

## “Uploading the News after Coming Down from the Mountain: The FARC’s Uncanny Experiment with Online Television, in Cuba, 2012–2016” (2017) [Subir las noticias al bajar del monte: el experimento de las FARC en Cuba con la televisión en línea 2012–2016]<sup>1</sup>

Alex Fattal

Doctor en Antropología.

Pennsylvania State University (Pensilvania, Estados Unidos)

Dirección electrónica: [alfattal@gmail.com](mailto:alfattal@gmail.com)

Fattal, Alex (2019). “Subir las noticias al bajar del monte: El experimento de las FARC en Cuba con la televisión en línea 2012–2016”. En: *Boletín de Antropología*. Universidad de Antioquia, Medellín, vol. 34, N.º 57, pp. 194–221.

Traducción recibida: 10/02/2018; aprobación final: 11/03/2018

DOI: <http://dx.doi.org/10.17533/udea.boan.v34n57a10>

**Resumen.** Entre 2012 y 2016, las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC) negociaron un acuerdo de paz con el gobierno colombiano en La Habana, Cuba. Durante esos cuatro años, el grupo experimentó con distintas técnicas de producción mediática para redefinirse y acceder a nuevos públicos. En este orden de ideas, un noticiero en Internet fue clave para que las FARC pudieran difundir su punto de vista. Este ensayo analiza la estética de dicho noticiero en línea y lo hace en el contexto del incierto desenvolvimiento del histórico acuerdo de paz. Arguyo que las FARC han venido anticipándose a una “guerra de posiciones” en términos gramscianos, preparándose para una forma mediatizada de

---

1 Este artículo fue publicado en inglés en *International Journal of Communication* (2017), N.º 11, pp. 3832–3856. El autor es el mismo traductor del artículo y declara que cuenta con los respectivos permisos para publicar en el BDA de *International Journal of Communication* y que no existe restricción en el tiempo desde su publicación en el idioma original. De igual forma, las imágenes que acompañan el texto y no se modificaron para presentarse en el BDA, pese a que no tienen información respecto al video fuente del cual fueron capturados los pantallazos que aparecen como imágenes.

disputa política que absorberá y remodelará tanto la intensidad como los patrones tácticos del conflicto guerrillero, en el período del post-acuerdo de paz.

*Palabras claves:* Colombia, FARC, Cuba, redes sociales, guerra mediática, transición en el postconflicto, reintegración política, Antonio Gramsci.

“La guerra es tal vez mejor entendida como una competencia violenta por territorio, recursos y lealtades políticas, y no menos feroz, una competencia por significados”  
(Lepore, 1999: 2)

Si la guerra es una competencia sobre significados, entonces este es un buen momento para hacer un balance de la guerra mediática entre el gobierno colombiano y las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC), los rebeldes marxistas que desde 1964 trataron de tomarse el poder militarmente. En el momento de redactar este ensayo a mediados de 2017, las dos partes se encontraban en las etapas preliminares de la implementación de un acuerdo de paz que formalmente ha puesto fin a esta confrontación armada que se prolongó por 53 años. El desarme de las FARC, la insurgencia más antigua y acérrima del hemisferio occidental, significa el fin de una era, la de los movimientos guerrilleros marxistas-leninistas de América Latina.<sup>3</sup>

En el desarme de las FARC se pone en juego una simetría histórica, puesto que fue en Colombia que se inició la era de la revolución armada en América a mediados del siglo xx, (Pizarro Leongómez, 2011; Karl, 2017). Siendo un joven estudiante activista, Fidel Castro fue testigo del apogeo de la violencia partidista colombiana el 9 de abril de 1948 cuando visitaba a Bogotá. Él y los demás organizadores del Congreso de las Juventudes Latinoamericanas se encontraron con Jorge Eliécer Gaitán, un líder populista del Partido Liberal colombiano el día antes de que un desconocido lo asesinara a las afueras de su oficina y estallara una batalla campal en las calles de la capital. Al relatar su caminata esa misma tarde a través de avenidas con filas de carros en llamas, estaciones de policía saqueadas y vitrinas de almacenes destruidas, Castro se refiere a un detalle vaticinador: “recuerdo que salí

- 
- 2 El autor reconoce a las siguientes personas por su apoyo en las fases de investigación y redacción de este artículo: José Antequera Guzmán, Diego Martínez, Marwan Kraidy, a los participantes en el Simposio sobre Convergencia y Disyunción en la Cultura Digital Global (*Convergence and Disjuncture in Global Digital Culture Symposium*) en la Escuela de Comunicación Annberg de la Universidad de Pensilvania: Patricia Álvarez Astacio, Juana Dávila, Anthony Olorunnisola, Sophia McClennan, Johanna Espinel Romero y Brad Tyer. También le debo agradecimientos especiales a la Escuela de Comunicación Bellisario College y al Centro de Estudios Globales de la Universidad de Penn State.
  - 3 El científico político Darío Villamizar Herrera (2017) ha elaborado este argumento en su libro *Las guerrillas en Colombia: una historia desde los orígenes hasta los confines*. El argumento de Villamizar redefine el esfuerzo prematuro de Jorge Castañeda (2013) de declarar el fin de la Guerra Fría en América Latina.

de allí con un ‘hierro pequeño’ que fue la primera arma que yo agarré para tener algo en la mano” (El Espectador, 2014).<sup>4</sup>

No es de sorprenderse que los cuatro años que las FARC y el gobierno colombiano se tomaron para negociar el acuerdo de paz en Cuba (2012-2016) coinciden con el proceso de diplomacia secreta y acercamiento oficial entre Estados Unidos y Cuba. Mientras que la violencia colombiana ayudó a radicalizar a un Fidel Castro de 19 años de edad, 64 años después las negociaciones en La Habana proporcionaron el marco para la desradicalización de las FARC y su incorporación en el cuerpo político legal de Colombia.

Imaginar cómo será la transición a la política de las FARC ha dado lugar en la práctica a una industria artesanal de expertos de tanques de pensamiento que posan como futurólogos. En vez de especular sobre el futuro de las FARC, yo quisiera sugerir que el período de negociación ofrece un prisma oportuno con el cual refractar los cambios en la perspectiva del grupo en la medida en que se asoma a ver su incierto futuro político y a considerar su lugar en una ecología mediática cada vez más saturada por formas y formatos digitales.

Lo que ha sido particularmente iluminador durante este período liminal, es la forma en la que las FARC ha buscado legitimidad política a través de la creación de su propio noticiero. Durante las conversaciones en La Habana, las FARC adoptaron en serio el uso de las herramientas de difusión digital al diseñar estrategias para atraer audiencias más allá de su base militante y experimentar con plataformas en línea. Mirando hacia el futuro, estos experimentos mediáticos buscaban resaltar las posiciones políticas del grupo en la mesa de negociación, contrarrestar la propaganda gubernamental y reformular las narrativas en los medios sobre la identidad de las FARC. Un boletín de noticias que las FARC sube a YouTube y distribuye a través de las redes sociales es central a este esfuerzo. Este artículo analiza la evolución de ese boletín de noticias en Internet que al principio se llamaba *Informativo Insurgente* y posteriormente *Nueva Colombia Noticias*. Los contenidos del noticiero repiten tropos de larga data en la producción mediática de las FARC: resaltan la doble moral y las falacias lógicas de la retórica del gobierno, se alinean con los movimientos sociales, adoptan poses de un legítimo actor político y censuran al estado colombiano por ser hostil a sus ciudadanos pobres, rurales y de piel oscura. Aun cuando un análisis de contenido del noticiero daría lugar a un artículo interesante, ese sería otro ensayo. En lo que sigue a continuación, eludo el análisis de contenido para enfocarme en los experimentos de las FARC con el estilo, trazando una estética cambiante a través del período de negociación. Argumentaré que las FARC han buscado representar legitimidad mediática –y de manera metonímica, legitimidad política– al imitar la semiótica de los noticieros corporativos, mientras que modulan

---

4 Se desconoce la veracidad de esta afirmación y podría haber sido inventada como parte de la producción de Fidel de su propia mitología.

estratégicamente su estridencia. Pero antes de que volvamos al boletín de noticias en sí mismo, permítanme suministrarles unos antecedentes importantes para entender el estado de la guerra propagandística en la década de 2010 en Colombia.

