

## Conclusiones Generales

Con la llegada de la televisión y la transmisión de noticias en tiempo real se ha suscitado lo que se le conoce como “Efecto CNN”, el cual, pone de manifiesto que los medios de comunicación son actores capaces de influir en el diseño de la política exterior y que esta será susceptible a la información e imágenes de las noticias que ellos mismos transmitan.

Con la presente tesis, se ha intentado comprobar la hipótesis de que **ni la presencia del “Efecto CNN” ni su ausencia son hechos benéficos para la formulación de la política exterior**. Esto se ha hecho mediante: (1) Un análisis descriptivo y teórico de los efectos de los medios de comunicación, incluyendo el “Efecto CNN”, las funciones de los modelos de “perro guardián” y “adversario” y “establecedores de la agenda”, las cuales, son las formas más comunes de expresión de los medios de comunicación. Se manifestó que la existencia del “Efecto CNN” es una realidad pero que además que su presencia o ausencia perjudican a la política exterior puesto que no es ideal que los medios decidan qué le conviene a la nación pero también son responsables de informarle a la sociedad cuando el gobierno esté actuando en contra de sus intereses. (2) Se identificaron los diferentes actores que se involucran en el escenario de la política exterior y se realizó una revisión histórica de la relación medios de comunicación y política exterior. Pudimos darnos cuenta de que la interacción medios de comunicación y política exterior se ha convertido en una característica de lo que Royce J. Ammon llama ‘nueva diplomacia’. (3) Se estudiaron la Crisis de Kosovo y la Guerra de Irak para evaluar el impacto de los medios de comunicación de acuerdo a cada teoría. Se lograron identificar dos efectos de los medios de comunicación. Uno, en el que los medios funcionan como “una herramienta propagandista” al servicio del gobierno y de los decisores

políticos estadounidenses provocando la ausencia de un “Efecto CNN” (Crisis de Kosovo) y, otra en la que los medios actúan primero como una ‘herramienta propagandista’ y posteriormente como un ‘impedimento’ logrando así la presencia de un ligero “Efecto CNN” (Guerra de Irak). De esta forma, se puede comprobar la hipótesis de que ni la presencia del “Efecto CNN” ni su ausencia son hechos benéficos para la formulación de la política exterior.

Derivado de este estudio, se pueden extraer las siguientes consideraciones referentes a la interacción de los medios de comunicación-política exterior y la ausencia del “Efecto CNN”. En primer lugar, se manifestó que los distintos efectos de los medios de comunicación en materia de política exterior que se estudiaron en este trabajo (“Efecto CNN”, ‘perro guardián’ y/o ‘adversario’ y ‘establecedor de la agenda’) serán más visibles durante la presencia de crisis internacionales puesto que el escenario en el que tienden a ser tomadas las decisiones será mayormente susceptible a las reacciones de los medios de comunicación. Asimismo, en este lapso pudimos darnos cuenta que los medios de comunicación no siempre actuarán bajo el mismo patrón, ya que estos basarán su comportamiento dependiendo de las condiciones circunstanciales en que se desarrolle la política exterior o negociación entre los diferentes actores.

A través de la evaluación de la cobertura de los medios de comunicación durante conflictos internacionales se puede deducir cuándo estos están efectuando un rol eficiente. Es un hecho real que los medios de comunicación tiendan a manipular -ya sea alterando u omitiendo- la información que transmiten a través de la creación de historias aceptables y vendibles para su público. Sin embargo, con el transcurso del tiempo una serie de contradicciones en la información que difunden será visible.

También es cierto, que los medios de comunicación desarrollaran campañas a favor o en contra de alguna de las partes involucradas dentro de un conflicto cuando se supone que en realidad los medios debieran estar más preocupados por poder efectuar su función democrática de salvaguardar y proteger los intereses de los ciudadanos en términos políticos de acuerdo a Kelley Donway. Únicamente se aceptará una tendencia por parte de los medios cuando ésta se alinee con los intereses de la sociedad y así ellos puedan formular su propia opinión.

Se reconoce que los medios de comunicación enfrentan obstáculos a la hora de discernir la información, principalmente debido a la gran dependencia de los medios para recibir información que les es otorgada por el gobierno, sin embargo eso no exonera que los medios analicen correctamente dicha información.

En cuanto a la presencia del “Efecto CNN” en la política exterior, podemos formular las siguientes observaciones. Por un lado, es muy probable que se dé el caso de que los medios de comunicación no dirijan la política exterior en la primera fase de un conflicto internacional, por un lado, debido a la existencia de una política fuertemente arraigada dentro del gobierno o al acuerdo y consenso entre las elites en cuanto al posicionamiento de la nación en ese conflicto. Son factores determinantes, por ejemplo, la personalidad, ideología y extensa participación del Presidente. En éste escenario, los medios tienden a alinearse con el gobierno.

No obstante, en uno de los casos estudiados pudimos observar un cambio en la participación de los medios de comunicación para influir en la política exterior, especialmente, cuando su legitimidad está en juego. Factores clave para dicho cambio es que los medios de comunicación no pueden ya ocultar información o detalles del

conflicto (incremento de fatalidades militares, muertes de civiles, entre otros) así que su última alternativa es deslindarse de la crisis.

Por estas razones, como se señaló anteriormente ni la presencia del “Efecto CNN” ni su ausencia son hechos benéficos para la formulación de la política puesto que en el mejor de los casos, para lograr que no ocurra ninguna de éstas circunstancias y los ciudadanos tengan una mejor representación en el exterior, es necesario minimizar la falibilidad de la política exterior, la cual, persiste en un escenario en el que: 1) no hay consenso entre las elites; 2) no existen los procedimientos para actuar con mínimo acuerdo; 3) alguien llena el espacio a favor de una de las partes en el gobierno y 4) no hay interés de los medios informativos por difundir la información con contexto y honestidad.

Una probable solución a esta problemática, sería 1) la creación de una ley que obligue al gobierno a conciliar los acuerdos necesarios en ésta materia y 2) que cuando se transmita la noticia los receptores analicen a fondo los argumentos y explicaciones que presenten los medios. Un buen medio informativo, criticaría positivamente como negativamente una misma cuestión. Un noticiero que se preocupa más por ‘entretener’ a sus televidentes, con noticias ‘amarillistas’ que buscan únicamente elevar su ‘rating’, no deberá ser considerado un noticiero confiable u objetivo.