004 el presidente Bush visitó a Colombia y Uribe lo recibió diciendo: “El apoyo norteamericano (a Colombia) dejó atrás el discurso y se convirtió en apoyo efectivo” (Pardo, 2021). Las palabras Uribe se evidenciaron en el aumento de la ayuda económica de Estados Unidos hacia Colombia.

Tabla 1. Ayuda de Estados Unidos a Colombia desde 1997



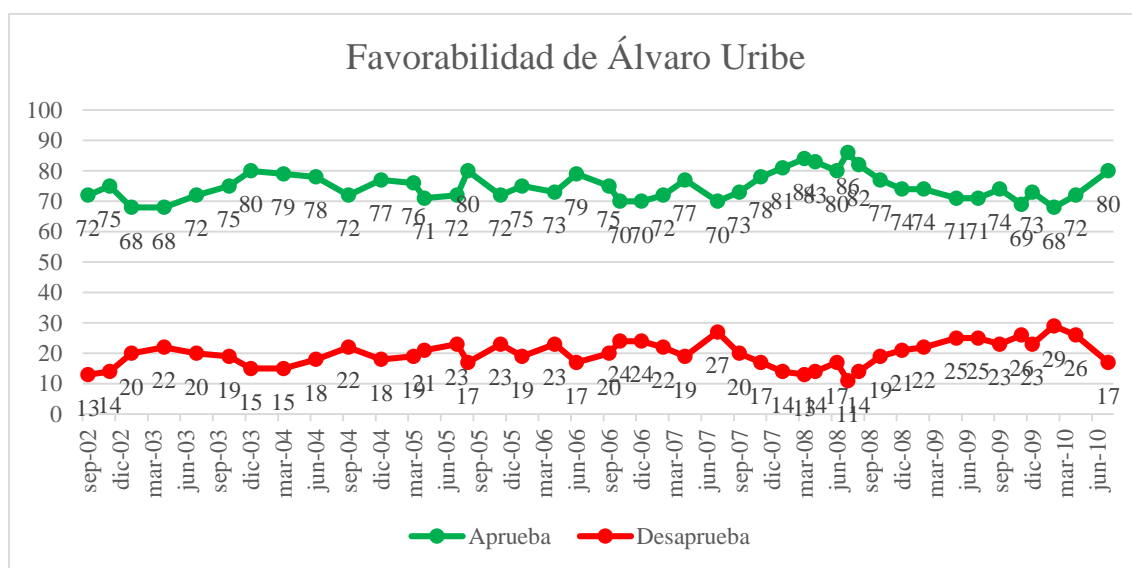
Tomado de: Borda Guzmán. (2007), como se citó en The Center for International Policy’s Colombia Program, 2006

Al hacer esto pudo enmarcar también a Colombia como un “país problema” que necesitaba ayuda económica y política. De esta forma, para 2004 “tanto los formuladores de políticas en Bogotá y Washington, los *think tanks*, las instituciones financieras internacionales y regionales y los medios comenzaron a referirse a Colombia como un

país que, con la ayuda de los Estados Unidos, había podido evitar el desastre” (Tickner & Morales, 2015, p. 242).

A nivel interno, el éxito de la narrativa respecto al terrorismo tuvo una acogida que se evidencia en los índices de favorabilidad de Uribe. A continuación, se observa que se mantuvieron altos durante todo su mandato, convirtiéndolo en uno de los presidentes con mayor aceptación en la historia de Colombia.

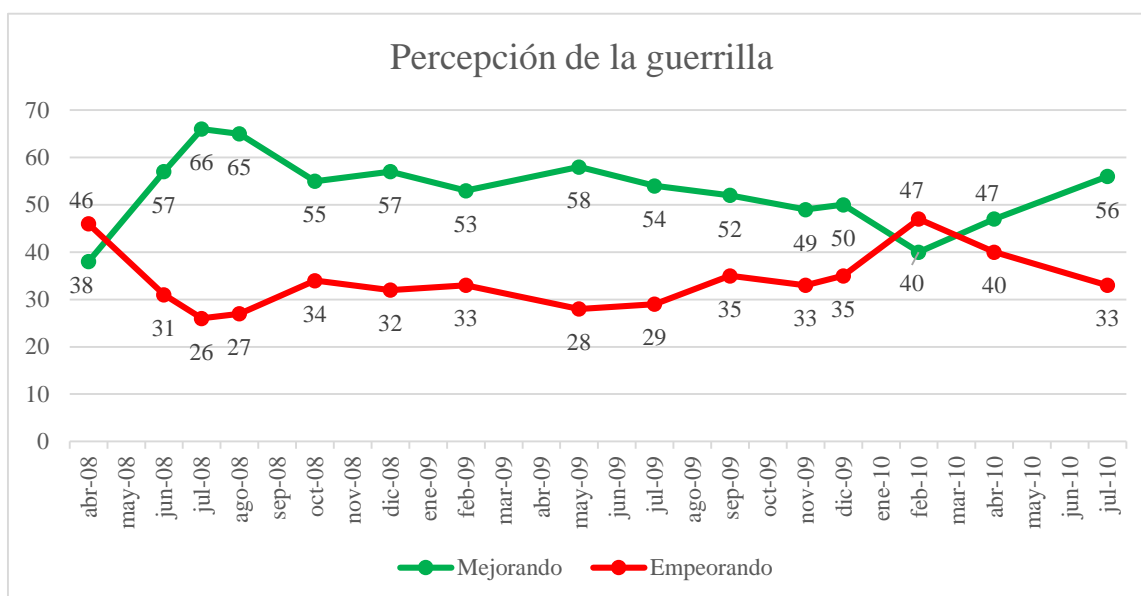
Tabla 2. Evolución de la favorabilidad de Álvaro Uribe



Fuente: Invamer, 2011

También se pudo evidenciar en la percepción de la población sobre la guerrilla que hubo una mejora respecto al control que el Estado pudo ejercer sobre esta de cara a la gente. A continuación, se muestra que, durante la mayor parte del segundo periodo de Uribe, se mantuvo positivo el accionar del Estado y los resultados que se obtuvieron sobre los grupos insurgentes.

Tabla 3. Evolución de la percepción de la guerrilla de 2008 a 2010



Fuente: Invamer, 2021

2.3.2 La narrativa del terrorismo

A nivel regional, la estrategia fue diferente, por ello, en sus primeros años de gobierno, el presidente Uribe se dedicó a tratar de implantar la narrativa del terrorismo a nivel latinoamericano. En 2004 expresó ante la Organización de Estados Americanos: “quiero invitarlos a que fortalezcamos nuestras acciones de cooperación con el terrorismo. La mayor responsabilidad la tiene Colombia para evitar que estos terroristas extiendan sus actividades a los países hermanos” (Uribe Vélez, 2004). Así, Uribe trató de convertir un asunto de carácter doméstico en uno internacional, mediante esta narrativa impulsó el peligro del terrorismo al nivel regional al convertirlo en una amenaza vital para los países vecinos.

