L

as dinámicas político-económicas en América Latina han estado enmarcadas dentro de un contexto histórico que caracterizó al siglo pasado por el paso de gobiernos militares autoritarios con discursos nacionalistas, hacia el restablecimiento de la democracia en todos los estados de la región. Dicho contexto permitió y casi que obligó a los distintos grupos sociales a ejercer un rol participativo dentro de los procesos que finalmente derivara en un beneficio sobre sus intereses; ejemplo de esto son las diversas guerrillas y los movimientos populares indígenas que se vieron avocados a tener representación internacional e incluso representar intereses de grupos sociales transnacionales como las comunidades étnicas al sur de México y en Centroamérica. Esta sería la *paradiplomacia* con la que cerramos el siglo y la que permitió visibilizar intereses sociales de las minorías que hasta entonces carecían del reconocimiento pleno de sus derechos; sin embargo con el avanzar del tiempo también se gestaron representaciones “diplomáticas” a nivel internacional de otros grupos sociales con intención y capacidad de influir ampliamente en la toma de decisiones como las ONG, los gremios empresariales y las omnipresentes corporaciones multinacionales.

Estos nuevos actores *paradiplomáticos* dirigen cuantiosos recursos y esfuerzos a través de lobby en instituciones, prebendas, campañas publicitarias o mediante protestas, para generar condiciones favorables a sus intereses particulares, tanto para los de tipo filantrópico como Greenpeace y WWF que gestionan recursos de cooperación para temas ambientales, o como las asociaciones gremiales de los países miembro de la Alianza del Pacífico y Mercosur, que buscan oportunidades y representación dentro de las negociaciones comerciales realizadas como bloque con otras regiones a través de financiación privada.

Finalmente, el nuevo milenio trajo consigo también otro tipo de *paradiplomacia* en América Latina, una que representa intereses internacionales ya no de estados sino de colectividades menores y divisiones administrativas al interior de los estados, como Buenos Aires y Bogotá, que movilizan importantes recursos económicos, públicos y privados, al posicionamiento de su marca-ciudad; y la suscripción de diversos acuerdos de sostenibilidad y buen gobierno como parte de la estrategia para atraer inversión y consolidar ciertos sectores económicos como el turismo. Así ha evolucionado la *paradiplamacia* en América Latina, revelando diversas características en cada uno de sus momentos y siendo la cooperación internacional uno de sus mayores motores, pero resaltando la masiva y creciente participación privada, y su estrecho vínculo con algunas propuestas políticas. Hoy hasta las regiones forman combo aparte y gestionan recursos para representación internacional o local, pero lo más interesante de analizar son las millonadas que destinan cada año los privados para este tipo de prácticas de representación política, habiendo ya desarrollado todo un mercado de lobistas y lobos en el país.

*Andrés Felipe Ramos Ospina*