## Aislamiento

Entre 1999 y 2002, el gobierno colombiano sostuvo negociaciones con las FARC en San Vicente del Caguán, como se conoció una franja de territorio desmilitarizada en el sureste de Colombia del tamaño de Suiza. Las conversaciones empezaron de forma preocupante cuando Manuel Marulanda, el entonces líder de las FARC, desairó al presidente Andrés Pastrana, al dejarlo plantado y sentado solo en una tarima el 7 de enero de 1999. El 20 de febrero de 2002, el presidente Pastrana salió en la televisión nacional para acusar a las FARC de usar la zona desmilitarizada para retener secuestrados y traficar drogas, de manera que tres años más tarde de haberse iniciado, estas negociaciones terminaron en amargura. Esta ruptura de las conversaciones coincidió con las postrimerías de los ataques del 11 de septiembre de 2001 a las Torres Gemelas en Nueva York y el Pentágono. La confluencia de eventos allanó el camino para que la Unión Europea (UE) designara a las FARC como una organización terrorista, movida que fundamentó el ya existente deseo del gobierno colombiano para ahogar la solidaridad internacional con este grupo insurgente. A menudo, esto significó perseguir una red informal de militantes y simpatizantes agrupados en capitales europeas y latinoamericanas, tales como Ciudad de México, Estocolmo, Santiago de Chile y París, mientras se socavaba la presencia de las FARC en Internet, negándoles de esta manera el espacio geográfico y digital al grupo. Aun cuando Estados Unidos había incluido a las FARC en su lista de organizaciones terroristas mucho antes, desde 1997, el gobierno colombiano explotó plenamente esta denominación sólo después de los acontecimientos del 11 de septiembre de 2001, al rotular a las FARC como “narcoguerrillas” o “narcoterroristas” (Tate, 2015: 47-55). A finales de la década de 2000, esta estrategia daría frutos al gobierno colombiano.

Yo viajé a Escandinavia en 2009 para investigar cómo la izquierda radical usaba el Internet para reclamar el espacio mediático que se le había denegado en Colombia. Lo que encontré fue una batalla legal viva que se desarrollaba a favor del gobierno colombiano. En marzo de 2009, me senté en la galería de la Corte Suprema de Dinamarca en Copenhague a escuchar un veredicto leído en voz alta por el juez, relativo a un caso que se había abierto camino a través de las cortes inferiores de Dinamarca. Un colectivo danés llamado Luchadores y Amantes (*Fighters and Lovers*) había desafiado la legislación antiterrorista al enviar las ganancias de la venta de camisetas, CDs, encendedores y perfumes (Figuras 1 y 2) –aproximadamente US\$5.000– al Frente Popular para la Liberación de Palestina y a las FARC. Unos días antes del fallo, entrevisté a uno de los acusados, un hombre joven de

veintitantos años a quien llamaré Oscar, quien llegó a nuestro encuentro en una bicicleta plegable que apoyó contra la pared del café donde hablamos.

The image shows a screenshot of the 'Fighters & Lovers' website. At the top, there is a navigation bar with the logo 'F+' and the text 'FIGHTERS & LOVERS' in red and black. To the right of the logo are three language options: 'På dansk', 'In English', and 'En Castellano'. Below the navigation bar is a large video game interface. The background of the game is a 3D-rendered scene of a soldier in a combat environment. Overlaid on the scene are several text boxes with white backgrounds and black text. The text boxes contain the following content:

- Top left: "OH NOT ISRAEL'S OCCUPATION OF PALESTINIAN LAND HAS FORCED MILLIONS OF PALESTINANS TO LIVE AS REFUGEES UNDER MISERABLE CONDITIONS! AND THE MIDDLE EAST IS HAUNTED BY RELIGIOUS INTOLERANCE AND FANATICISM!"
- Top right: "BUT THAT'S NOT ALL! IN COLOMBIA, A CORRUPT REGIME OF DRUG LORDS IS HINDERING FREE ELECTIONS BY SIFTING OUT THE PEACEFUL OPPOSITION. THEY TORTURE AND KILL WITHOUT RESERVS!"
- Middle left: "BUT THERE IS ONE BRAVE EXCEPTION, A STAUNCHLY SECULAR FORCE FIGHTING FOR A FREE PALESTINE WHERE JEWS, MUSLIMS AND CHRISTIANS MAY LIVE AND PROSPER IN PEACE. THESE BOYS ARE CALLED THE PFLP - THE POPULAR FRONT FOR THE LIBERATION OF PALESTINE. WE GOT TO BACK THEM UP!"
- Middle right: "LEFT WITH NO OTHER CHOICE, YOUNG PEOPLE, YOUNG UNIONISTS AND EVEN PRIESTS HAVE TAKEN UP ARMS TO JOIN THE LIBERATION MOVEMENT FARC - THE REVOLUTIONARY ARMED FORCES OF COLOMBIA. THE REGIME HAS UTTERLY FAILED IN CRUSHING THE RESISTANCE, BUT IS STILL IGNORING DEMANDS FROM CIVIL SOCIETY FOR A NEGOTIATED PEACE. ARE YOU READY TO GIVE THE FARC A HAND?"
- Bottom right: "NOW LISTEN, COMMUNICATION IS A KEY TO ANY CHANGE. YOUR MISSION IS TO PICK UP NEW EQUIPMENT FOR A PFLP PRINT SHOP AND A FARC GUERRILLA RADIO STATION. IS IT GOING TO BE DANGEROUS? YES! BUT IT'S THE RIGHT THING TO DO. GOOD LUCK!"

Below the game interface, the text 'FIGHTERS & LOVERS' is written in a bold, black, sans-serif font. Underneath that, 'THE GAME' is written in a larger, bold, black, sans-serif font. To the right of 'THE GAME' is a blue play button icon. Below 'THE GAME' is the text 'TRY IT HERE' in a blue, sans-serif font. Below the game interface, there are two product sections. The first section is titled 'PRODUCTS' in a bold, black, sans-serif font. Below the title, there are two images. The first image shows two wristwatches. The watch on the left is silver with a white face and a black dial. The watch on the right is silver with a white face and a black dial. Below the watches is the text 'WATCH OUT FOR FREEDOM' in a bold, black, sans-serif font. The second image shows three baseball caps. The cap on the left is purple with 'FIGHTERS & LOVERS' in white. The cap in the middle is black with 'FIGHTERS & LOVERS' in white. The cap on the right is white with 'FIGHTERS & LOVERS' in green. Below the caps is the text 'CAPS 2009 FLEXFIT EDITION' in a bold, black, sans-serif font.

**Figura 1** Juego de video interactivo, relojes, gorros y un dibujo animado sobre la misión del grupo Luchadores y Amantes

*Fuente:* captura de pantalla del sitio web de Luchadores y Amantes, tomada durante el mes de abril de 2009.



---

**Figura 2** Camiseta pro-FARC vendida por el grupo Luchadores y Amantes

*Fuente:* captura de pantalla del sitio web de *Luchadores y Amantes*, tomada durante el mes de abril de 2009.

Oscar me explicó el mercadeo de esta manera:

Estamos hablando sobre principios, valores que son muy fundamentales, pero para nosotros es muy importante que no se vuelvan algo etéreo y lejano de la vida diaria de nuestra propia gente, del pueblo danés y de los europeos en general. Tratamos de conectar nuestro mensaje con artículos que la gente usa en su vida diaria, como una camiseta, una gorra, o un encendedor. (Entrevista personal, 22 de marzo de 2009)

Oscar buscó en su bolsillo izquierdo y sacó un encendedor. “Usted puede quedarse con este” me dijo, introduciéndolo en la discusión naturalmente:

Con el encendedor, usted tiene la oportunidad de que la próxima vez que esté con alguien que fuma y le solicita candela, pueda iniciar una conversación sobre este asunto. Si usted se pone la camiseta, no puede evitar este tipo de discusión, especialmente estos días, cuando ha sido un tema polémico aquí en Dinamarca. Al producir música creada por músicos de las FARC y DJs de Copenhague, creamos la posibilidad de plantear estos asuntos en otro entorno, porque se trata de la música. ¿Es también la música un tipo de propaganda terrorista? ¿Es esto ilegal? (Entrevista personal, 22 de marzo de 2009)

Después de nuestra entrevista, observé cómo cambiaba la cara de Oscar, mostrando desilusión cuando oyó al juez leer el veredicto de la Corte Suprema de Dinamarca que ratificaba el veredicto de la corte inferior contra él y sus coacusados. La resistencia contra la legislación antiterrorista de la UE basada en marcas del grupo Luchadores y Amantes fue definitivamente declarada ilegal.<sup>5</sup>

A nivel nacional, las FARC se habían visto maniatadas por la relación ideológica cercana entre el estado y los medios corporativos. Antes de que se iniciaran en 2012 las conversaciones en Cuba, las FARC habían escalado pragmáticamente sus ambiciones mediáticas a un nivel consonante con sus recursos, enfocándose en la radio de onda corta y produciendo y circulando música fariana. En un país cuya geografía está dominada por las tres cordilleras de los Andes y por la Cuenca Amazónica, una radio regional que pueda transmitir a dos o tres departamentos ha sido uno de los principales frentes en la guerra de propaganda (Roldán, s.f.). Por su parte, las Fuerzas Armadas han hecho importantes inversiones en la infraestructura radial, y su emisora Colombia Stereo, tiene una cobertura más amplia que los conglomerados corporativos tales como RCN y Caracol, que históricamente han considerado a la población lejana como comercialmente intrascendente.