En algunos países en los cuales la izquierda gobernaba la narrativa falló a pesar de la insistencia del gobierno en los grupos armados como exportadores de terrorismo, lo cual constituía una amenaza inminente a la seguridad de los países vecinos a Colombia. En entrevista, Uribe reconoció la dificultad de llevar a cabo la narrativa de seguridad: “Interiormente pensé que una narrativa de seguridad contra esos grupos [a nivel internacional] iba a ser difícil” (Á. Uribe Vélez, comunicación personal, 2022).

Sin embargo, con algunos países centroamericanos, la estrategia tuvo mejores resultados como lo constata la declaración de Óscar Berger, presidente de Guatemala: “el día de hoy con el Gobierno de Colombia en apoyo en el combate al narcotráfico, al

terrorismo, al crimen organizado, tenemos para beneficio de los guatemaltecos apoyos importantes en la reorganización de nuestros cuerpos de seguridad” (Berger, 2004). Contrario a Estados Unidos, las relaciones con los países latinoamericanos se volvieron cada vez más difíciles a medida que se completaba el segundo periodo de Uribe, a menudo por la insistencia del gobierno en la amenaza del terrorismo.

El punto cumbre de estas malas relaciones llegó con la Operación Fénix, en la cual Colombia violó la soberanía de Ecuador para dar de baja a uno de los cabecillas de las FARC, Raúl Reyes. Sin imaginar el gran deterioro que esta operación supondría para las relaciones entre ambos países, y los aliados de Ecuador en la región, el presidente Uribe declaró horas después de que se llevara a cabo lo siguiente:

Agradezco al presidente Rafael Correa, del Ecuador, a las Fuerzas Militares y de Policía y al Pueblo del país hermano, su comprensión al momento que vive Colombia de determinación para derrotar el terrorismo, el terrorismo que no respeta fronteras, el terrorismo que pretende seducir pueblos mientras ve la posibilidad de utilizarlos, y finalmente los invade y los ofende. (Uribe Vélez, 2008)

El presidente colombiano defendió el proceder de las fuerzas armadas argumentando que Colombia le hacía un favor a Ecuador, ya que no solo no se afectó a ningún civil ecuatoriano en la operación, sino que se pudo prevenir que el terrorismo llegara a ese país. Si bien en cuanto Estados Unidos, quien era el aliado más importante de Colombia en la época, la implementación de la narrativa fue medianamente exitosa, frente a sus países vecinos y frente a la región no lo fue. No solo porque la situación política del continente no era propicia para esto, sino porque Uribe nunca pudo evidenciar que la amenaza terrorista iba a afectar a más países aparte de Colombia, pese a sus marcados intentos.

Para esta investigación se hizo uso de la herramienta de análisis NVivo, mediante esta se pudo hacer una recopilación de los discursos de Álvaro Uribe con trascendencia internacional. Así se procesaron 188 documentos con el objetivo de rastrear el uso de la palabra terrorismo en cada discurso pronunciado. Para el procesamiento de los documentos se tomó como referencia el uso de la palabra “terrorismo” y sus derivados tales como “terroristas, terrorista y terror”, esto con el objetivo de obtener resultados completos. En la siguiente tabla se presenta el número de veces que Uribe empleó estas palabras a través de sus ocho años como presidente:

Tabla 4. Uso de la palabra “terrorismo” en los discursos internacionales de Álvaro Uribe



Fuente: Elaboración propia mediante el programa NVivo

De esta forma, se evidencia que la narrativa y marketing del terrorismo se hizo de forma acelerada durante el primer mandato de Uribe. Así, es notable el crecimiento exponencial en el discurso del terrorismo durante 2003 y 2004, llegando al punto máximo en 2005. Aunque en los siguientes tres años se siguió haciendo uso de la estrategia, no se realizó de forma exhaustiva como en los primeros años de gobierno. Esto puede responder a varios factores: como se mostró en la tabla 3, hacia 2005 ya se había incrementado la ayuda económica estadounidense hasta ser prácticamente estable; en 2006 cuando Uribe se presentó y ganó la reelección ya había hecho lo suficiente como para asegurar el poder durante cuatro años más así que no era necesario seguir con un marketing agresivo; por último, la narrativa del terrorismo ya estaba en la agenda nacional e internacional, por lo cual para que esta continuara solo se debía estabilizar y convertirse casi que parte de la cotidianidad. Finalmente, es necesario remarcar que, en total, Uribe hizo uso de esta palabra y sus derivados en 1476 oportunidades en los discursos que pronunció. Vale la pena hacer la salvedad de que los discursos analizados fueron de carácter oficial, no se incluyeron entrevistas o artículos de periódicos y fueron extraídos de la página de la Presidencia de la República.

Capítulo 3 – “El lenguaje de la paz”

3.1 La política exterior de Juan Manuel Santos

Este capítulo girará en torno a la política exterior del sucesor de Álvaro Uribe, Juan Manuel Santos. Se hará una revisión general de su política exterior, para luego explorar cómo, mediante el cambio de la narrativa, se hizo la transición del terrorismo del gobierno Uribe hacia la paz que caracterizó la mayor parte del gobierno Santos. En esta sección se examinará el uso del lenguaje del mandatario y el proceso de marketing de la paz.

Cuando Juan Manuel Santos asumió el poder el 7 de agosto de 2010, lo hizo con un discurso totalmente diferente al que en 2002 había pronunciado su antecesor y aliado político. En esa oportunidad, Santos dijo que “le había llegado la hora a Colombia” y que a pesar de los males que aún aquejaban al país, tales como el terrorismo y el narcotráfico, el punto de partida de Colombia era inmejorable. Esto se tradujo en el viraje de la seguridad democrática de la administración Uribe hacia la prosperidad democrática, palabra no exenta del optimismo con el que Santos asumió su mandato.

Los fenómenos del narcotráfico, del terrorismo, de la violencia, que ha sufrido nuestro país, hicieron que buena parte de las mejores tierras terminaran en manos de agentes de la violencia. ¡Eso lo vamos a revertir! (Santos, 2010)

Juan Manuel Santos no creció siendo ajeno a la política o el poder, su tío abuelo, Eduardo Santos, fue presidente de Colombia entre 1938 y 1942, su familia era dueña además del periódico El Tiempo. Santos se educó mayormente en el exterior, donde conoció a personalidades como Tony Blair, con quien escribió un libro. En el Reino Unido trabajó en la Organización Internacional del Café y en la embajada colombiana en ese país. Volvió a Colombia donde trabajó como subdirector de El Tiempo. En 1991 ingresó al gabinete de Cesar Gaviria como cabeza del recién creado Ministerio de Comercio Exterior. En el 2000 Andrés Pastrana lo designó como Ministro de Hacienda, donde obtuvo buenos resultados (La Silla Vacía, 2021). En 2005 fundó el Partido de la U y, gracias a su buen posicionamiento político, Álvaro Uribe le ofreció la cartera más importante de su gobierno: el Ministerio de Defensa. Asumió como ministro en 2006. Gracias a su gestión en ese cargo y a la popularidad del gobierno Uribe, Santos fue elegido presidente en 2010.

