IDENTIFICADOR	https://pacifista.tv/notas/la-agencia-de-prensa-de-las-farc/
FECHA ORIGINAL	27 de febrero de 2015 (publicación original en el archivo)
AUTORÍA / FIRMA	¡PACIFISTA! (firma institucional)
CLASIFICACIÓN	/notas/ · Nota · Ver
HUELLA SHA-1	**7e7817aec03b254f** — huella del cuerpo archivado, calculada el 27 de septiembre de 2026. No acredita el estado de la página en su publicación original.
DESCRIPTORES	Acuerdo de Paz · Alvaro Sierra · Autodefensas Gaitanistas de Colombia · Centro Nacional de Memoria Historica · Construccion de Paz · Criticas del Uribismo · Derechos Humanos · Eln · Farc
ILUSTRACIÓN	3 figuras incrustadas

NOTA

La agencia de prensa de las FARC

Por **¡PACIFISTA!** · Publicado originalmente el **27 de febrero de 2015** en *¡PACIFISTA!*

Desde que comenzaron los diálogos en La Habana, la guerrilla cambió su estrategia de comunicaciones. El nuevo paquete para prensa incluye: noticieros en YouTube, cuentas en Twitter y Facebook, vídeos musicales y blogs especializados. ¿Les ha funcionado?

Por: David Mayorga

Lo primero en escucharse son golpes de timbal y acordes de guitarra eléctrica. Atrás ha quedado esa música rimbombante de noticiero de televisión noventero: aquí el tema de entrada es una canción que invita a resistir “a los imperios opresores”. Desde ahí se crea una conexión que es rematada con la aparición de los presentadores: una pareja con menos de 35 años de edad, iPads en las manos, vestidos con camisetas y manillas de tela en las muñecas. Nada de luces, sets con pantallas, micrófonos de solapa y la imagen de fondo de una ciudad oscura.

“Hola y bienvenidos a este noticiero insurgente”, saluda Alexandra Nariño, la holandesa que llegó hace una década a Colombia y se hizo famosa al ingresar a las filas de las FARC. Su español es claro y a pesar del tono vívido aún arrastra las erres. Boris Guevara es su compañero de presentación en el noticiero que el grupo guerrillero sacó al aire en septiembre del años pasado. Hasta ahora, suma nueve capítulos y cualquier persona con conexión a Internet puede verlos a través de YouTube (cuenta Manuel Paz). Es su plataforma para informar sobre los avances en las conversaciones de paz en La Habana.

En el último capítulo resumen las cinco reuniones con las comisiones de víctimas, destacan el anuncio de cese al fuego indefinido que hizo Iván Márquez en diciembre y hablan sobre la visión de delito político que tienen los comandantes guerrilleros. Entre reportaje y reportaje, los presentadores se toman tiempo para editorializar, saludar a los distintos grupos que han aportado en los diálogos y lanzar sus propias consignas, tales como: “Sin guerrilleras no hay victoria” o “Los medios, como siempre desinformativos…”.

http://youtu.be/RBugfOqvovw

Su audiencia aún es pequeña, no supera los 20 mil visitas pero, al igual que cadenas como CNN o BBC, cuenta con versión en inglés. Un paso vital en el giro que le han dado las FARC a su estrategia de comunicaciones, centrada en una red propia de medios digitales compuesta por las cuentas de Twitter de comandantes como Iván Márquez (@IvanMArquezFARC) o Timochenko (@timochenko_farc), presencia en podcast (radio virtual) y redes virtuales.

El eje de este esfuerzo es el portal Pazfarc-ep.org, en el cual el grupo guerrillero articula todos sus productos comunicativos (audio, video, interacciones sociales, noticias, artículos de opinión y más de una docena de blogs) y muestra cuál es su versión del posconflicto en Colombia. “Se mueve casi con la velocidad de un periódico, se actualiza constantemente y ofrece secciones soportadas con documentos. Con ella han hecho una comunicación bastante sofisticada y que contradice la imagen que todo el mundo tiene de las FARC. Mostraron que son rápidos, que manejan muy bien internet”, explica Álvaro Sierra, periodista con 30 años de experiencia cubriendo temas de conflicto y paz.

Detrás de esto hay un cambio de pensamiento. Los comandantes guerrilleros dejaron de ver a los medios como enemigos propagandísticos, aliados a los intereses del Estado y la oligarquía.

“Este es el momento en que la guerrilla sí quiere hacer una apertura y quiere poner a funcionar toda su parafernalia de medios y nuevos medios”, explica Victoria González, catedrática de la Universidad Externado de Colombia y autora del libro Discursos de la guerra en Colombia (1998-2005). En su opinión, esta estrategia ha sido posible tras un cambio en la perspectiva de los comandantes guerrilleros: “Ya entendieron que los medios no son los enemigos ni los dueños del poder, sino vehículos interesantes para difundir ideas”.

