

El espectacular lanzamiento de la guerrilla urbana en Colombia, el M-19 en 1974

Paulo César León Palacios*

La Fundación del M-19

En 1974 el movimiento guerrillero colombiano pasaba por una crisis: las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC), el Ejército de Liberación Nacional (ELN) y el Ejército Popular de Liberación (EPL) se encontraban por diversas causas en un franco repliegue militar, y en algunos casos la crisis también pasaba por desmesuradas purgas internas. No obstante, aún se sentía con fuerza no sólo la Revolución cubana, sino también esa ola que generó la guerrilla urbana en el cono sur. En ese contexto el surgimiento del M-19 representó una opción verdaderamente nueva, pues respondía de manera original a esa crisis de la izquierda subversiva colombiana, convirtiéndose en un seductor acceso de las clases medias radicalizadas a la guerrilla, y viceversa. El M-19 también fue una respuesta radical contra el abuso del poder, y en particular contra las polémicas elecciones presidenciales de 1970, que, en el sentir de muchos, fueron un fraude contra el candidato de la Alianza Nacional Popular (Anapo).

* Centro de Estudios Históricos, El Colegio de México.

El comienzo

Entre 1972 y 1973 Jaime Bateman Cayón (líder histórico del M-19) había consolidado un pequeño grupo de jóvenes provenientes de diversos grupos de izquierda (las FARC, el ELN y la Juventud Comunista, principalmente). Este grupo venía realizando pequeñas acciones anónimas para financiarse, y a principios de 1973 se acercó a la Anapo.² Hubo tres reuniones importantes en el segundo semestre de 1973. Las dos primeras fueron en Cali y la otra en uno de los conventos de Villa de Leyva, en las cuales se discutió sobre la vigencia de la lucha armada urbana y sobre los principios del nuevo grupo. A finales de 1973, en la finca “Jalisco” del parlamentario anapista Milton Puentes se celebró la primera reunión nacional (que luego sería considerada la conferencia fundacional del M-19). En dicha reunión quedó claro que la nueva guerrilla urbana podría encontrar en la Anapo tanto una causa

² Este movimiento populista venía en franco decaimiento, luego de haber estado a punto de ganar las polémicas elecciones presidenciales de 1970, con el caudillo general Gustavo Rojas Pinilla. En este contexto se alegó fraude y hubo conatos de defender la supuesta victoria de Rojas por medio de las armas; César Diago Ayala, *El populismo atrapado, la memoria y el miedo*, Medellín, La Carreta, 2006.

justa para defender como una base de masas con la cual mimetizarse,³ y adoptar por tanto el nombre “M-19” (en alusión a la fecha exacta de las elecciones presidenciales de 1970: 19 de abril) y los colores de la Anapo.⁴

El éxito de la reunión fundacional se conjugó en un peculiar plan para dar a conocer la nueva guerrilla, plan que quedó a cargo de Germán Rojas y Nelson Osorio, el primero artista gráfico, el segundo publicista y compositor. Se trataba de anunciar a través de una publicidad pagada la llegada del M-19. Luego de materializar esta campaña, la actividad del M-19 durante 1974 se centró en la propaganda. El 28 de enero dejó en la Quinta de San Pedro (Santa Marta) una proclama en la cama del Libertador que decía “La Espada de Bolívar vengará a sus hermanos muertos en las Bananeras”;⁵ el 15 de febrero incursionaron en la Universidad Santiago de Cali para pintar las paredes en protesta por la detención de activistas de izquierda y en conmemoración de la muerte de Camilo Torres; y el 5 de abril, en la Marcha del Hambre convocada por la Anapo —para inscribir la candidatura presidencial de María Eugenia Rojas— se distribuyó un comunicado a nombre del M-19; en mayo aparecería la polémica “Carta a María Eugenia”.⁶ Por supuesto, esto corría paralelo con actividades anónimas de financiación

³ Entrevista del autor a Arjaid Artunduaga, Bogotá, 23 de abril de 2007 y 15 de junio de 2007: “La discusión era sobre por qué necesitábamos aparecer como una organización con cobertura de pueblo [...] Cuando decimos el M-19 Brazo Armado del Pueblo Anapista, era porque si aparecemos solos nos hacemos vulnerables, pero si aparecemos como una vaina del pueblo, había un millón de votos [...]”. En cuanto a la reivindicación del 19 de abril de 1970 hubo discusión entre los “puristas” que no aceptaban el pasado de dictadura y “populismo” del general Rojas Pinilla (caudillo de la Anapo), y la mayoría que veía en Rojas Pinilla como una oposición al bipartidismo colombiano; entrevista a Germán Rojas en Ángel Beccassino, *M-19. El heavy metal latinoamericano*, Bogotá, Fondo Editorial Santo Domingo, 1989, p. 157.

⁴ Los colores de la Anapo simbolizaban: la unión de conservadores y liberales desde la pureza del blanco (entrevista del autor a César Ayala).

⁵ Archivo Histórico Movimiento 19 de Abril (AHMA), “M-19”, exp. 4, enero de 1974.