En su gestión la política exterior dio un salto. Para 2010 después de haber tenido por 8 años una denominación de *réspice polum* se dio un viraje hacia el *réspice similia* aunque sin descuidar las relaciones con Estados Unidos. Ese viraje incluyó, entre otros un acercamiento a los países de la región con quienes Colombia no tenía una buena relación, como Venezuela y Ecuador (Dallanegra, 2012). Sumado a esto, la administración Santos tuvo una fuerte inclinación hacia el fortalecimiento del comercio exterior, campo bien conocido por el presidente, en total durante sus 8 años de gobierno se firmaron 8 nuevos Tratados de Libre Comercio (La República, 2018). No menos importante fue el despliegue diplomático que vino antes y después de los Acuerdos de Paz con las FARC y la consecuente Diplomacia para la Paz. Esta visión se hizo patente durante su primer discurso ante las Naciones Unidas, donde resaltó:

En mi discurso de posesión, el pasado 7 de agosto –basado en los importantes avances que ha logrado mi país–, dije que le había llegado la hora a Colombia. Hoy, en este foro mundial, quiero ir más allá, y expresar, con entera convicción, que ha llegado la hora de América Latina. (Santos, 2010)

Las razones que explican el cumplimiento de los objetivos que planteó Santos son expuestas por la académica Diana Rojas (2019). En primer lugar, la articulación nacional en torno a la solución negociada del conflicto armado, que fue atravesado por la búsqueda de respaldo internacional. En segundo lugar, el uso del aparato diplomático para la consecución de los propósitos planteados, esto quiere decir que más allá de la paz, la diplomacia se articuló alrededor de los proyectos del gobierno para replicar a nivel externo lo que se daba a nivel interno. Por último, el gobierno Santos estuvo a la vanguardia con los temas que dominaban la política internacional. Esto se dio gracias, en parte, a una visión pragmática de la política y de la solución de las necesidades del país.

3.2 La transición hacia la paz y el uso del lenguaje en Juan Manuel Santos

Como se mencionó anteriormente, el gobierno Santos cambió el rumbo de la política exterior enfocada en la seguridad del gobierno anterior. Como lo afirma el académico Javier Sanín Fonnegra: “Tanto en la política interior como en la exterior Santos se desprendió del monotema de la seguridad que absorbió todas las energías políticas de Uribe (...) Tanto por el cambio de énfasis del gobierno Obama con relación al terrorismo, como por la posición de Latinoamérica respecto a la seguridad” (Sanín Fonnegra, 2012, p. 169). Por lo tanto, no solo fue la disposición de Santos a la diversificación de la agenda, fue la pérdida de relevancia de la lucha contra el terrorismo para el aliado más importante de Colombia. Como se evidenció en el caso de Uribe la

narrativa del terrorismo tuvo poco éxito a nivel regional por la naturaleza ideológica de los gobiernos más relevantes para el país. Cuando Santos llegó al poder seguir con una estrategia enfocada a la seguridad no iba a tener mejores resultados, sobre todo teniendo en cuenta su difícil relación con los presidentes Chávez y Correa por cuenta de su actuación como ministro de Defensa.

Entendiendo el talante abierto de Santos vienen entonces dos preguntas clave: ¿la apertura de la agenda fue una consecuencia del propósito de iniciar los diálogos con las FARC? O, por el contrario: ¿fue el proceso de paz consecuencia de esa apertura de la agenda? Vale la pena hacerse este cuestionamiento por cuenta de la naturaleza internacional de la negociación y posterior firma de los Acuerdos de Paz. Sumado a esto, una de las primeras acciones en política exterior de Santos fue la búsqueda del restablecimiento de las relaciones con Venezuela y Ecuador (Antolínez Franco, 2011).

Esto es importante ya que el papel de los países vecinos, en especial de Venezuela, fue determinante para el inicio de las negociaciones entre el gobierno y las FARC, además de ser un punto clave para el apoyo regional al acuerdo de paz. Para el gobierno colombiano, el apoyo de estos países se traducía en la voluntad política de la guerrilla para sentarse a negociar, algo que el mismo presidente Santos reconoció: “Tengo que agradecerle, reiterar nuestros agradecimientos, hoy que es el Día de la Paz, a Venezuela por el papel que ha jugado en la paz de Colombia” (El Espectador, 2015).

La mejor forma para responder estas preguntas puede encontrarse en lo que dice el mismo Santos. En su libro de 2019 titulado “La batalla por la paz” afirma:

¿Por qué incluí la posibilidad de entablar diálogos de paz con las guerrillas en mi discurso [de posesión]? ¿Por qué dije que la puerta del dialogo no estaba cerrada con llave? Pude no haberlo anunciado y simplemente haberlo intentado en la práctica (...) pero consideré que era el momento para notificar al país y a los grupos insurgentes de mi voluntad de avanzar en esta dirección. (Santos, 2019, p. 195)

Como se evidencia sí había una disposición hacia la paz como fin último. Más adelante en el mismo escrito, Santos se refiere a la importancia de restablecer las relaciones con los países vecinos no solo para que estos fueran mediadores, sino para llevar la voluntad de paz a la política exterior (Santos, 2019). Con esto claro, se puede continuar hacia cómo esto se hizo patente en la narrativa del gobierno Santos.

3.2.1 El cambio de narrativa del terrorismo

Santos dejó entrever que el terrorismo no era el mal supremo, como se había dicho durante la mayor parte del gobierno Uribe. De esta forma, se dio inicio a un cambio de narrativa del terrorismo desde el día mismo de la posesión de Santos. Durante sus 8 años de mandato, Santos solo utilizó la palabra terrorismo en escenarios internacionales 68 veces, un cambio drástico respecto al gobierno anterior. En cambio, prefirió referirse a la situación del país como conflicto armado, expresión que utilizó 141 veces en escenarios internacionales. El terrorismo, por tanto, pasó a un segundo plano.