La música fariana varía entre las diferentes regiones y abarca los principales géneros de la música colombiana: salsa, vallenato, merengue y cumbia. Las letras idealizan la lucha armada con estribillos tales como, “Yo vivo la vida guerrillera, cargo mi fusil para luchar” y “Aprendo a dormir al aire libre en el monte”. La música fariana busca evocar las tradiciones folclóricas y, a través de ellas, normalizar la decisión de integrarse en la lucha armada, representando esta decisión de cambio de vida –a menudo mortal–, como un pasatiempo rural, una aventura divertida o un compromiso valiente con el cambio social. Cuando el grupo está lo suficientemente seguro de su dominio sobre un territorio, se convierte en el anfitrión de conciertos públicos, combinando canciones populares con música fariana.<sup>6</sup> Y en cuanto al radio de onda corta, la audiencia primordial de la música fariana ha sido su grupo objetivo, es decir, los pobres de la Colombia rural.

Viéndose restringidas a audiencias locales en Colombia y encontrándose en un aprieto cada vez más difícil en el extranjero debido a factores legales y diplomáticos, las FARC han acudido a plataformas en línea para difundir sus mensajes y también han luchado para labrar una presencia política. A través de sitios web como ANNCOL (Agencia de Noticias Nueva Colombia) y Radio Café Estéreo, entidades legalmente constituidas en Suecia debido a las leyes de libertad de expresión de este

5 Para ver dos análisis mutuamente contradictorios sobre el caso danés contra el grupo Luchadores y Amantes, véase la columna de Yamhure (2008) en el periódico colombiano *El Espectador*, que celebra el desenlace, y la página web de las FARC “Resistencia,” (2009) que lo condena.

6 Para un video de uno de estos conciertos que ha circulado en el mundo del arte a pesar de la protesta formal del gobierno colombiano, véase “Los Rebeldes del Sur” (Díaz, 2002).

país, las FARC y sus simpatizantes en el exilio han buscado eludir la censura que es el corolario de su designación como organización terrorista. Sin embargo, a mediados de la década de 2000, el establecimiento político liberal en Suecia empezó a moverse hacia la derecha en la medida en que el Partido Moderado, de tendencia conservadora, demostró ser más que un fenómeno pasajero. ANNCOL, el portavoz digital de las FARC, tuvo que luchar para permanecer en línea. Hacia finales de la década de 2000, las solicitudes del gobierno colombiano a su contraparte sueca para que bloqueara los medios afiliados a las FARC empezaron a tener efecto.<sup>7</sup> A la vez que el gobierno colombiano seguía una estrategia diplomática y legal para bloquear los sitios web pro-FARC, perfeccionaba sus habilidades hackeadoras con ataques de denegación de servicio.<sup>8</sup>

Yo asistí a una emisión de Radio Café Estéreo, un proyecto que junto con ANNCOL se encontraba en el epicentro del activismo mediático alineado con las FARC que emanaba de Escandinavia. Allí en el sótano de un apartamento de clase media en Estocolmo, un grupo de hombres cuarentones tomaban whisky en tazas plásticas mientras grababan un programa de radio en el que se manifestaban en contra de la propaganda gubernamental que elogiaba a los soldados como héroes.<sup>9</sup> Cuestionaron la bondad de la Fuerza Pública preguntando qué clase de héroes se involucrarían en el escándalo de los “falsos positivos”. Este eufemismo se refiere a las revelaciones de que reclutadores militares secuestraron adolescentes pobres para vestirlos como guerrilleros, asesinarlos y presentar sus cadáveres como bajas en combate para recibir recompensas económicas calculadas con base en el número de combatientes enemigos que dieron de baja. Cuando el programa de radio terminó, los cuatro comentaristas empezaron a bromear sobre cuándo su sitio web sería bloqueado de nuevo. Una semana antes, sus páginas habían sido hackeadas y

- 
- 7 Este era el mismo período durante el cual los paramilitares colombianos empezaron a llegar a Suecia para sembrar miedo entre los exiliados de izquierda. Los jóvenes miembros de los grupos paramilitares que llegaron a Estocolmo reclamando persecución política, efectuaban visitas a los espacios sociales de la izquierda latinoamericana, tal como las partidas de ajedrez semanales en el Stockholm’s Kulturhuset (Casa Cultural) y mascullaban insultos amenazantes contra sus compatriotas en español notablemente colombiano.
  - 8 La práctica de hackear desafía la tendencia en la antropología mediática de analizar actos de mediación en distintas etapas: producción, circulación y recepción. Los estudiosos del hackeo han buscado puntos de cruce y han tendido a enfocarse en los hackers como agentes de disrupción productiva. Véase Coleman (2015) para una extraordinaria etnografía del fenómeno cultural del hackeo.
  - 9 La campaña publicitaria central de las fuerzas militares es “En Colombia los héroes sí existen,” que modifica para las fuerzas militares de Colombia la propaganda centrada en la maquinaria de guerra del Cuerpo de Marines de los Estados Unidos. Véase *Apuntando al Corazón*, de Gordillo y Federico (2013), un documental filmico que describe y analiza cómo esa campaña y otras actividades publicitarias contratadas por las Fuerzas Armadas han sido cruciales para la contrainsurgencia colombiana.

su audiencia redirigida a la emisora de radio de las fuerzas militares colombianas. La izquierda radical necesitó de 6.000 millas de distancia de Bogotá para poder expresar su punto de vista y, aun así, esto no garantizaba que pudiera difundir su mensaje. El gobierno prolongó su estrategia multifacética con sus componentes hackeador, legal y diplomático, para arrancar de raíz la solidaridad internacional con las FARC y cerrar sus operaciones mediáticas, estrategia que amainó solamente durante las negociaciones en La Habana, cuando el gobierno cedió a las FARC un espacio político.

En marzo de 2016 entrevisté a Rodrigo Granda en La Habana. Granda es uno de los principales negociadores de las FARC y miembro del Secretariado, su organismo más poderoso, también es uno de los diplomáticos más prominentes del grupo.<sup>10</sup> Cuando hablamos, Granda caracterizó la posición del gobierno de la siguiente manera: “se nos dice que somos narcoterroristas, que no tenemos nada en la cabeza, que lo que queremos es llenarnos de plata [dinero], ¿sí? y que vivimos prácticamente como faraones” (Entrevista personal, 10 de marzo de 2016). Sostuvo que esta narrativa empezó a resquebrajarse cuando el grupo que lidera las FARC llegó a La Habana. En efecto, el reconocimiento político implícito en el acto de negociar ha significado que las FARC han recobrado parte de la legitimidad que habían perdido ante la formidable operación de propaganda del gobierno (López de la Roche, 2014; Fattal, 2018). Granda continuó diciendo:

Cuando nosotros llegamos a la Habana, nosotros no llegamos aquí como una guerrilla vencida. Llegamos en plan de igualdad con el gobierno colombiano a hablar de los grandes problemas de la guerra y de la paz, y de los cambios que Colombia requiere para poder avanzar en su proyección estratégica como país y como nación. Entonces fijate que no hay una persona sensata en el Planeta Tierra, que crea que nosotros somos narcos. (Entrevista personal, 10 de marzo de 2016)

Las afirmaciones de Granda son exageraciones tendenciosas, pero ilustran la aspiración de las FARC a un reconocimiento político, así como su determinación de anular los efectos de la campaña del gobierno para retratar a sus miembros como mercenarios motivados por la codicia antes que por la reclamación ideológica.

---

10 En 2004, agentes de la inteligencia colombiana capturaron a Granda en Venezuela y lo trajeron a Colombia, donde lo encarcelaron. Nicolás Sarkozy, el entonces presidente francés, abogó con éxito por su libertad para motivar la liberación por parte de las FARC de Ingrid Betancourt, quien poseía la doble nacionalidad francesa y colombiana. En cuanto a los nombres de los guerrilleros de las FARC en este artículo, he decidido usar los alias por los que son popularmente conocidos.