Ese nuevo enfoque se ha transmitido a los medios tradicionales y se ilustra en la reciente aparición de sus comandantes en el programa Hora 20, de Caracol Radio, donde hablaron sobre la posibilidad de que el ELN negocie la paz, y en Los Informantes, de Caracol Televisión, donde los periodistas entraron con sus cámaras a los campamentos guerrilleros en el sur del país.

“Han sido inteligentes en saber comunicar, meterse en determinadas situaciones”, dice Hernán Camacho, editor político del semanario Voz, uno de los periodistas que les ha seguido la pista en el último lustro. Desde que comenzaran los diálogos en La Habana, ha visto cómo la guerrilla ha ido bajándole el tono a sus frases guerreristas y ha lanzado propuestas simbólicas de paz, como aceptar la propuesta de ‘El Pibe’ Valderrama de jugarse un ‘picadito’ por la paz o invitar a Paulina Vega, actual Miss Universo, a hablar de paz en Cuba.

La estrategia queda clara: a través de las comunicaciones y del diálogo cotidiano, las FARC buscan un cambio de imagen. “Se meten en temas de opinión, logran opinar cosas coyunturales externas al proceso de paz, que tengan algún valor. De esa forma van modulando el concepto de los viejos anacrónicos”, ilustra Camacho.

> [Contenido audiovisual incrustado, no reproducible en papel. Origen: https://www.youtube.com/embed/uwvF-58ZgkY]

La red de medios

Las FARC comenzaron a pensar diferente en junio de 2013, después de sufrir un ataque certero: su página Delegación de Paz FARC-EP en la red social Facebook fue bloqueada. En respuesta, el mando adoptó una estrategia similar e invitó a todos sus lectores de internet a enviar una solicitud reclamando su restablecimiento.

La táctica no tuvo el efecto deseado pero el ataque demostró que una audiencia significativa estaba atenta a sus contenidos. Entonces se pusieron manos a la obra: al día siguiente abrieron un nuevo perfil en Facebook con memes, videos, audios y noticias (sus noticias) sobre el avance cotidiano de los diálogos; robustecieron su plataforma de seguridad informática; le imprimieron un diseño fluido y un lenguaje periodístico a Pazfarc-ep.org., y crearon múltiples perfiles de Twitter, como @FARC_EPaz, para hacer un cubrimiento constante del proceso.



Desde su cuenta de Twitter, las FARC cubren, a su modo, el paso a paso del proceso de paz en La Habana.

Esa estrategia hoy se ha convertido en una cadena, donde los comandantes usan sus redes sociales para promover contenidos de blogs o podcasts, que cuenta con portales especializados (por ejemplo, la web Mujerfariana.org está orientada al público femenino) y sentar sus puntos de vista ante una sociedad civil que en los últimos 20 años las ha calificado como terroristas.

“La izquierda en Colombia no ha visto el tema de las comunicaciones de manera estratégica”, afirma Hernán Camacho, ilustrando la relevancia de este giro. Un giro importante si se compara con el proceso de paz de El Caguán, entre 1999 y 2002, durante el Gobierno de Andrés Pastrana. Una época donde eran célebres los discursos de tono dogmático de alias “Alfonso Cano” ante las cámaras de televisión, o las explicaciones extensísimas sobre los cambios estructurales que debían

realizarse en Colombia para firmar una paz negociada.

Tal vez el ejemplo más popular fue la entrevista que Francisco Antonio Cadena, alias "El Cura Camilo", le concedió al humorista Jaime Garzón, interpretando su personaje de Heriberto de la Calle:

"Las FARC se dieron cuenta de que uno no puede escribir para las personas que son como uno ni puede dirigirse solamente a quienes piensan como uno porque se pierden", explica Victoria González.

Aún es muy temprano para determinar qué tanto éxito ha tenido este cambio del mensaje en la opinión de los colombianos. En la más reciente entrega de su encuesta Polimétrica, que analiza la percepción de los colombianos sobre las instituciones, la política, la economía y la sociedad, la firma Cifras y Conceptos describió que el 41% de los 2.755 encuestados apoya una negociación política con las FARC mientras el 28% es aún partícipe de su derrota militar; sin embargo, solo el 9% cree que el proceso de diálogo de La Habana tendrá un final positivo.

La estrategia del hermetismo

Irónicamente, la estrategia guerrillera se ha desarrollado en un campo con pocas confrontaciones. Desde la otra orilla, la de la delegación de negociadores del Gobierno, reina el hermetismo. El protocolo oficial de comunicaciones establece que la posición del Gobierno ante la agenda de diálogo únicamente se difunde por medio de comunicados escritos y ruedas de prensa.