Tal vez este sea el punto más importante del cambio de narrativa. El reconocimiento del conflicto armado fue un punto cerrado al debate durante el gobierno Uribe. No obstante, Santos hizo ese reconocimiento del conflicto en 2011 con un simple: “hace rato hay conflicto armado en este país” (El Tiempo, 2011). Esto no tardó en trascender a la esfera internacional, durante la visita del entonces secretario general de las Naciones Unidas, Ban Ki-moon, en junio del mismo año, Santos ratificó sus palabras:

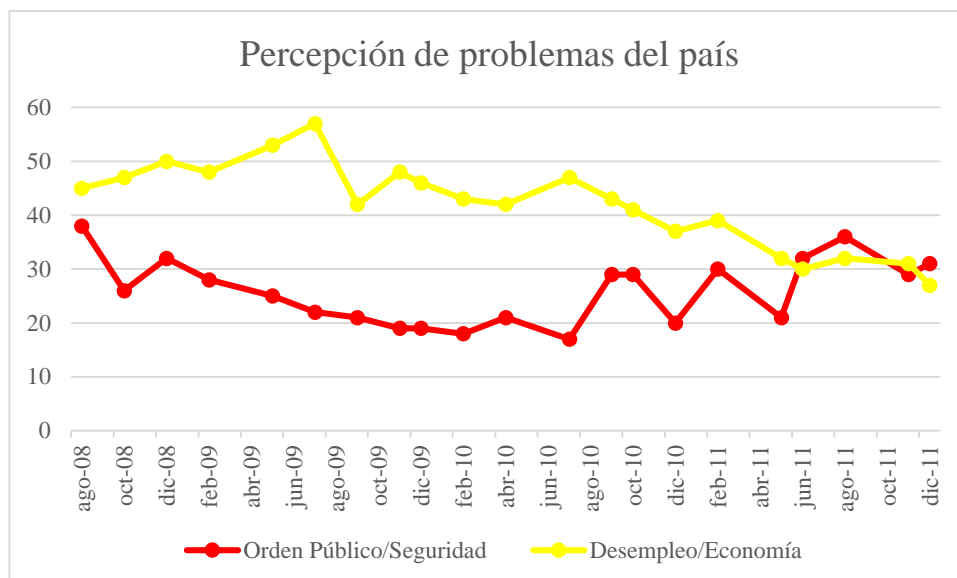
Somos un país que sufre y ha sufrido un complejo y difícil conflicto armado interno, causado por la peligrosa combinación de grupos armados ilegales y narcotráfico, pero –como ha podido constatar hoy– estamos dando pasos audaces para superar este conflicto y llegar a una etapa de reconciliación y paz. (Santos, 2011)

A través de esto, Santos no solo se encargó de alejar el concepto de terrorismo de la narrativa alrededor de la violencia en el país, a la vez dejó entrever que lo hacía para tener posibilidades de llegar a un acuerdo con esos grupos armados. En ese mismo discurso hubo un reconocimiento a la necesidad de desescalar el lenguaje: “ojalá lo entiendan esos pocos que insisten en el lenguaje de las armas y el terror: nuestro país no está condenado (...) a cien años de soledad ni a cien años de violencia” (Santos, 2011).

Durante su primera intervención ante la Asamblea General de las Naciones Unidas, Santos se aseguró de dejar claro su talante, y afirmó: “queremos alcanzar la paz, bien sea por la razón, o por la fuerza. Y vamos a lograrlo, para poder dedicar y concentrar todas nuestras energías y esfuerzos en alcanzar el desarrollo y la prosperidad de nuestro pueblo” (Santos, 2010). Contrario a la lógica militarista de Uribe, Santos abrió las opciones a una salida negociada al conflicto en Colombia y poco a poco se iba alejando de la narrativa del terrorismo. Esto que se vio reforzado por las nuevas amenazas que afrontaba el gobierno, tales como la corrupción y las bacrim, y por la percepción baja de los grupos insurgentes como amenaza al orden interno, especialmente de las FARC

(Sánchez & Campos, 2019). La siguiente grafica muestra este cambio de percepción de cara a la población desde el final del gobierno Uribe y el inicio del gobierno Santos.

Tabla 5. Evolución de la importancia en la percepción ciudadana en distintos temas



Fuente: Invamer, 2011

De esta forma, el gobierno Santos empezó a construir los caminos hacia la paz (Badillo Sarmiento, 2020). Lo primero que hizo fue reparar las relaciones con los países vecinos que se habían visto gravemente afectadas durante el gobierno anterior. El presidente Santos se encargó de solucionar los conflictos existentes con Venezuela, específicamente con el presidente Chávez, y con Ecuador, con el presidente Correa, relaciones que se habían visto afectadas a causa de la Operación Fénix. Mientras tanto, a nivel interno se empezaron a dar acercamientos con las FARC. Durante su intervención en la Asamblea General de las Naciones Unidas en 2011, Santos dejó claro que la convivencia pacífica era uno de los objetivos de su gobierno:

Me alegra poder afirmar hoy que Colombia no sólo cree en la mediación y las soluciones pacíficas, sino que las ha practicado con éxito. Durante mi gobierno logramos normalizar las relaciones con dos países vecinos, como son Venezuela y Ecuador, y lo hicimos sobre la base de la concertación y el diálogo directo y respetuoso (...) continuemos trabajando –haciendo uso eficaz de los medios pacíficos a nuestro alcance– con un nuevo propósito: hacer de las crisis que hoy vivimos, oportunidades para un mejor mañana. (Santos, 2011)

Así como con Uribe, el perfil de Santos puede dar respuestas a su posición abierta a encontrar soluciones no militares al conflicto. Santos, a diferencia de Uribe, proviene de la élite bogotana, una familia presidencial y con una visión más abierta de la guerra y

la paz. Además, no siempre se alió con la derecha, planteó durante los años noventa la posibilidad de una tercera vía y trabajó con distintos gobiernos, lo que le confirió una perspectiva pluralista de la situación del país (León, 2010).

El punto culminante del cambio de narrativa vino en 2012 con el anuncio del inicio de la negociación con las FARC. Santos le comunicó al país y al mundo que durante seis meses se habían dado conversaciones entre las dos partes en La Habana, con la mediación de los gobiernos de Cuba y Noruega y que tenían un acuerdo marco para sentarse a negociar (La Vanguardia, 2012). A partir de ese momento, aunque el cambio de la narrativa del terrorismo continuó, la política exterior de Santos se embarcó en hacer atractiva la paz a nivel internacional.

3.2.2 El marketing de la paz

Como se discutió en el capítulo uno el marketing de la política exterior se puede llevar a cabo cuando el líder y formulador hace atractiva la política a otros actores. Además, el manejo de la información y establecer un punto de referencia son pasos vitales para que se pueda conseguir un alto nivel de atracción. En el caso de Juan Manuel Santos, el flujo de información sobre los avances en las negociaciones de paz siempre fue escaso, lo que hizo la tarea de vender el proceso de paz factible a nivel internacional.

Como en el capítulo anterior, en este se hizo un análisis usando el programa NVivo de los discursos de Juan Manuel Santos a nivel internacional para rastrear el uso de la palabra “paz”. Se procesaron 362 documentos en los cuales se encontró que Santos usó la palabra “paz” en un total de 1526 ocasiones. A continuación, se muestra la evolución a través de los ocho años de gobierno.

Tabla 6. Uso de la palabra “paz” en los discursos internacionales de Juan Manuel Santos



Fuente: Elaboración propia mediante el programa NVivo.