## El Informativo Insurgente, una extraña convergencia

La apuesta de las FARC de expandir su credibilidad política más allá de sus limitadas redes de apoyo, gira alrededor de su vinculación con la política mediática moderna. Lo que es fascinante sobre la operación mediática basada en La Habana y su esfuerzo para reformular la narrativa del conflicto, es su atención a la forma mediática. Consideremos, por ejemplo, la investigación que respaldó la decisión de emplazar el informativo de las FARC alrededor de dos presentadores, uno masculino y otra femenina. A continuación, presento una cita tomada de una entrevista que realicé en La Habana en marzo de 2016 con Sergio Marín, director de divulgación y propaganda de las FARC.<sup>11</sup> Nos sentamos cerca del bar en el lobby del Hotel Palco, donde los periodistas se congregaban para esperar las conferencias de prensa y donde los espías tomaban nota de quién se reunió con quién. Marín explicó la manera como las FARC concibieron el formato del *Informativo Insurgente*:

Uno siempre mira lo que tiene más cerca, por eso revisamos cómo se hacen los noticieros en Colombia, como los de RCN y Caracol... Partimos de un formato que es muy clásico en Colombia y en el mundo, pero que ya casi no se usa, y es la presentación de noticias por una pareja, un hombre y una mujer. Habla el hombre, habla la mujer, sale el periodista, vuelve el hombre. Ese formato que tú ya no lo encuentras fácilmente ni en CNN ni en la BBC ni en TeleSur, ¿cierto? Es un formato que ya se fue quedando rezagado, pero que se sigue utilizando en los noticieros colombianos, y nosotros, ya que esta ha sido nuestra cultura, nos hemos acostumbrado a poner las noticias y ver dos presentadores. (Entrevista personal, 16 de marzo de 2016)

La atención especial de las FARC a la forma y al formato de sus comunicaciones externas, ha sido una rareza que el grupo se ha permitido desde que llegó a La Habana en 2012. Antes, el grupo se había visto consumido defendiéndose de la ofensiva implacable de las fuerzas militares colombianas, la cual ha sido apoyada de manera generosa por Estados Unidos desde el cambio del milenio (Tate, 2015). Marín admitió que “nosotros no pudimos combatir en todos los frentes con igual intensidad. O sea, militarmente nosotros logramos resistir, pero hay que reconocer que política y propagandísticamente, a nosotros nos golpearon duro” (Entrevista personal, 16 de marzo de 2016). Cuba proveyó la seguridad y protección de las que las FARC carecía, una oportunidad para concentrar en el mismo lugar a su liderazgo político con el equipo de medios de comunicación, y un sitio para sus operaciones digitales que de otra manera habrían continuado dispersas alrededor del mundo. El resultado ha sido un laboratorio para experimentar con técnicas de comunicación en línea.

---

11 Para una transcripción completa de mi entrevista con Marín traducida al inglés, véase Fattal (2016).

En el centro de esta operación mediática de las FARC basada en Cuba, se encontraba un noticiero informativo al estilo de un programa televisivo. Se llamaba *Informativo Insurgente* y era distribuido en línea. Tenía una duración que variaba entre los 10 y los 30 minutos, y su contenido trataba sobre actualizaciones de la mesa de negociación, sesgadas interpretaciones de las noticias de primera plana en Colombia, segmentos que narraban la historia de las FARC, otros que acusaban a los medios corporativos de desinformación, una sección sobre los medios sociales que resaltaba los tweets favorables y una sección deportiva abiertamente politizada. La segmentación del cubrimiento imitaba de manera imperfecta la organización de los noticieros de televisión colombianos. La estilización del programa era extraña (*uncanny*): “esa categoría de lo que produce pavor que remite a algo conocido desde hace mucho tiempo y en un momento dado muy familiar”, según la formulación clásica de Sigmund Freud (2003: 124). Para muchos colombianos, especialmente aquellos que conforman el sector del país que se ha opuesto –frecuentemente con virulencia– al proceso de paz, un noticiero modelado según los noticieros de televisión colombianos es una combinación aterradora. Por un lado, algo profundamente familiar: varias dimensiones de la vida colombiana manejadas y presentadas con mucho esmero, y por otro, la amenaza guerrillera y el espectáculo mediático; la dimensión aterradora de esta combinación es su potencial perturbador. A pesar de que el Estado colombiano nunca ha monopolizado la violencia, ha sido extraordinariamente efectivo en controlar el flujo de la violencia discursiva hacia las FARC.<sup>12</sup> En este contexto, el *Informativo Insurgente* era un intento de construir una plataforma con la cual poder competir en el mismo terreno con los medios de comunicación hegemónicos, en vez de seguir siendo el blanco predilecto de los medios sin poder de respuesta. Dentro de la lógica contrainsurgente que ha organizado al Estado-nación colombiano durante los últimos 50 años, a los combatientes guerrilleros se les negaba a toda costa el acceso a un micrófono, y sin duda alguna, que tuvieran el lujo de posar como presentadores (Figura 3).<sup>13</sup> A continuación, analizo la economía de los signos en el *Informativo Insurgente*. Al centrar mi análisis en los elementos estilísticos de la operación mediática de las FARC, desmenuzo cómo el grupo proyectó una imagen de legitimidad política en preparación para su vida política después del acuerdo de paz.

---

12 Para una reflexión sobre cómo sucede esto en el contexto de la circulación de videos en línea en sitios tales como YouTube, véase Fattal (2014).

13 Es muy dicente que Boris, uno de los presentadores masculinos, durante los primeros programas llevara puesto un uniforme debajo de un chaleco de reportero, pero que después decidiera quitárselo.



**Figura 3** Presentadores del *Informativo Insurgente*

Fuente: captura de pantalla (FARC-EP, 2016)

A partir de la intervención de Michel Foucault (2003) en *La Sociedad Debe Ser Defendida: Curso en el Collège de France (1975-1976)*, quiero sugerir que la incorporación de las FARC en el cuerpo político instanciará una visión de la política como la guerra por otros medios, lo cual conlleva la inversión de la máxima de Clausewitz. Cuando los guerrilleros se movilizaron a mediados del siglo xx, estaban motivados por la exclusión política, de manera que esto hace evidente que la transición que se divisa promete un deslizamiento tendiente a retroceder en el *continuum* que conecta la guerra con la política. Pero el deslizador se mueve en un momento en el que la práctica de la política no está simplemente involucrada con estructuras de mediación, sino envuelta por ellas, especialmente con respecto a las conexiones globales que brinda la Internet. Como lo señaló Sergio Marín, director de divulgación y propaganda para las FARC:

En esta delegación de paz hay guerrilleros de 45, 40, 35, 30 o 25 años en la montaña, que tienen la capacidad de entender, o por lo menos de tratar de entender qué era eso [la Internet], pero pues una cosa es tener una idea, y otra vivenciarlo, es distinto. (Entrevista personal, 16 de marzo de 2016)

Igualmente, Boris, el presentador que aparece en la Figura 3, le dijo a quienes hicieron un documental producido por las FARC que “en la selva nosotros simple-

mente no teníamos la forma de dimensionar la magnitud [de la Internet], pero aquí sí hemos podido dimensionar eso” (FARC, 2015a, min. 39-40).<sup>14</sup>

En la medida en que las FARC fueron reconstruyendo su presencia en Internet en el transcurso de las negociaciones de La Habana, resaltaron una forma de mediación ideológica con la que estaba más familiarizada la vieja guardia: la música. Cada *Informativo Insurgente* empezaba con 30 segundos de la canción “La vida es lucha”, compuesta por las FARC y atribuida al Bloque Martín Caballero que operaba en la región caribeña de Colombia, cerca de la frontera con Venezuela. Sobre un ritmo de hip-hop latino, una voz masculina canta:

¿Qué es la vida sin causa y sin bandera / Sin desafío a imperios opresores / Sin sentir la furia de sus explosiones? / Selva adentro, selva adentro / Sin provocar el vuelo silencioso de sus águilas / Que nos espían con los ojos del satélite que se desorbitan cuando pasamos / Como guerreros justicieros en la rotación terrestre.

La calidad de la producción musical es impactante, grabada en estudio y mezclada impecablemente. Para dimensionar qué tan dramática ha sido la mejoría de las habilidades de producción audiovisual de las FARC desde que empezaron las conversaciones de paz en Cuba, miremos dos videos musicales, el primero realizado inmediatamente después de que se anunciaron las conversaciones y el segundo después de cerca de dos años de negociaciones.

Las FARC lanzó el primer video en YouTube una semana después de que fueran anunciadas oficialmente las conversaciones de paz (Paz, 2013) y fue presentado junto con la primera declaración pública sobre las negociaciones que hizo el grupo. Timoleón Jiménez, el líder de las FARC, también conocido como “Timochenko”, hace breves declaraciones inmediatamente antes y después del video. Al principio dice que “llegamos a la mesa de diálogos sin rencores o arrogancias” y reaparece al final para decir: “hemos jurado vencer y venceremos”.

