Cada semana los guerrilleros presentan avances de la Mesa de Conversaciones en un noticiero hecho para sus tropas en Colombia. ¿Propaganda o primeros pinos en periodismo?

Dos años después de haberse instalado la Mesa de Conversaciones entre el gobierno y las Farc en La Habana, ese grupo insurgente se aventuró a producir su propio noticiero para contarle a los guerrilleros en qué van los diálogos y romper, como ellos dicen "el cerco mediático". Hasta el momento han emitido 22 noticieros con tiempos variables, que van desde los 9 minutos hasta los 30 minutos, aprovechando la flexibilidad que ofrece el Internet.

El 'Informativo Insurgente' se difunde por Internet y lo presentan 'Boris Guevara' y 'Alexandra Nariño' (la holandesa Tanja Nijmeijer). El año pasado ambos se pararon frente al Palacio de Convenciones de La Habana para transmitir durante nueve minutos, subieron el video a su canal de YouTube y hoy, ocho meses después, esa primera emisión ha sido vista por casi 25.000 personas, de acuerdo con las estadísticas que arroja el sistema.

"Las Farc descubrieron en el noticiero una gran herramienta para expresarse y detectaron que antes no tenían repercusión y ahora sí", afirma Jorge Enrique Botero, un periodista que ha producido varios documentales y libros sobre este grupo insurgente.

Las Farc no han estado ajenas al desarrollo de las comunicaciones ni a los nuevos formatos. Sus bloques y frentes cuentan con páginas en Internet y esa experiencia fue llevada a La Habana, desde donde crearon su propio portal dedicado a los diálogos, acompañado de una fuerte estrategia de redes sociales, particularmente Facebook y Twitter.

Mientras que las ruedas de prensa que montan a su canal en YouTube tienen 100, 200 y hasta 600 visitas, la emisión más vista del noticiero ha llegado a 53 mil usuarios. Este fue el especial sobre la liberación del general Rubén Darío Alzate, secuestrado junto a dos personas más en las selvas del Chocó el 16 de noviembre de 2014, donde se mostró por primera vez la foto del abrazo entre el militar y alias 'Pástor Álape', miembro de la delegación de las Farc en Cuba, que viajó al país a ponerse al frente del protocolo de liberación.

En YouTube ya tienen 2.222 mil suscriptores. Para tener un punto de referencia, la Oficina del Alto Comisionado para la Paz tiene 135, y medios masivos como El Tiempo y Semana superan los 17 mil. En su canal no solo publican el noticiero sino otros programas como Mesa Redonda, Memoriando, La Pura Verdad y Especiales.

A pesar de las cifras, que pueden considerarse satisfactorias para un canal como éste, Botero apunta que el noticiero “no está siendo efectivo en la medida que no le llega a la misma cantidad de gente que los de Claudia Gurisatti, pero sí lo es al ir más allá de su página de internet”.

Por el contrario, el profesor Jorge Bonilla, investigador sobre medios de comunicación y profesor de la Universidad Eafit cree que este informativo todavía no supera la audiencia afín a sus ideologías y no llega a la opinión masiva porque las Farc todavía tratan la información como propaganda. “Han utilizado un modo de interpelar a la opinión muy torpe pues para los guerreros la información es un recurso estratégico que debe ser difundida de manera calculada y táctica”. (Lea un análisis que contrasta al comandante Marcos con Marulanda en términos mediáticos).

El concepto de propaganda expuesto por Bonilla se observa fácilmente en las distintas emisiones del noticiero: en sus notas la voz de los que intervienen como fuentes son los jefes de ese grupo. Solo en las primeras emisiones se atrevieron a hablar con civiles que participaron en la Mesa y no hacían parte de la estructura guerrillera.

Por su pantalla han pasado temas como los viajes de las víctimas a la isla, la liberación de los soldados en Arauca durante el rompimiento de los diálogos, las treguas decretadas unilateralmente, el escalamiento de la guerra, el delito político, la justicia transicional, el desminado y la creación de la Comisión de la Verdad.

Siete guerrilleros están al frente de la producción, realización y emisión del noticiero, que se ha venido desarrollando estéticamente a medida que pasa el tiempo y equilibrado en sus tiempos de emisión. Al principio iba cada tres días, después pasó a realizarse al final de cada ciclo de conversaciones; y desde marzo empezó a difundirse en español cada domingo y una versión subtitulada en inglés todos los lunes. También cambiaron el nombre del noticiero, renovaron el cabezote, reemplazaron los micrófonos de mano por los de solapa, empezaron a leer en tablets y en telepronters; y a emitir desde un estudio de manera más profesional.

Hay tres secciones además de las ´noticias´. Una para mostrar lo que se comenta en las redes sociales, otra de recomendados y la llamada “miedos de información”, donde critican a los medios nacionales e internacionales sobre lo que publican en relación a las Farc y el proceso de paz.

Botero, quien ha sido testigo de la elaboración del noticiero piensa otra cosa. “Es hecho con las uñas, de una manera muy artesanal y es eso lo que lo hace admirable”, señala. Según él,

es un producto decoroso desde lo visual, lo auditivo y lo técnico, que han aprendido a manejar, al publicar primicias que los conviertan en un referente obligatorio de otros medios de comunicación. Bonilla, en cambio, cree que ellos “intentan hacer algo clásico que les queda mal hecho” y que a pesar de que pierden cierta credibilidad por fallas técnicas y estéticas, considera que “es un paso fundamental de las Farc” dado que muestra un interés en comunicarse con el país, a su manera.

En cualquier caso, ambos analistas coinciden que esta experiencia mediática es el primer paso para que las Farc, luego de una eventual firma de un acuerdo, entren al mundo de los medios masivos. No sería la primera vez que una guerrilla tiene un noticiero luego de un proceso de paz. El M19 obtuvo una licencia para uno, AmPm, que contó con una planta de periodistas independientes como Germán Castro Caycedo y Antonio Morales, entre otros.

¿Aspiran las Farc a algo similar? Botero cree que la guerrilla sólo necesita las capacidades tecnológicas para competir con los medios masivos. Bonilla, en cambio, duda que tengan la capacidad de comunicarse mejor si mantienen el lenguaje de la propaganda. Algo que seguramente no harán mientras sigan en guerra.

Los acuerdos de La Habana hasta ahora solo han mencionado a los medios de comunicación en el punto dos, sobre participación política, en referencia la necesidad de democratizar el acceso a la radio y la televisión en los territorios, como una garantía de pluralismo (acuerdo de participación política). De un noticiero para las Farc, cuando estén sin armas, hasta ahora no se ha dicho nada.

http://www.verdadabierta.com/procesos-de-paz/farc/5837-las-farc-y-su-noticiero-de-internet