Para este caso, encuadre o *framing* fue el *evaluative framing*, en este se establece la comparación de la valoración del entorno o situación interior con el entorno externo. Esa comparación tuvo que ver con la promesa de prosperidad. En sus discursos tanto a nivel nacional como internacional Santos habló de la paz como camino a la prosperidad. Para esto usó distintos casos según la ocasión, un ejemplo claro de esto fue cuando se reunió con el viceprimer ministro de Irlanda del Norte, espacio en el cual afirmó:

Y el caso de Irlanda del Norte es un caso emblemático. Hace 25 años, Belfast (Irlanda del Norte) era una ciudad muy muy diferente a lo que es hoy. En estos 25 años de paz, Belfast se ha transformado en un polo de prosperidad, en un polo de desarrollo, gracias a la paz. (Santos, 2014)

En el ámbito nacional esta estrategia no fue menor, durante la instalación del Congreso de la República, Santos dejó clara la importancia de la paz como motor de desarrollo:

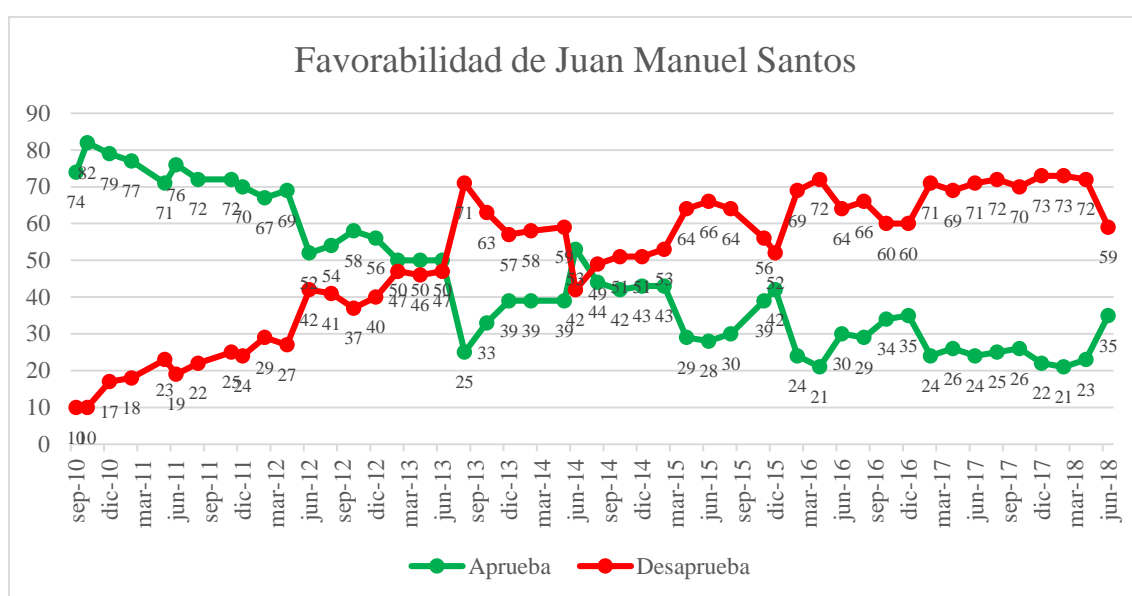
Una Colombia que avanza hacia la paz con prosperidad social, y que se pone metas ambiciosas como las de ser la nación más educada de la región. Hoy los convoco -con el espíritu abierto y el corazón desarmado- a que superemos odios y diferencias para unirnos por la paz con prosperidad social. (Santos, 2014)

De hecho, como lo postula Rodríguez (2017): “La internacionalización consistió en una estrategia del gobierno por actuar en el marco internacional, para transformar la forma en la que el país era considerado” (Rodríguez, 2017, p. 206). Esto es importante

puesto que enmarcar la paz como medio para la prosperidad tiene que ver mayormente con el perfil de Santos, quien no solo se graduó como economista, sino que estuvo a cargo de carteras como el Ministerio de Comercio Exterior y el Ministerio de Hacienda.

A nivel interno, se dio un fenómeno completamente contrario al que se evidenció durante el periodo Uribe. Mientras en ese gobierno la favorabilidad se mantuvo alta de forma constante durante todo el mandato, el periodo Santos se caracterizó por una imagen desfavorable la mayor parte de su gobierno. A continuación, se muestra los índices de aprobación de Santos durante sus ocho años como presidente.

Tabla 7. Evolución de la favorabilidad de Juan Manuel Santos



Fuente: Invamer, 2021

Esta mala imagen a nivel interno que contrastó con la amplia credibilidad de Santos a nivel internacional, que entre otros lo hizo acreedor de un Nobel de Paz, puede explicarse por lo siguiente. Como lo condensa Sandra Borda:

La identidad internacional que estaba buscando construir la administración Santos no casaba con el tipo de país que todavía éramos. Era casi un acto performativo: ante la imposibilidad de resolver los problemas internos de fondo (...) el gobierno decidió actuar internacionalmente como si estuvieran resueltos. (Borda, 2019, p. 88)

De esta forma se puede sugerir que no logró su objetivo en el nivel interno. A pesar de que para los aliados internacionales Colombia era un país diferente y en paz, en la población colombiana esta estrategia de marketing no tuvo el efecto esperado. La evidencia más clara se dio en la victoria del ‘No’ en el plebiscito de 2016 y en la posterior llegada al poder del opositor Iván Duque.

Como se mencionó anteriormente, el marketing de la paz llevado a cabo por Santos trascendió el continente americano y en Europa recibió un amplio respaldo, en 2013 el presidente afirmó: “Tuvimos una discusión sobre los diferentes puntos de la agenda, quiero, ante todo y, sobre todo, agradecerle el respaldo que nos ha dado a nombre de la Unión Europea para el proceso de paz” (Santos, 2013). La facilidad de este proceso de marketing en comparación con el del periodo Uribe radica en que es algo mucho más atractivo para regiones como Europa, donde las iniciativas de paz se han recibido de forma más abierta generalmente.

Las consecuencias de este proceso para la política exterior colombiana fueron generalmente favorables, como lo afirman Ardila y Clemente Batalla: “el proceso de paz contribuyó al mejoramiento de la imagen del país y al incremento del turismo y de las inversiones extranjeras, entre otras consecuencias” (Ardila & Clemente Batalla, 2019, p. 52). Además de establecer acercamientos con distintos países que antes no habían sido posibles, se evidenciaron en las diferentes alianzas comerciales establecidas con países de la región y de otros lugares como Europa y Asia. No solo se trató de la iniciativa de llegar a un acuerdo para la terminación del conflicto, también es importante mencionar que, como lo fue la seguridad democrática en su momento, Santos insertó en su narrativa a Colombia como referente de paz para otros países en conflicto: “En un mundo lleno de conflictos sin resolver, el proceso de paz de Colombia se ha convertido en un laboratorio que puede ser útil para intentar soluciones en otros escenarios” (Santos, 2018). Con esto, convirtió a la paz no solo en la guía de la política exterior, sino también en un producto de exportación colombiano, al menos en el papel.