La letra de la canción divaga de tema en tema, unida sólo por un anquilosado coro que se repite dos veces:

Ay, me voy para La Habana / Esta vez a conversar / Con aquel que me acusaba de mentir sobre la paz. (Paz, 2013)

Una banda musical de cuatro guerrilleros uniformados –dos percusionistas, un guitarrista y un rapero amateur– tocan a campo abierto (Figura 4). De forma alterna, la letra elogia a líderes guerrilleros recientemente abatidos, así como a la

---

14 El documental se llama *Insurgencia por la paz* (FARC, 2015a), y las partes relevantes, especialmente los minutos 37-41, presentan a Boris Guevara, quien trabajó con Sergio Marín en la comisión de propaganda.

destreza militar del grupo para perseverar de cara a la alta tecnología de Colombia en la lucha contrainsurgente. El video en sí mismo es una oda a la baja tecnología. El intento de hacer rap es cómico por su falta de ritmo y rima, así como por su entusiasmo exagerado (Figura 5). Este video planteó dudas sobre qué tan seriamente tomaría la guerrilla las inminentes negociaciones. La parte musical del video finaliza con los cuatro músicos vestidos de civil y llevando equipaje como si se fueran camino para La Habana (Figura 6).

El video era en parte una broma y en parte un reto. Pero si el registro jocoso buscaba lanzar una pulla al gobierno por haber sido incapaz de derrotar a las FARC militarmente o de enmarcar unilateralmente las próximas negociaciones a su favor, su éxito fue ambiguo dado que el video circuló en las redes sociales como el extremo del ridículo, haciendo que las personas más “sofisticadas” se rieran (con diversos grados de malestar) de la torpe incursión de las FARC en el hip hop latino. La calidad de la producción fue tan pobre que no presentó ninguna amenaza significativa para las construcciones mediáticas hegemónicas en Colombia.



**Figura 4** Video de las FARC “Nos vamos pa’ La Habana Música”

*Fuente:* captura de pantalla (Paz, 2013).



**Figura 5** Video de las FARC “Nos vamos pa’ La Habana Música”

*Fuente:* captura de pantalla (Paz, 2013).



**Figura 6** Video de las FARC “Nos vamos pa’ La Habana Música”

*Fuente:* captura de pantalla (Paz, 2013).

Este video de septiembre de 2012, con sus bajísimos valores de producción, contrasta marcadamente con el video de hip hop que las FARC produjeron en colaboración con el grupo de rap cubano Cuentas Claras en mayo de 2014 (Paz, 2014).<sup>15</sup> El coro del segundo video es pegajoso y va como sigue:

Pueblo Colombiano pa' la mesa / Vamos todos juntos / Sin falsas promesas. (Paz, 2014)

Cuentas Claras (2017) es un dúo de rap que manifiesta en su sitio web que “pone especial atención a la realidad cubana, siempre desde una perspectiva revolucionaria”. cAparece al lado de Boris Guevara, un co-presentador del *Informativo Insurgente* y de Alexandra Nariño, conocida como “Tanja”, una joven celebridad y combatiente extranjera procedente de Holanda quien ha sido miembro de las FARC desde 2002.<sup>16</sup> El montaje intercala tomas del cuarteto rapeando en un estudio (Figura 7) y Miguel Pascuas, uno de los dos fundadores de las FARC sobrevivientes (Figura 8). Pascuas asume el rol de un campesino colombiano oprimido cuyos cultivos han sido fumigados como parte de las operaciones antinarcóticos apoyadas por Estados Unidos y quien, además, es amenazado por paramilitares.

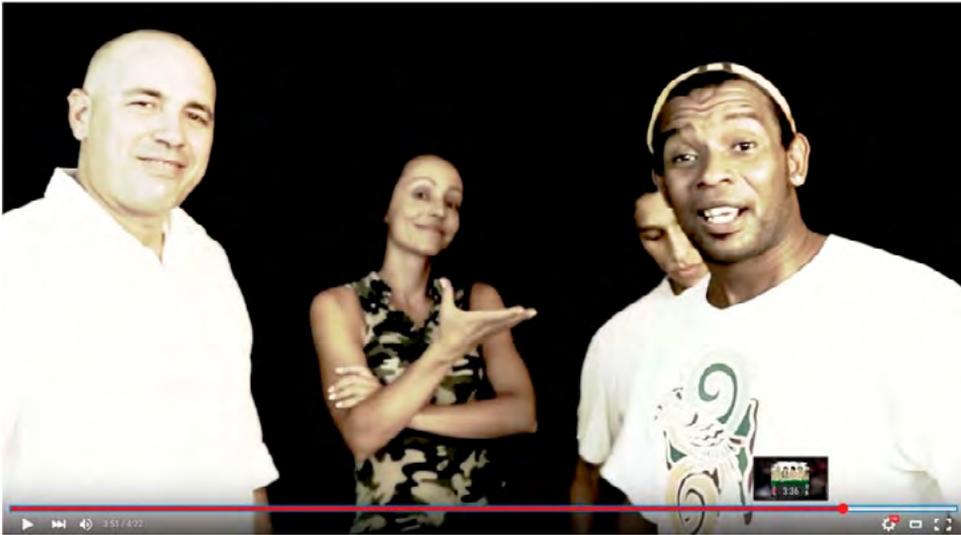


Figura 7 Canción de hip hop latino de las FARC con Cuentas Claras

Fuente: captura de pantalla (Paz, 2014).

15 El video de 2012 se volvió a colgar en 2013, y es esta última versión la que se cita aquí.

16 Tanja es la combatiente extranjera de más alto perfil de las FARC. A menudo es co-presentadora del *Informativo Insurgente* y frecuentemente es incluida por las FARC en sus materiales de propaganda. El periodista de izquierda Jorge Enrique Botero (2014) ha escrito su biografía.



**Figura 8** Canción de hip hop latino de las FARC con Cuentas Claras

*Fuente:* captura de pantalla (Paz, 2014).

Este rap en sí mismo cubre un amplio rango de temas, pero a diferencia del video musical previo de las FARC, ahora hay rima, ritmo y una producción de altos valores. Esta estrofa es representativa:

Como don Quijote sin temor que me *derrote* / Que el pueblo se nos una / Que la verdad se *toque* / ¿O es que tienen miedo que los pobres hagan *bloqueo*? / Que adquieran conocimiento y en un *choque* los *derroten*. (Paz, 2014)

El asunto de la desinformación en los medios se entreteje en la canción que continúa diciendo (el énfasis es mío):

Para desatar este *nudo* / No se debe usar la ley del *embudo* / Ni utilizar la palabra paz como *escudo* / Y mentir, masacrar y decir que por mi culpa no se *pudo*.

Alteran nuestro punto de *vista* en cada *noticia*, en cada *revista* / Como los millonarios cambian de *ropa*, una situación *bochornosa* / Usan el periódico para desinformar y los pobres lo utilizan para hacer *sopa*.

Si yo vengo a conversar y tú me vienes a *atacar* / Óiganme pueblo, no se dejen *engañar* / El cese al fuego es *bilateral* / Pero si el falso positivo y la masacre siguen igual, entonces ¿quien carajos está actuando *mal*? (Paz, 2014)

La estrofa termina con una escena visceral sacada de otro video de YouTube: un miembro de la policía antimotines de Colombia ataviado como un RoboCop con

su equipo protector, ataca a un manifestante a quemarropa con lo que parece ser una lata de gas lacrimógeno y después ignora y se aleja de su víctima como si no hubiera pasado nada (Figura 9). La letra arriba citada se refiere de manera sucinta al hecho de que, durante largos tramos de las negociaciones, las FARC declararon un cese al fuego unilateral, mientras que el presidente Juan Manuel Santos se negaba a corresponder plenamente al mismo, reduciendo las ofensivas militares pero deteniendo la declaratoria de un cese al fuego bilateral hasta los últimos meses de la negociación.<sup>17</sup> Las rimas rítmicas entrelazan la crítica mediática con una acusación al Estado por sus notorios asesinatos extrajudiciales conocidos como falsos positivos, así como por su complicidad con las masacres llevadas a cabo por los paramilitares.<sup>18</sup>



**Figura 9** Canción de hip hop latino de las FARC con Cuentas Claras

*Fuente:* captura de pantalla (Paz, 2014).

Las FARC (2015b) calificó la experiencia de hacer el video con Cuentas Claras como un agradable proceso para aprender el uno del otro. El contraste entre los dos videos de las FARC ilustra dramáticamente la curva de aprendizaje del grupo. Aun cuando los dos mensajes se traslapan, los videos suscitan sensaciones muy

17 Esta asimetría es una expresión de una correlación de fuerzas desigual en el campo de batalla que se tradujo en la mesa de negociación.