La explicación para ese silencio crónico también se encuentra al analizar los diálogos de El Caguán. "Uno tiene que aprender de la experiencia. Respecto a los medios de comunicación, el proceso de paz de Pastrana fue un circo donde todo el mundo entraba a opinar, había espectáculos como la promoción de los diálogos con Marbelle. Ese tipo de cosas lo convirtieron en un show. Y el Gobierno se dio cuenta de que habló demasiado", recuerda la profesora González.

Fue una lección que no se echó en saco roto y comenzó a aplicarse en los primeros meses de 2012, cuando Sergio Jaramillo, alto comisionado para la Paz, estableció los primeros contactos con los jefes guerrilleros. Esos acercamientos se mantuvieron en secreto hasta septiembre de ese año, cuando el presidente Juan Manuel Santos le anunció al mundo haber llegado a un consenso con las

FARC para iniciar un nuevo proceso.

“Desde el acuerdo general, acordamos que las conversaciones serían discretas, reservadas, directas, y el contenido de las conversaciones, confidencial. Eso tiene un sentido, no hay un proceso en el mundo donde las negociaciones abiertas facilitaran la negociación misma”, explica una alta fuente del Gobierno que pidió la reserva de su nombre, y afirma que la instrucción es proceder bajo parámetros definidos: “Estamos en un proceso vivo y comunicamos en la medida en que se produzcan avances, en que la mesa tenga uno hechos reales y factibles que mostrar a la opinión pública”.



Las declaraciones oficiales desde La Habana es la estrategia que el Gobierno eligió para dar a conocer los avances en los diálogos. Foto: Ómar Nieto, vía.

Sin embargo, el modelo se ha aplicado a tanta cabalidad que los reporteros que viajan a La Habana a cubrir el día a día de las sesiones se han topado con un muro de silencio. “Ellos aducen que es mejor no hablar porque el hermetismo va a proteger el proceso. Pero eso no es así”, afirma Katalina Vásquez, periodista independiente que se ha desplazado en tres ocasiones hasta Cuba.

Alfredo Molano Jimeno, quien ha cubierto desde La Habana para El Espectador, considera que si bien hay cierto hermetismo en las comunicaciones por parte del gobierno, los delegados siempre han estado prestos a solucionar las dudas: “al principio de las negociaciones -dice- tenían algo para

los periodistas que llamaban ´un café con Humberto de la Calle´. Pero desde hace un tiempo, lo cambiaron por visitas a los medios de comunicaciones en Bogotá y otras ciudades". Molano reconoce, sin embargo, que es evidente que los colegas independientes siempre tienen más problemas para cubrir y acceder a las fuentes oficiales que el resto: "el Gobierno le ha restado importancia a los medios independientes y es una lástima".

El equipo de comunicaciones del Gobierno se compone de un videógrafo, un fotógrafo y dos comunicadores. Están presentes en las declaraciones que los delegados del Gobierno dan al público y envían todo el material a través de internet, a los más de 400 correos de medios comunitarios, regionales, nacionales y extranjeros (al mismo tiempo se publica en la página web de la Oficina del Alto Comisionado para la Paz). También son contactados a través de chats de mensajería instantánea por medio de la aplicación móvil WhatsApp.

Este protocolo también genera quejas. "Cancelan las ruedas de prensa y no le avisan a nadie, solo llaman a Caracol y a RCN. Los demás se enteran de milagro", comenta Katalina Vásquez, quien también se queja de que ese favorecimiento se extiende a rutinas más simples: "Tienen una salita de prensa donde dejan entrar a utilizar internet a los amigos de Presidencia. Si hay alguien de El Tiempo que les cae bien, lo dejan entrar. Pero Jorge Enrique Botero, que es un periodista crítico, ni se puede arrimar por allá" (hay que anotar que el acceso a la red está restringido en Cuba y, según la Unión Internacional de Telecomunicaciones, en 2013 solo el 3,8% de los hogares contaban con una conexión).

Para la fuente del Gobierno, la labor de comunicaciones está centrada en ayudar, ante todo, a los periodistas nacionales: "Es una oficina de prensa abierta, sin restricciones. Normalmente por cada ciclo van tres o cuatro periodistas de Colombia, no van más. De resto son los corresponsales internacionales que están de tiempo completo en La Habana y tienen sus oficinas y un respaldo tecnológico para manejar", dice, y agrega que se organizan reuniones entre comunicadores y los delegados. Todas se rigen bajo un acuerdo de confidencialidad absoluta sobre los temas de los que se habla.