Conclusiones

La pregunta a responder en esta investigación fue: ¿cómo se llevaron a cabo las narrativas del terrorismo y paz en la política exterior colombiana entre 2002 y 2018? A través del texto se evidenciaron elementos suficientes para llegar a una comprensión al respecto del uso de las narrativas en la política exterior colombiana. Mediante esta investigación se buscó aportar al análisis de dicha política exterior haciendo uso de una aproximación desde el FPA y un enfoque en el uso de las narrativas y el *Foreign Policy Marketing*. De esta forma, para el gobierno Uribe la narrativa sobre “terrorismo” se llevó a la agenda mediante una estrategia que diferenció al receptor según fuera el caso. Para llevar esta narrativa a ser considerada por el gobierno estadounidense, Uribe realizó un ejercicio de marketing que usó como *framing* el punto de referencia, Oriente Medio, para dar a entender que la situación de seguridad del país era como la de esa zona. Así no solo se llamó la atención de Estados Unidos, sino que Colombia recibió un aumento en la ayuda económica brindada por ese país a la vez que se catalogaba como aliado regional en la lucha contra el terrorismo. Al interior del país, Uribe también empleó el marketing, aunque con un *framing* diferente, en este caso hizo uso del *emotional framing* para conectar con la audiencia y fomentar la unidad alrededor de la lucha contra el “sufrimiento del terrorismo”. Esta validación interna se reflejó en la favorabilidad de Uribe y en la disminución de la percepción como amenaza de la guerrilla a nivel interno.

A nivel regional, Uribe trató al terrorismo como una “amenaza existencial” mediante una narrativa centrada en el fortalecimiento del terrorismo. En el caso de la región, políticamente poco dispuesta a apoyar a Uribe por razones ideológicas, esta estrategia se percibió como necesaria para tratar de lograr el apoyo de los países vecinos. Contrario al ejercicio de marketing con Estados Unidos, no tuvo los resultados deseados, por el contrario, las relaciones con la región se hicieron más difíciles hasta terminar totalmente fragmentadas con países como Ecuador y Venezuela al finalizar la administración Uribe.

En el caso del gobierno Santos también se usó el marketing, pero a diferencia de su predecesor no se llevó a cabo la narrativa centrada en el terrorismo. Esto se hizo mediante un cambio de narrativa en la cual se buscó dejar de entender el problema de seguridad haciendo uso exclusivo del terrorismo. De esta forma Santos pasó de la retórica de “terrorismo” a la de “conflicto armado” y así labró el camino para el inicio de las negociaciones con las FARC. El conflicto armado tiene una connotación diferente a la

del terrorismo, ya que le da legitimidad e igualdad a los actores presentes en él. De esta forma Santos pudo construir la narrativa de la negociación con un igual, algo que no se habría dado si el tratamiento de ese grupo como terrorista. Luego de que las negociaciones fueran iniciadas oficialmente, se inició el marketing de la paz, el cual fue determinante porque con este se consiguió el apoyo internacional necesario para legitimar el proceso y posterior acuerdo. La legitimidad jugó un papel importante en el gobierno Santos por cuenta del apoyo interno al proceso. El caso de Santos fue diametralmente opuesto al de Uribe, mientras Uribe tuvo el apoyo de la opinión pública durante todo su mandato, Santos lidió con una creciente y estable desfavorabilidad. Por ello, el apoyo internacional a la paz permitió que pese a la oposición interna se firmaran e implementaran los acuerdos.

Por último, el centro del análisis del *Foreign Policy Analysis* se concentra en el tomador humano de decisión, en este caso los presidentes. Por esa razón, es pertinente resaltar a modo de conclusión el estilo de liderazgo de cada uno, ya que como se mencionó antes Uribe y Santos tuvieron una acogida opuesta de cara al público. El primero usó su favorabilidad como base para mantener la narrativa respecto al terrorismo, además su perfil influyó en esto al darle la oportunidad de ser percibido como “uno más”. Mediante su narrativa él acentuó esto al mostrarse cercano al pueblo y al fomentar la unidad de cara a derrotar un mal que afectaba a toda la sociedad. Por su parte Santos, con un perfil lleno de logros y una formación académica notable lideró de tal forma que la favorabilidad o falta de ella, no tuvieron la importancia suficiente para impedir la firma de los acuerdos de paz. Al no depender de esto y blindar el proceso de paz de otra forma, como con el apoyo internacional, Santos demostró, al más puro estilo de un economista, un liderazgo gerencial que le permitió cumplir su objetivo.

Este no es más que un primer acercamiento al uso de las narrativas en la política exterior colombiana. Esta investigación indaga en un campo que ha sido poco explorado y que aún tiene mucho por ser analizado si se parte de los tomadores de decisión como centro de estudio. De igual forma, se evidencia la necesidad de buscar nuevos enfoques teóricos para una comprensión detallada de la formulación e implementación de la política exterior. Por último, esta investigación permite considerar la necesidad de un cuestionamiento más amplio de los medios mediante los cuales se ejecutan las estrategias de la política exterior. Así, el análisis de la política exterior colombiana es un terreno en el cual aún hay mucho por discutir.

Bibliografía

- Alden, C., & Aran, A. (2017). *Foreign policy analysis new approaches*. London New York Routledge, Taylor & Francis Group.
- Antolinez Franco, J. S. A. (2011). La política exterior de Santos: Un manual para hacer nuevos amigos. *Ciudad Paz-ando*, 4(2), 62-72. <https://doi.org/10.14483/2422278X.7302>
- Ardila, M., & Clemente Batalla, I. (2019). Santos: una diplomacia tradicional con cambios. *OASIS*, 29, 29–56. <https://doi.org/10.18601/16577558.n29.03>
- Berger, Ó. (2004, November 17). *RUEDA DE PRENSA OFRECIDA POR EL PRESIDENTE DE GUATEMALA, ÓSCAR BERGER, DURANTE SU VISITA OFICIAL A COLOMBIA*. <https://alvarouribevelez.com.co/rueda-de-prensa-ofrecida-por-el-presidente-de-guatemala-oscar-berger-durante-su-visita-oficial-a-colombia/>
- Badillo Sarmiento, R. (2020). Política exterior y paz: ¿un juego en dos niveles? <http://ez.urosario.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsdia&AN=edsdia.ART0001405169&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Borda Guzmán, S. (2007). La internacionalización del conflicto armado después del 11 de septiembre: ¿la ejecución de una estrategia diplomática hábil o la simple ocurrencia de lo inevitable? *Colombia Internacional*, 65, 66-89.
- Borda, S., & Tickner, A. B. (2011). *Relaciones internacionales y política exterior de Colombia*. Universidad De Los Andes, Facultad De Ciencias Sociales, Departamento De Ciencia Política-Ceso.
- Borda Guzmán, S. (2012). La internacionalización de la paz y de la guerra en Colombia durante los gobiernos de Andrés Pastrana y Álvaro Uribe. Búsqueda de legitimidad política y capacidad militar. Ediciones Uniandes. <http://dx.doi.org/10.7440/2012.54>