18 Sobre el escándalo de los falsos positivos, véase Human Rights Watch (2015). La literatura sobre el paramilitarismo en Colombia es muy amplia, pero recomiendo el trabajo de Mauricio Romero (2000), especialmente “Changing Identities and Contested Settings”.

diferentes. El primer video refuerza la imagen de las FARC anacrónicas, arraigadas a una era previa y mal preparadas para vincularse a una diplomacia seria (las FARC habían sido ampliamente criticadas por negociar de mala fe durante las negociaciones previas llevadas a cabo entre 1999 y 2002). El segundo video muestra a las FARC modernas, expertas en medios y listas para articularse a las formas contemporáneas de hacer política, las cuales funcionan en la intersección con la industria cultural.<sup>19</sup> Las palabras de Marín, el jefe de propaganda de la delegación de paz de las FARC, expresan que “estamos absolutamente seguros de que en el siglo XXI no se hace política sin impactar los medios de comunicación y las redes sociales” (Entrevista personal, 16 de marzo de 2016).

El diseño, ya sea de una mezcla de sonido o de *motion graphic*, es un indicador clave del replanteamiento estratégico de las FARC dentro de la ecología mediática más amplia. Al observar la evolución del noticiero informativo de las FARC a lo largo de las negociaciones, se hace evidente la creciente sofisticación de las artes gráficas del programa, que se parece cada vez más al estilo de CNN en su presentación. Compare el diseño de las dos gráficas del mismo texto que se presentan abajo, la primera del programa, número 1 (Figura 10), y la segunda del *Informativo Insurgente*, número 56 (Figura 11).



**Figura 10** Captura de pantalla del *Informativo Insurgente*, número 1

*Fuente:* [En línea:] [https://www.youtube.com/watch?v=WZfnFwULcLI&list=PLWgkL4QX1dO4UpyXdphgyVsJL15v\\_i0B7W&index=1](https://www.youtube.com/watch?v=WZfnFwULcLI&list=PLWgkL4QX1dO4UpyXdphgyVsJL15v_i0B7W&index=1).

19 Omar Rincón (2006), teórico colombiano sobre medios de comunicación, ha escrito convincentemente sobre cómo en Colombia las narrativas mediáticas han servido para distraer de la miseria causada por el conflicto interno y cómo las narrativas del conflicto existen en relación dialógica con la sociedad del espectáculo y su impulso de entretener a través de la distracción.



**Figura 11** Captura de pantalla del *Informativo Insurgente*, número 56

*Fuente:* [En línea:] <https://www.youtube.com/watch?v=3CXkWfmkvqQ>.

Las líneas rojas subidas de tono y las plataformas azules flotantes abandonan la austeridad de la gráfica inicial, y esto no es cosa menor. La austeridad ha sido un sello distintivo de la estética y el discurso de las FARC. Cuando en enero de 1999 el comandante y cofundador de las FARC Manuel Marulanda dejó al presidente Andrés Pastrana plantado en una tarima en la apertura de las negociaciones de paz en San Vicente del Caguán en el sur de Colombia, delegó a otro guerrillero para que leyera un discurso en nombre suyo. En ese discurso, Marulanda reprendió al gobierno por robarles vacas, gallinas y cerdos de la tierra controlada autónomamente por campesinos activistas en 1964. Los medios masivos de comunicación colombianos se colgaron de esta declaración como prueba de que las FARC eran un dinosaurio de una era anterior que de algún modo había persistido. Ahora las FARC valora, si no fetichiza, la estética de la producción de alta tecnología. En nuestra conversación, Marín expresó admiración por la calidad de la producción de RCN y Caracol en Colombia (sus enemigos ideológicos), y reflexionó sobre la alternativa a CNN, el TeleSur venezolano:

El éxito de TeleSur fue que logró producir una televisión que en su contenido choca de frente con su competidor inmediato, que es CNN, y logró robarle audiencia. CNN tiene toda su parafernalia de muy alta calidad en términos técnicos y con corresponsales en todo el mundo, ¿cierto?, que transmiten las noticias en directo, con un set de grabación que llaman la atención; es decir, esto es un problema de expertos. Se supone que en ese mar de productos audiovisuales que hay, yo tengo que tratar de captar la atención del

televidente. Si yo sólo tengo contenido, pero no le doy a eso una forma atractiva, voy a tener un público muy reducido: el grupo de los revolucionarios militantes de toda la vida. (Entrevista personal, 16 de marzo de 2016)

En consecuencia, las operaciones mediáticas de las FARC han resultado pareciéndose a aquellas de RCN y Caracol, las dos programadoras corporativas en Colombia cuyas emisoras de televisión y radio ostentan un virtual duopolio sobre los medios masivos de comunicación, haciendo eco estilístico de CNN. El cambio no ha sucedido sin contar con el rechazo de algunos de los seguidores de línea dura de las FARC. Tengamos en cuenta el comentario de Pepe, usuario de YouTube, debajo del *Informativo Insurgente*, número 55: “El nuevo episodio del *Informativo Insurgente* se parece al del gobierno Santos, me parece horrible... El nivel está en caída”.<sup>20</sup>

En la reconceptualizada operación mediática de las FARC, vemos un esfuerzo concertado de ampliar su audiencia, a lo cual Marín se refirió enfáticamente en nuestra conversación:

El noticiero de la delegación de las FARC no es un producto para los guerrilleros, ni para la delegación de paz [de las FARC], ni para los guerrilleros en los campamentos en Colombia. Es un producto que trata de impactar sectores de la opinión pública que nunca han tenido nada que ver con las FARC, que no son comunistas, que no son militantes, que no son revolucionarios. (Entrevista personal, 16 de marzo de 2016)

Marín detalló la habilidad de las FARC para acopiar estudios de mercado y opiniones de practicantes de mercadeo de alta gama en el norte de Bogotá. Enfatizó que desde los ochentas, las FARC han estado atentas a la urbanización de Colombia. Sus milicias urbanas, tales como el Movimiento Bolivariano y el Partido Comunista Clandestino de Colombia, no sólo ayudan con logística e inteligencia, sino que también mantienen al grupo en contacto con la vida ciudadana, conexiones que a menudo son pasadas por alto en el afán de caracterizar a las FARC como una guerrilla rural, caracterización que Marín describió como “una verdad relativa”. Me habló también de la disposición que tenían las FARC para pagarle a un militante urbano estudios de maestría especializada en el tema de redes sociales, de militantes que llevaban copias del *Informativo Insurgente* a firmas de mercadeo de alta gama en el norte de Bogotá para recibir retroalimentación, investigación que terminó en la decisión de dirigirse a una audiencia específica compuesta de la clase media urbana en un rango de edad de 25 a 35 años.<sup>21</sup> Marín explicó por qué:

---

20 Este video de YouTube ya no se encuentra en línea.

21 El uso del Internet por parte de las FARC para influir a públicos urbanos en Colombia no está exento de antecedentes. Para una reflexión analítica sobre el uso del Internet a lo largo del tiempo por parte de las FARC, véase Trejos (2012).

Estamos claros que nosotros por ahora tenemos un público muy concreto, que es particularmente jóvenes urbanos de clase media, de 25 a 35 años. Ese es un público que no es despreciable, porque en el contexto latinoamericano si tú te echas al bolsillo la juventud urbana de clase media, tienes la mitad de la revolución resuelta, por lo menos a nivel de los cuadros que van a dirigir ese proceso. O sea, dotas a ese movimiento popular de un conjunto de hombres y mujeres que tienen la suficiente capacitación técnico-científica para echarse al hombro un proceso histórico. Porque una cosa es hacer una revolución partiendo de los que llegamos sin saber leer y escribir, y otra cosa es hablarle al público urbano por medio de la gente que es de allá. Nadie mejor para que les hable en sus palabras, con sus términos, con sus categorías, con su estética. (Entrevista personal, 16 de marzo de 2016)

Tomando en cuenta esta y otras consideraciones, las FARC cambiaron el nombre de su noticiero de *Informativo Insurgente* a *Noticias Nueva Colombia*.

### La desmilitarización del discurso de las FARC

En el transcurso de las negociaciones, las FARC estratégicamente desradicalizó su discurso. Lo que discutí en la sección previa –la convergencia técnica-semiótica con formas mediáticas hegemónicas– tales como los gráficos dinámicos, el uso de tabletas por los presentadores y el micrófono etiquetado con el nombre del noticiero, corresponde con la desmilitarización del discurso del grupo. Tomemos, por ejemplo, el cambio en el eslogan del noticiero informativo. Cuando las FARC cambiaron el nombre del noticiero a *Noticias Nueva Colombia*, también alteraron su slogan de “Rompiendo el Cerco Mediático” a uno menos desafiante, como fue “Informando para la Paz”.