Los efectos

En sus más de 15 años de carrera periodística, Marta Ruiz se ha familiarizado con el discurso de las FARC. Desde sus días como editora judicial de la revista Semana, ha cubierto el añejamiento de una organización que pasó de ser un Ejército fortalecido militarmente gracias a la zona de despeje en los tiempos de El Caguán a un grupo fragmentado, diezmado por operaciones militares. Es por eso que se rehúsa a hablar de una nueva estrategia de comunicaciones por parte del grupo armado.

“El proceso de paz de La Habana genera un espacio para que se comunique. Hasta antes del proceso, los medios tradicionales tampoco hablaban con ellos, no había entrevistas ni nada”, comenta, y afirma que esa misma tónica envuelve la decisión por parte de sus voceros de bajarle el tono a sus acostumbradas críticas antiestablecimiento: “Es lo normal en una mesa de diálogo donde se va entrando en un proceso de maduración del discurso”.



Para los analistas, los foros se han convertido en un espacio privilegiado donde loas delegados del Gobierno (en la foto, Sergio Jaramillo, alto Comisionado para la Paz) sienta sus posiciones frente a la paz. Foto: Ómar Nieto, vía.

La clave para entender esa transformación reside, precisamente, en el transcurso de los diálogos de paz de La Habana. En los poco más de dos años que llevan las conversaciones, la rutina de los 32 ciclos de conversaciones han acercado tanto a los medios tradicionales como a las FARC hacia puntos de entendimiento.

“Hasta hace poco teníamos un modelo de unos pocos corresponsales en La Habana que asistían, en especial, al final de los ciclos, porque mantener un equipo informativo allí sale muy caro; tampoco

había un espacio organizado de entrevistas con los comandantes guerrilleros, se obtenían por negociaciones individuales. Ahora empezamos a ver que los medios están más dispuestos a ir y las FARC a hablar en los medios masivos" dice Martha Ruiz.

Ese cambio también se evidencia en la forma como ambas delegaciones abordaron cada uno de los temas de la agenda. En octubre de 2012, en la primera reunión del proceso, estableció la regla dorada de que ninguno de los temas de la negociación se ventilaría a la esfera pública. El acuerdo se mantuvo hasta septiembre de 2014, cuando comenzaron a arreciar las críticas del uribismo, la principal fuerza opositora al proceso, sobre los avances en La Habana.

Entonces, las partes hicieron públicos los borradores de cada uno de los tres acuerdos parciales y comenzaron a abordar de forma más directa cada tema, conformando comisiones de expertos para estudiar las causas históricas del conflicto, escuchando a las víctimas y prestándole atención a agendas puntuales, como la de las mujeres.

"Las partes han entendido que, cuando una negociación se vuelve tan larga, el país necesita saber de qué se está hablando", explica Marta Ruiz, quien agrega que, al igual que las FARC con sus medios alternativos, el Gobierno ha sentado sus posiciones a través de foros y conferencias: "No solo lo hacen los delegados, el presidente Santos todo el tiempo se pronuncia sobre sus posiciones en lo que tiene que ver con la paz, la justicia transicional, etc. Cada uno expone desde la tribuna que tiene sus ideas sobre la paz o de lo que es el pulso de poder sobre la mesa".

En eso han ganado los colombianos con este proceso de paz: en la moderación del lenguaje. Ya no se habla de un Estado terrorista ni de una organización conformada por asesinos. Por primera vez estamos hablando del otro en términos de una actor con intención política. Como lo explica el periodista, Álvaro Sierra, un paso esencial si se quiere hablar de paz: "La guerra demoniza al enemigo porque no puedes matar a alguien si no consideras que es lo suficientemente malo".

CÓMO CITAR ESTE DOCUMENTO

FORMATO APA 7ª EDICIÓN

¡PACIFISTA! (2015, 27 de febrero). La agencia de prensa de las FARC. ¡PACIFISTA!. https://pacifista.tv/notas/la-agencia-de-prensa-de-las-farc/

FORMATO CHICAGO (NOTAS Y BIBLIOGRAFÍA)

¡PACIFISTA!. «La agencia de prensa de las FARC». ¡PACIFISTA!, 27 de febrero de 2015. https://pacifista.tv/notas/la-agencia-de-prensa-de-las-farc/

FORMATO MLA 9ª EDICIÓN

¡PACIFISTA!. "La agencia de prensa de las FARC". ¡PACIFISTA!, 27 de febrero de 2015, https://pacifista.tv/notas/la-agencia-de-prensa-de-las-farc/.

ACCESO ABIERTO

Derechos de ¡PACIFISTA! y de sus autores. Archivo histórico de consulta pública. Documento generado por el Centro de Memoria de ¡PACIFISTA! a partir de la pieza conservada en su archivo histórico. Se distribuye para consulta, citación, estudio e investigación. Verifique siempre la versión en línea, que es la fuente autorizada.