- Borda, S. (2019). *¿Por qué somos tan parroquiales?: breve y fragmentada historia de la política exterior colombiana*. Crítica, Abril De.
- Cardona, D. (2005). Los instrumentos de inserción internacional y la política exterior: Hacia una diplomacia integral. En M. A. Ardila, D. Cardona, & S. Ramírez (Eds.), *Colombia y su política exterior en el siglo XXI*. Fondo Editorial Cerec.
- Carlsnaes, W., Risse, T., and Simmons, B.A. (eds). (2002). *Handbook of International Relations*. London: SAGE Publications.
- Dallanegra Pedraza, L. (2012). Claves de la política exterior de Colombia. *Latinoamérica. Revista de estudios Latinoamericanos*, 54, 37-73.
- El Espectador. (2015). El papel de Venezuela en la paz de Colombia. Retrieved 21 September 2021, from <https://www.elespectador.com/mundo/mas-paises/el-papel-de-venezuela-en-la-paz-de-colombia-article-606189/>
- El Mundo. (2006, November 5). Zapatero: “El cambio climático ha provocado ya más muertos que el terrorismo internacional.” El Mundo. <https://www.elmundo.es/elmundo/2006/11/04/internacional/1162654299.html>
- El Tiempo. (2002). *Discurso de Posesión del presidente Álvaro Uribe Vélez*. <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1339914>
- El Tiempo. (2011, May 4). “Hace rato hay conflicto armado”, dice J. M. Santos. El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-9279324>
- Feldman, S. (1995). Answering Survey Questions: The Measurement and Meaning of Public Opinion. In Milton Lodge and Kathleen M. McGraw (eds.), *Political Judgment: Structure and Process*, University of Michigan Press, Ann Arbor, MI
- Fierro Castelblanco, M. I. (2011). Álvaro Uribe Vélez: neopopulismo, retórica y asimilación de su discurso por los bogotanos [Tesis de Maestría]. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/7913>
- Galeano D., Badillo, R., & Rodríguez, M. (2019). Evolución de la política exterior de Colombia en el período 2002-2018. OASIS, 29, 57–79. <https://doi.org/10.18601/16577558.n29.04>

- Geva, N., Astorino-Courtoi, A., & Mintz, A. (1996). Marketing the Peace Process in the Middle East: The Effectiveness of Thematic and Evaluative Framing in Jordan and Israel. In *Arms spending, development and security* (pp. 359–377). Aph Pub. Corp.
- Hagström, L., & Gustafsson, K. (2019). Narrative power: how storytelling shapes East Asian international politics. *Cambridge Review of International Affairs*, 32(4), 387–406. <https://doi.org/10.1080/09557571.2019.1623498>
- Hudson, V., & Day, B. (2020). *Foreign Policy Analysis: Classic and Contemporary Theory*, Third Edition. <https://rowman.com/ISBN/9781442277915/Foreign-Policy-Analysis-Classic-and-Contemporary-Theory-Third-Edition>
- Invamer. (2021). *Medición #144* [Conjunto de datos]. Invamer. <https://img.lalr.co/cms/2021/09/02225313/Resultados-Invamer-Poll-144-3.pdf>
- Krippendorff, K. (1980). *Content Analysis, an introduction to its methodology*. Beverly Hills, CA. Sage Publications.
- Kuusisto, R. (2021). *INTERNATIONAL RELATIONS NARRATIVES: plotting world politics*. Routledge.
- La Silla Vacía. (2021). Álvaro Uribe Vélez. La Silla Vacía. <https://www.lasillavacia.com/quien-es-quien/alvaro-uribe-velez>
- La República. (2018, July 5). *Presidente Santos dejó un balance de ocho TLC nuevos durante sus dos mandatos*. Diario La República. <https://www.larepublica.co/economia/presidente-santos-dejo-un-balance-de-ocho-tlc-nuevos-durante-sus-dos-mandatos-2745953>
- La Silla Vacía. (2021). *Juan Manuel Santos Calderón*. La Silla Vacía. <https://www.lasillavacia.com/quien-es-quien/juan-manuel-santos-calderon>
- La Vanguardia. (2012, September 4). Santos anuncia inicio de proceso de paz con FARC. La Vanguardia. <https://www.lavanguardia.com/internacional/20120904/54346300078/santos-proceso-paz-farc.html>

- León, J. (2010, April 18). Juan Manuel Santos, el político del poder. La Silla Vacía. <https://www.lasillavacia.com/historias/silla-nacional/juan-manuel-santos-el-politico-del-poder/>
- Mintz, A. (2010). Framing, Marketing, and Media Effects on Foreign Policy Decision Making. In *Understanding Foreign Policy Decision Making*. Cambridge University Press.
- Mintz, A., & Redd, S. B. (2003). Framing Effects in International Relations. *Synthese*, 135(2), 193–213. <http://www.jstor.org/stable/20117363>
- Morin, J., & Paquin, J. (2018). *Foreign Policy Analysis: a toolbox*. Palgrave Macmillan.
- Pastrana, A. (20 de febrero de 2002). Alocución del presidente Andrés Pastrana. Retrieved 18 September 2021, from <http://www.latinamericanstudies.org/colombia/alocucion.htm>
- Pastrana, E., & Vera, D. (2012). De Uribe a Santos: ¿continuación o nueva orientación de la política exterior colombiana? In S. Jost (Ed.), *Colombia: ¿una potencia en desarrollo?: escenarios y desafíos para su política exterior*. Fundación Konrad Adenauer.
- Pardo, D. (2021). “Los astros se alinearon en favor de Uribe”: cómo el 11-S influyó en el conflicto de Colombia, el principal aliado de EE.UU. en América Latina. BBC News Mundo. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-58483334>
- Patterson, M., & Monroe, K. R. (1998). NARRATIVE IN POLITICAL SCIENCE. *Annual Review of Political Science*, 1(1), 315–331. <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.1.1.315>
- Putnam, R. D. (1988). Diplomacy and domestic politics: the logic of two-level games. *International Organization*, 42(3), 427–460.
- Richard, E. (2008). Álvaro Uribe: La comunicación por la imagen: Principios de marketing político. *Revista Opera*, 8, 73-100.
- Rodríguez Pinzón, E. M. (2017). INTERNACIONALIZACIÓN DEL CONFLICTO, DEL ACUERDO Y DEL POSTACUERDO. EVOLUCIÓN, CONTINUIDADES Y RUPTURAS DE UNA ESTRATEGIA. *Análisis Político*, 30(90), 194–208. <https://doi.org/10.15446/anpol.v30n90.68307>