Le pregunté a Marín sobre la lógica detrás de estos cambios, a lo cual respondió sin ninguna vacilación: “para hacerlo [al programa] más inclusivo”, y continuó dando una explicación más larga:

La palabra ‘insurgencia’ en la opinión pública colombiana limita bastante y nosotros lo hemos notado. Tenemos una página, bueno, dos consolidadas, dos perfiles: nuestro perfil de Twitter y nuestro perfil de Facebook. Uno tiene que partir de una realidad: la gente tiene temor a acercarse a nosotros. No tanto por nosotros mismos, sino por las represalias que contra ellos pueda desencadenar el Estado colombiano. La gente piensa que pueden llegar a ser víctimas en caso de acercarse a nosotros. Es distinto que yo comparta en Facebook una noticia que publica un medio que se llama *Nueva Colombia Noticias*, que compartir en Facebook algo que publica la Delegación de Paz de las FARC-EP o un medio que se llama *Informativo Insurgente*; es más fácil propagar, (Entrevista personal, 16 de marzo de 2016)

Percibiendo la naturaleza estratégica de la “compartibilidad”, las FARC se han adaptado como corresponde. Esto no quiere decir que las FARC no extiendan su crítica marxista a las compañías que crean sitios de redes sociales, sino que deciden suspender esta crítica. Posteriormente en nuestra entrevista, Marín manifestó que “nosotros no somos ingenuos, sabemos exactamente a qué intereses obedecen

esas plataformas. Pero bueno, ahí está la oportunidad y la hemos tratado de aprovechar” (Entrevista personal, 16 de marzo de 2016). La relativa horizontalidad de las redes sociales y la promesa de una difusión viral, les ofrece a las FARC su ruta más accesible para alcanzar a otros públicos o, en el argot combativo del *Informativo Insurgente*, un medio para romper el cerco mediático. Al aprovechar las herramientas a su alcance y estratégicamente bajar el tono de su discurso, las FARC han empezado muy gradualmente a sentar las bases para ganar terreno en la esfera pública. Sin embargo, su estrategia más amplia de ninguna manera es exclusivamente relacionada con la Internet, como lo explica Marín:

No somos ingenuos, porque este noticiero no nació pensando que iba a competir con RCN y Caracol, ni tampoco creemos que en el futuro inmediato vaya a surgir en Colombia un medio alternativo que compita con ellos. Esa es otra pelea que habrá que ganar los periodistas alternativos. Colombia necesita otra televisión, otros medios de comunicación distintos a los mismos conglomerados que se dedican a intoxicar a la opinión pública todos los días con sus mentiras. Pero eso a mediano plazo puede que se dé. No va a ser mañana ni dentro de tres meses... Lo que sí puede hacer el movimiento popular en Colombia, sería generar lo que en América Latina se ha llamado una guerra comunicacional o una guerrilla comunicacional. Es decir, si yo no puedo tener un gran canal, sí puedo tener 10.000 pequeños canales; si yo no puedo tener una gran emisora de radio, sí puedo tener 10.000 emisoras de radio. (Entrevista personal, 16 de marzo de 2016)

En este período transicional de las negociaciones en La Habana y de la implementación del acuerdo de paz de 2016, las FARC están adaptando su experiencia de la guerra de guerrillas al debate mediático. Así como en la guerra de guerrillas, está en juego una táctica de mimesis, cada lado inmerso en un estudio intensivo del otro y una dialógica vinculación con este. La mimesis táctica y semiótica que estoy documentando, no son sino una expresión de la convergencia de los medios alternativos y discrepantes con los medios convencionales que dominan en Colombia, un fenómeno articulado con la búsqueda de las FARC de su legitimación política. La operación mediática de las FARC basada en Cuba fue un experimento intensivo de cómo conseguir legitimidad política a través de un performance de legitimidad mediática. El grupo, aun públicamente radical, ha modulado su tono y en la guerra de propaganda ha asumido la *forma* de su adversario.

Para representarse a sí mismos como un actor político, las FARC deben compensar por los déficits históricos que derivan de las prácticas más inhumanas del grupo, tales como el secuestro y el reclutamiento de menores, y también por las permanentes campañas mediáticas del gobierno. En este sentido, Marín reconoció que “hemos tenido derrotas propagandísticas como el hecho de que el enemigo haya logrado deshumanizarnos ante la opinión, que haya logrado generar la matriz de que nosotros somos terroristas, asesinos, delincuentes, narcotraficantes” (Entrevista personal, 16 de marzo de 2016).

Al gobierno le conviene que las FARC acumulen siquiera un mínimo grado de legitimidad política no amenazante para prevenir la posibilidad de que los líderes o las facciones disidentes se desenganchen y vuelvan a movilizarse bajo un nombre diferente. El punto dos del acuerdo de paz sobre participación política, aborda el asunto e incluye medidas para democratizar los medios de comunicación. La sección 2.2.3 del acuerdo, “Participación ciudadana a través de medios de comunicación comunitarios, institucionales y regionales”, establece disposiciones para

- Abrir espacios en las emisoras y canales institucionales y regionales destinados a la divulgación del trabajo de las organizaciones y movimientos sociales;
- Promover la democratización de la información y del uso del espectro electromagnético disponible;
- Promover la formación y capacitación de comunicadores comunitarios;
- Financiar la producción y divulgación de contenidos orientados a fomentar una cultura de Paz.<sup>22</sup>

Esta subsección del acuerdo reconoce que una participación política significativa depende de una ecología mediática democratizada. En otras palabras, la participación política de la izquierda radical históricamente excluida, así como de otras poblaciones marginadas, depende de la apertura del espacio mediático a posiciones no hegemónicas.

En términos gramscianos, estas transformaciones en la prolongada guerra propagandística señalan una transformación que el teórico italiano marxista ha llamado una transición de la “guerra de movimientos” a la “guerra de posiciones”. Gramsci (1971) definió la guerra de posiciones como las maniobras por parte de los intelectuales, tanto orgánicos como tradicionales, para fijar o alterar el marco hegemónico. Mientras que la guerra de movimientos depende de instrumentos contundentes como los movimientos de brigadas o de paros generales, la guerra de posiciones depende de la producción cultural e intelectual (Gramsci, 1971: 88, 229-232, 238-239). Al enfrentarse a la tendencia mediática en vez de simplemente criticarla o desestimarla, las FARC se han posicionado como un público dentro de la esfera pública, en contraposición a un contrapúblico actuando desde una posición de exclusión.<sup>23</sup>

22 Para detalles sobre esta y otras disposiciones para la democratización de los medios y contra su forma oligopólica, véase página 46 del acuerdo de paz final (Gobierno Colombiano & FARC, 2016).

23 En el lenguaje arcano de los estudiosos de la esfera pública, podríamos decir que las FARC ha cambiado de ser un contrapúblico, según la definición de Michael Warner (2002), a un espacio

Tal como la reciente acogida por parte de los Zapatistas de la política electoral a nivel nacional, el cambio de las FARC hacia la política nacional es un importante recordatorio de que tales categorías analíticas como público y contrapúblico deben usarse de maneras que den cuenta de su fluidez. El experimento de las FARC con su programa de noticias en Internet ha sido un paso hacia el centro desde las márgenes, una apuesta para entrar a un concurso dialógico directo con el aparato ideológico de los medios corporativos y la infraestructura estatal de relaciones públicas. En otro texto, analizo la curiosa acogida por parte de las FARC de las tácticas propias de la industria cultural; por ejemplo, en septiembre de 2016 sostuvieron una conferencia guerrillera de seis días en la que aprobaron el acuerdo de paz entre sus filas (Fattal, 2018). Además, organizaron un evento masivo semejante a Woodstock y lo pusieron en escena para los medios de comunicación. No obstante, en este artículo me he enfocado en cómo las FARC se han adaptado a una guerra de posiciones que se desenvuelve cada vez más en línea.

Dentro de la literatura académica de lo digital como un conductor tanto de la convergencia como de la disyunción, esta es una historia de convergencia. Las FARC han existido en las zonas grises de la libertad de expresión en la era de la Internet. La censura del contenido fariano es con frecuencia resultado de los términos de servicio y códigos de conducta de las redes sociales vigilados por las violaciones reportadas por los usuarios, un régimen legal que se entrecruza con determinaciones políticas, por ejemplo, cuando un grupo es calificado de organización terrorista. A través de una ofensiva polifacética, el gobierno colombiano y sus aliados pueden orquestar oleadas de furia y solicitudes para el retiro del contenido usando presión técnico-judicial que comprende bots, inteligencia artificial y otros modos de disrupción digital.<sup>24</sup> Según Boris, una figura central del equipo mediático de las FARC, la plataforma digital del grupo recibe “dos, tres o cuatro ataques diarios”. Él admite la desventaja de las FARC:

La teoría también desde el inicio, ensayo y error, ensayo y error. Nos dan y [pensamos] “¿por qué entran? [a nuestras sistemas]”. Tire números y tratar de ser más ágiles que ellos. Eso es como en el campo militar, ¿no?, nos pueden dar al principio, pero después miramos en qué estamos fallando. Toca corregir, toca arreglar y claro, cuando vuelven a atacar ya

---

“contrapúblico subalterno” (Fraser, 1990), en cuanto a que el término de Fraser conlleva connotaciones relativamente reformistas. Vale la pena leer el viraje de las FARC hacia la política sin armas y la constitución como la creación de un contrapúblico legal, conjuntamente con la historia del Zapatismo y de su proceso gradual de convertir sus armas en una irrelevancia de cara a otras formas de lucha sociales y mediadas. Especialmente estimulante en el contexto de esta comparación es el artículo de Johnston (2000).

