

<b>20 de agosto de 2015</b>		<b>CT-GE/ GA</b>	<b>P03-</b>
-----------------------------	--	------------------	-------------

**...Y tú ¿qué piensas de las FARC?**

**Agosto 20, 2015**

**Por: [Boris Guevara, integrante de la Delegación de Paz de las FARC-EP](#)**

Algunos dicen que usar la palabra “propaganda” ofende, que está pasada de moda y que es mejor decir estrategia comunicacional. Otros, más modestos, le llaman publicidad. Tenga el nombre que tenga, se ha convertido en una profesión clave para el éxito de cualquier proyecto, independientemente de color, religión y, aún más, de política. Es lo único en lo que probablemente todos se pondrían de acuerdo.

Por estos días en la agencia de noticias RT (Rusia Today) me llamó la atención un video de la Marina china, en el que invitan a los ciudadanos chinos a incorporarse a dicho cuerpo militar. Aunque los recursos visuales son muy parecidos a las típicas producciones de Hollywood, tienen una notada intencionalidad de describir a los combatientes como hombres comunes y corrientes, más humanos. Contrasta con la imagen de los despiadados chinos que pintan en la publicidad norteamericana y occidental en general:

Es curioso encontrar este tipo de videos, especialmente para los que vivimos en Latinoamérica, ya que la imagen que nos muestran de China es la un régimen terrible, donde la gente vive prácticamente en una cárcel gigante. En Colombia, la imagen de China es la de las típicas películas gringas de guerra, en las cuales ya sabemos quienes son los malos antes de iniciarla. (Solo basta con poner primero la palabra “China prohíbe” en el buscador de Google y luego “Estados Unidos prohíbe”. Saca tus propias conclusiones...)

Los Estados Unidos son maestros en el arte de la propaganda. Y como maestros del arte del engaño, se camuflan en valores humanos que nadie discute, como defender la libertad o el patriotismo, para matizar y ocultar los verdaderos intereses que los motivan.

Los maestros dejan alumnos y es el caso de ISIS, otro ejemplo de propaganda aplicada en una guerra. ISIS, como bien se sabe, fue financiado y entrenado por la CIA según información publicada por [WikiLeaks](#); ellos aprendieron las técnicas y tácticas de la guerra psicológica que ahora implementan en la guerra irregular aplicada a su causa.

Este es uno de los tantos tráilers dedicados a justificar su lucha, es una pieza audiovisual de un documental llamado “Las llamas de la guerra” (Flames of war). Efectos especiales, colores, sonidos etc... nada que envidiarle a una buena película de ficción, a diferencia de que esta no es ficción: es la vida real.

También tienen videos de reclutamiento, entrenamiento, acciones de guerra y documentales entre otros, que muestran una realidad - la de ISIS - totalmente opuesta a la mostrada por los medios occidentales. Según especialistas, a ISIS le llueven ingresos y sus devotos van en aumento en diferentes partes del mundo. Me pregunto: ¿Cómo puede una organización que vende el terror tener éxito? Y me imagino ¿qué imagen tendrán de

<b>20 de agosto de 2015</b>		<b>CT-GE/ GA</b>	<b>P03-</b>
-----------------------------	--	------------------	-------------

las FARC en estas lejanas tierras? ¿Será que nos ven de la misma manera en que nosotros percibimos a ISIS?

El que tenga el poder de comunicar las diferentes realidades, tiene también el poder de interpretar, acomodar, e imponerle al mundo, la visión más adecuada a sus intereses. Los medios de comunicación tienen el poder de la palabra.

Ahora bien, aterrizando en suelo patrio, es interesante ver cómo ocurre exactamente lo mismo en un pequeño país como Colombia, donde dos realidades, estando tan cerca geográficamente, se desconozcan. Me atrevería a decir que en Colombia, la mayoría de los ciudadanos tienen impresa la idea FARC = ISIS en sus cerebros. Las dos realidades pasan por el mismo filtro: los medios de comunicación.

La estrategia comunicacional desarrollada por el Ejército Nacional es la misma: solo es aplicada a realidades criollas. Objetivo: humanizar al soldado, convertirlo en héroe, crear aceptación en la población, justificar su accionar militar, eliminar al contrario, en este caso a los colombianos de mala fe: las FARC.

Un día, [Jose Miguel Sokoloff](#) , Presidente del Consejo Creativo de Mullen Lowe Group y Socio de Lowe SSP3 Colombia, es abordado por el Ejército Colombiano con la idea que les diseñara una estrategia publicitaria que lograra la desmovilización en masa de guerrilleros de las FARC. Aquí una charla sobre el asunto en un prestigioso evento, a propósito en perfecto inglés:

Con un estilo evidentemente sesgado y contrainsurgente, el señor Sokoloff ignora por completo las causas de la guerra en Colombia y se dedica a explicar lo que le interesa: ¿Cómo lograron desmovilizar guerrilleros y cuántos desmovilizaron? Nadie ahí cuestiona la necesidad o la utilidad de la desmovilización en sí. Observo al público y sigo preguntando ¿Qué pensarán estas personas que están escuchando la charla del señor Sokoloff sobre las FARC? ¿Distinguirán entre ISIS y FARC? ¿Tendrán alguna visión clara de las FARC? Seguramente, no.

Las realidades o las perspectivas que nos venden muchas veces desdibujan las personas, borran causas y crean prejuicios sin conocer. Como nadie está en capacidad de conocer miles de realidades a la vez, tenemos que confiar en los imaginarios que nos pintan los medios. ¿Qué tan lejos está esta ficción de la realidad? ¿Y en el caso de las FARC-EP? Desde que nacieron, las FARC han sido víctimas de feroces campañas mediáticas para desdibujar su lucha, más aún en los últimos años. Sin embargo, miles de mujeres y hombres luchan por una Nueva Colombia, y aunque parezcan invisibles, están posiblemente frente a usted, clandestinos. Algún día podremos competir en igualdad de condiciones y podremos mostrar esa cara oculta de Colombia que sin duda alguna será para la paz y no para la guerra.

Concuerdo con el señor Sokoloff solo en una frase que pronuncia al terminar su exposición y se refiere al éxito de su campaña: *“La publicidad sigue siendo uno de los instrumentos de cambio más poderosos que tenemos a nuestra disposición”*.

<b>20 de agosto de 2015</b>		<b>CT-GE/ GA</b>	<b>P03-</b>
---------------------------------	--	------------------	-------------