- Rojas, D. M. (2019). La política internacional de la administración Santos: entre los imperativos y las aspiraciones. *Observatorio de Análisis de Los Sistemas Internacionales (OASIS)*, 29, 7. <https://doi-org.ez.urosario.edu.co/10.18601/16577558.n29.02>
- Rosenblatt, A. J. (1998). Aggressive Foreign Policy Marketing: Public Response to Reagan's 1983 Address on Lebanon and Grenada. *Political Behavior*, 20(3), 225-240. <https://doi.org/10.1023/A:1024862507232>
- Sánchez, F., & Campos, S. (2019). La política exterior de Santos: Estrategia y diplomacia por la paz: Santos' foreign policy: strategy and diplomacy for peace. *OASIS - Observatorio de Análisis de los Sistemas Internacionales*, 29, 81-104. <https://doi.org/10.18601/16577558.n29.05>
- Sanín Fonnegra, J. (2012). La personalización del poder en la política exterior colombiana. En S. Jost (Ed.), *Colombia ¿una potencia en desarrollo. Escenarios y desafíos para su política exterior*. Fundación Konrad Adenauer. <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=cat05358a&AN=crai.39857&site=eds-live>
- Santos, J. M. (2010, August 7). Discurso del Presidente Juan Manuel Santos Calderón. wsp.presidencia.gov.co/Prensa/2010/Agosto/Paginas/20100807_15.aspx
- Santos, J. M. (2010, September 24). Intervención del Presidente Juan Manuel Santos ante la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas, en su 65 Período de Sesiones Ordinarias. wsp.presidencia.gov.co/Prensa/2010/Septiembre/Paginas/20100924_07.aspx
- Santos, J. M. (2011, September 21). Intervención del Presidente de la República de Colombia, Juan Manuel Santos, ante la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas en su 66 Período de Sesiones Ordinarias. <https://nuevayork-onu.mision.gov.co/intervencion-del-presidente-la-republica-colombia-juan-manuel-santos-ante-la-asamblea-general-la-0>
- Santos, J. M. (2013, December 12). Declaración del Presidente Juan Manuel Santos luego de su encuentro con el Presidente de la Comisión Europea, José Manuel Durao Barroso.

- Santos, J. M. (2014, April 1). Declaración del Presidente Juan Manuel Santos tras su reunión con el Viceprimer Ministro de Irlanda del Norte, Martin McGuinness
- Santos, J. M. (2014, July 20). 'Unidos por un país en paz' / Palabras del Presidente Juan Manuel Santos en la instalación de la legislatura del Congreso de la República
- Santos, J. M. (2018, May 30). Palabras del Presidente Juan Manuel Santos ante el Parlamento Europeo. es.presidencia.gov.co/discursos/180530-Palabras-del-Presidente-Juan-Manuel-Santos-ante-el-Parlamento-Europeo
- Santos, J. M. (2019). Batalla por la paz: el largo camino para acabar el conflicto con la guerrilla más antigua del mundo. Planeta.
- Smith, S., Hadfield, A., & Dunne, T. (2016). *Foreign policy: Theories, actors, cases*. (3rd ed.). Oxford University Press.
- Singer, J. D. (1961). The Level-of-Analysis Problem in International Relations. *World Politics*, 14(1), 77–92. <https://doi.org/10.2307/2009557>
- Stritzel, H. (2007). Towards a Theory of Securitization: Copenhagen and Beyond. *European Journal of International Relations*, 13(3), 357-383. <https://doi.org/10.1177/1354066107080128>
- Subotić, J. (2015). Narrative, Ontological Security, and Foreign Policy Change. *Foreign Policy Analysis*, n/a-n/a. <https://doi.org/10.1111/fpa.12089>
- Támara, F. C. (2013). (Des)orden y signos políticos dominantes del expresidente colombiano Álvaro Uribe Vélez. *Estudios Políticos*, 42, 85-111.
- Temby, O. (2013). What are levels of analysis and what do they contribute to international relations theory? *Cambridge Review of International Affairs*, 28(4), 721–742. <https://doi.org/10.1080/09557571.2013.831032>
- Tickner, A. B. (2002). “Colombia” es lo que los actores estatales hacen de ella: Una (re)lectura de la política exterior colombiana hacia los Estados Unidos. En *Prioridades y desafíos de la política exterior colombiana* (pp. 353-397). Fescol-Hanns Seidel Stiftung.
- Tickner, A. B., & Morales, M. (2015). Narrating Success Colombian Security Expertise and Foreign Policy. En *Colombia's Political Economy at the Outset of the*

Twenty-First Century: From Uribe to Santos and Beyond (pp. 241-259).

<https://rowman.com/ISBN/9781498508896/Colombia's-Political-Economy-at-the-Outset-of-the-Twenty-First-Century-From-Uribe-to-Santos-and-Beyond>

Tickner, A. B., & Pardo, R. (2003). En busca de aliados para la “seguridad democrática”: La política exterior del primer año de la Administración Uribe. *Colombia Internacional*, 64-81. <https://doi.org/10.7440/colombiaint56-57.2003.05>

Tickner, A. B., & Cepeda Másmela, C. (2017). Desecuritizing the 'war on drugs'. In *Power Dynamics and Regional Security in Latin America* (pp. 295-318). Bfi Publishing (Palgrave Macmillan). https://doi.org/10.1057/978-1-137-57382-7_13

Tickner, A. B., & Pardo, R. (2003). En busca de aliados para la “seguridad democrática”: La política exterior del primer año de la Administración Uribe. *Colombia Internacional*, 64-81. <https://doi.org/10.7440/colombiaint56-57.2003.05>

Uribe Vélez, Á. (2002, October 15). DISCURSO DEL PRESIDENTE ANTE LA CONFERENCIA DE LAS AMÉRICAS.

historico.presidencia.gov.co/prensa_new/discursos/americas.htm

Uribe Vélez, Á. (2004, March 25). PARA LOS TERRORISTAS NO HAY PAÍSES HERMANOS, HAY IDIOTAS ÚTILES.

historico.presidencia.gov.co/prensa_new/discursos/consejo_oea.htm

Uribe Vélez, Á. (2004, September 30). PALABRAS DEL PRESIDENTE URIBE DURANTE LA CONFERENCIA DE LAS AMÉRICAS.

historico.presidencia.gov.co/prensa_new/discursos/americas1.htm

Uribe Vélez, Á. (2008, March 1). Alocución del presidente Álvaro Uribe, desde Rionegro (Antioquia).

historico.presidencia.gov.co/alocuciones/alocucion2008/marzo/rionegro_01032008.html

Uribe Vélez, Á. (2022). Política Exterior Colombiana (C. Cubides, Interviewer)

[Personal communication].

Wolfers, A. (1959). The actors in international politics. In *Theoretical aspects of international relations*. University Of Notre Dame.