24 Para ver cómo la derecha ha usado estas tácticas en Latinoamérica, ver Robertson, Riley, and Willis (2016).

uno ya está. “Ah, va a ser así”, entonces empieza uno a moverse, lo que nosotros decimos: guerra de guerrillas, pero esta vez virtual. (FARC, 2015a)

En la medida en que la guerra de guerrillas transita hacia la guerra de posiciones, en este caso una batalla política por legitimidad, hereda la densidad, intensidad y patrones tácticos de los 53 años de confrontación armada que precedieron la coyuntura actual. Lo que se ve en el horizonte es una convergencia de política y guerra, tanto irregular como impredecible, que puede ser mejor concebida como una larga batalla para determinar qué han significado todas las batallas anteriores, un ciclo recurrente que un día Colombia necesitará superar.

### Referencias bibliográficas

- Botero, Jorge Enrique (2014). *Las siete vidas de Tanja Nijmeijer*. Oceano Sur, La Habana.
- Castañeda, Jorge (2013). *Utopía unarmed: The Latin American Left after the Cold War*. Vintage Books, Nueva York.
- Coleman, Gabriella (2015). *Hacker, Hoaxer, Whistleblower, Spy: The Many Faces of Anonymous*. Verso, Londres.
- Fattal, Alexander (2014). “Hostile Remixes on YouTube: A New Constraint on Pro-FARC Counterpublics in Colombia”. En: *American Ethnologist*, vol. 41, N.º 2, pp. 320-335.
- Fattal, Alexander (2018). *Guerrilla Marketing: Counterinsurgency, Capitalism, and the Demobilization of FARC Rebels in Colombia*. University of Chicago Press, Chicago.
- Foucault, Michel (2003). *Society Must be Defended*. Picador, Nueva York.
- Fraser, Nancy (1990). “Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy”. En: *Social Text*, N.º 25/26, pp. 56–80.
- Freud, Sigmund (2003). *The Uncanny*. Penguin, Nueva York.
- Gramsci, Antonio (1971). *Selections from the Prison Notebooks*. International Publishers, Nueva York.
- Johnston, José (2000). “Pedagogical Guerrillas, Armed Democrats, and Revolutionary Counterpublics: Examining Paradox in the Zapatista Uprising in Chiapas Mexico”. En: *Theory and Society*, N.º 29, pp. 463-505.
- Karl, Robert (2017). *Forgotten Peace: Reform, Violence, and the Making of Contemporary Colombia*. University of California Press, Berkeley.
- Lepore, Jill (1999). *The Name of War: King Phillip’s War and the Origins of American Identity*. Knopf, Nueva York.
- López de la Roche, Fabio (2014). *Las ficciones del poder: Patriotismo, medios de comunicación y reorientación afectiva de los colombianos bajo Uribe Vélez (2002–2010)*. Random House, Bogotá.
- Pizarro Leongómez, Eduardo (2011). *Las FARC (1949–2011): de guerrilla campesina a máquina de guerra*. Norma, Bogotá.
- Rincón, Omar (2006). *Narrativas mediáticas: O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Editorial Gedisa, Barcelona.
- Roldán, Mary. (s. f.). *Broadcast Nation: Radio, Culture, and Politics in Colombia*. Manuscrito sin publicar.

- Romero, Mauricio (2000). "Changing Identities and Contested Settings: Regional Elites and the Paramilitaries In Colombia". En: *International Journal of Politics, Culture, and Society*, N.º 14, pp. 51–69.
- Tate, Winifred (2015). *Drugs, Thugs, and Diplomats: U.S. Policymaking in Colombia*. Stanford University Press, Stanford.
- Trejos, Luis Fernando (2012). "Uso de la Internet por parte de las FARC-EP: Nuevo escenario de confrontación o último espacio de difusión política". En: *Revista Encrucijada Americana*, vol. 5, N.º 1, pp. 25–50.
- Villamizar Herrera, Darío (2017). *Las guerrillas en Colombia: una historia desde los orígenes hasta los confines*. Random House, Bogotá.
- Warner, Michael (2002). *Publics and Counterpublics*. Zone Books, Nueva York.

### **Referencias electrónicas**

- Cuentas Claras (2017). El rap de Cuba. [En línea:] <https://soundcloud.com/rap-cuentas-claras>. (Consultado el 26 de noviembre de 2018).
- Díaz, Wilson (2002). *Los rebeldes del sur*. [En línea:]. <https://www.youtube.com/watch?v=8hKQLLawcw>. (Consultado el 26 de noviembre de 2018).
- El Espectador (8 de abril de 2014). "El Bogotazo según Fidel Castro. [En línea:] <http://www.elespectador.com/noticias/bogota/el-bogotazo-segun-fidel-castro-articulo-485781>. (Consultado el 26 de noviembre de 2018).
- FARC (2009). *Un juicio contra el "terrorismo" en Dinamarca*. [En línea:] <https://www.resistencia-colombia.org/index.php/farc-ep/articulos/620-un-juicio-contra-el-terrorismo-en-dinamarca>. (Consultado el 20 de noviembre de 2016).<sup>25</sup>
- FARC (2015a). *Insurgencia por la paz* [En línea:] <https://www.youtube.com/watch?v=FKn0U5RMmSM>. (Consultado el 3 de diciembre de 2018).
- FARC (2015b). *Música, cultura, y paz*. [En línea:] <http://resistencia-colombia.org/index.php/farc-ep/cultura-fariana/música>. (Consultado el 26 de noviembre de 2018).
- Fattal, Alexander (2016). *Interview with alias Sergio Marín, leader of the commission for propaganda and communication in the FARC's peace delegation and commander of the Antonio Nariño Front* (C. Gavignet, Trans.). [En línea:] [http://www.academia.edu/31226866/Interview\\_with\\_alias\\_Sergio\\_Mar%C3%ADn\\_leader\\_of\\_the\\_commission\\_for\\_propaganda\\_and\\_communication\\_in\\_the\\_FARCs\\_Peace\\_Delegation\\_and\\_commander\\_of\\_the\\_Antonio\\_Nari%C3%B1o\\_Front](http://www.academia.edu/31226866/Interview_with_alias_Sergio_Mar%C3%ADn_leader_of_the_commission_for_propaganda_and_communication_in_the_FARCs_Peace_Delegation_and_commander_of_the_Antonio_Nari%C3%B1o_Front). (Consultado el 26 de noviembre de 2018).
- Gobierno de Colombia y FARC (2016). *Acuerdo final para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera*. [En línea:] <http://www.altocomisionadoparalapaz.gov.co/procesos-y-conversaciones/Documentos%20compartidos/24-11-2016NuevoAcuerdoFinal.pdf>. (Consultado el 26 de noviembre de 2018).
- Gordillo, Claudia y Federico, Bruno (2013). *Apuntando al corazón* [En línea:]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=LbuXjhEDUYY>. (Consultado el 3 de diciembre de 2018).

---

25 Los enlaces de las fuentes de las FARC son generalmente esporádicos, pero generalmente vuelven a resurgir después de un par de meses.

- Human Rights Watch (2015). *Colombian top brass linked to extrajudicial killings*. [En línea:] <https://www.hrw.org/news/2015/06/24/colombia-top-brass-linked-extrajudicial-executions>. (Consultado el 3 de diciembre de 2018).
- Paz, Manuel (2013). *Nos vamos pa La Habana Música*. [En línea:] <https://www.youtube.com/watch?v=QzfiCl6Rxaw>. (Consultado el 3 de diciembre de 2018).
- Paz, Manuel (2014). *FARC-EP lanzan nueva canción de RAP con grupo “Cuentas Claras” #YoApoyoLosDialogos*. [En línea:] <https://www.youtube.com/watch?v=uwvF-58ZgkY>. (Consultado el 3 de diciembre de 2018).
- Robertson, Jordan, Riley, Michael, & Willis, Andrew (2016). “How to Hack an Election”. En: *Bloomberg Businessweek*. [En línea:] <https://www.bloomberg.com/features/2016-how-to-hack-an-election/>. (Consultado el 3 de diciembre de 2018).
- Yamhure, Ernesto (12 de septiembre de 2008). Hay algo podrido en Dinamarca. En: *El Espectador*. [En línea:] <http://www.elespectador.com/opinion/columnistasdelimpreso/ernesto-yamhure/columna-hay-algo-podrido-dinamarca>. (Consultado el 3 de diciembre de 2018).