⁶ AHMA, “Carta a María Eugenia”, exp. 9, mayo de 1974.

como el robo a bancos, secuestros y otras acciones similares (en breve, el M-19 realizaría el primer secuestro de un ciudadano estadounidense en Colombia).

De manera que la actividad pública del M-19 se centró en la comunicación de masas. Precisamente, este punto es sin duda el más peculiar y, cabe decirlo, el más espectacular del día en que nació ante la opinión M-19: se trataba de una guerrilla que en menos de tres días hizo virar a la opinión pública nacional en torno a una enigmática sigla, y a través de un acto de manipulación mediática sin precedentes.

El discurso en el lanzamiento del *Eme*

¿Por qué la comunicación de masas se planteó como elemento esencial del lanzamiento del M-19, siendo que era una organización “político-militar”? ¿Cómo fue posible que la *imagen* del M-19, siendo una “guerrilla”, causara tal nivel de polémica sin disparar una sola bala?⁷ ¿Qué tradiciones revolucionarias amalgamó el M-19 en el discurso de su surgimiento?

Para resolver estas preguntas, analizaremos, en primer lugar, en qué sentido el *Eme* emergió como *populismo*, cuál era su concepción de la acción política y a través de qué mecanismos discursivos la hizo realidad; en segundo lugar, describiremos los anclajes históricos e ideológicos de la plataforma discursiva del *Eme*: el 19 de abril de 1970, el bolivarismo y el socialismo “a la colombiana”; en tercer lugar examinaremos la reacción periodística de la gran prensa a la campaña publicitaria que lanzó al *Eme*, contribuyendo a crear su presencia como mito en la sociedad colombiana de los setenta.

Discurso y acción política en el diseño del M-19

El 14 de enero de 1974 apareció en el periódico *El Tiempo* un aviso de fondo negro y letras blan-

⁷ Esto debe tomarse literalmente.

cas, que contenía un corto mensaje: “¿Parásitos... gusanos? espere M-19”. En los siguientes tres días aparecieron, en lugares similares avisos con frases como: “¿Decaimiento... falta de memoria? espere M-19” o “Falta de energía... inactividad? espere M-19”. Simultáneamente, esto mismo sucedía en los periódicos *El Espectador* y *El Bogotano*.

El 17 de enero apareció un solo aviso en la portada de los mismos periódicos que simplemente decía: “Ya llega... M-19”. Ese mismo día, la toma del Concejo de Bogotá y el robo de la espada de Bolívar —en la Quinta del mismo nombre— dieron a conocer que se trataba de una *campaña publicitaria*, con un singular contenido político, organizada por un nuevo grupo subversivo que surgía reivindicando los hechos del 19 de abril de 1970: no era, pues, en vano la referencia *publicitaria* a la “memoria”, los “parásitos” y la “inactividad”.

Ese mismo día se conoció la proclama “Bolívar, tu espada vuelve a la lucha”, escrita por el poeta y publicista Nelson Osorio. Pero el M-19 no sólo aspiraba a *recuperar* a Bolívar como un símbolo insurgente, sino que también deseaba darse a conocer como la revancha contra el *olvidado* fraude del 19 de abril de 1970, y la garantía de que uno nuevo no ocurriría. En su primer comunicado oficial, titulado “A los Patriotas”,⁸ esta guerrilla presentó los elementos fundamentales de su primera plataforma discursiva, que se mantendrá igual hasta la ruptura con la Anapo en 1975. El primer elemento fue la *memoria y la revancha*, partiendo de dos *acontecimientos*: el del 19 de abril de 1970 y el del 11 de septiembre de 1973; el *fraude* contra Rojas Pinilla y el golpe a Salvador Allende se consideraron allí como *consustanciales*, pues en ambos casos “el pueblo no estuvo en condiciones de hacer respetar su triunfo”, y sin duda también por esa noción romántica de

⁸ AHMA, “A los Patriotas”, exp. 2, s. f. (enero 17 de 1974). Para delinear al pueblo, el comunicado parte de la existencia originaria de un anhelo revolucionario en él, creado antes de y violado en las elecciones de 1970.

la consustancialidad de las luchas en “América Latina”.

Se llega así a una tesis propia sobre la adecuada combinación de las formas de lucha, discusión esencial en la izquierda colombiana de la época. El M-19 plantea dos elementos en su comunicado: uno abstracto y de gran tradición en la izquierda de la época, y el otro referido a la combinación concreta de las formas de lucha: 1) todo acto político *necesita* estar respaldado por la fuerza para ser efectivo, 2) la táctica electoral debe ser un complemento de la lucha armada.⁹ Y con ese tono, el grupo finaliza convocando a la militancia anapista a prepararse política y militarmente para ganar las elecciones de 1974 con “María Eugenia de Colombia”.

El populismo vanguardista del Eme

Al hablar de oligarquías y masas populares el M-19 inscribió su lucha en una tradición mundial de luchas sociales, que se distingue por el concepto de pueblo como un nodo que no significa nada en concreto para poder abarcar literalmente todo lo que pueda, y en tal sentido por su *comportamiento populista*.¹⁰ Y eso es exactamente lo que *opera* el discurso del M-19 en su presentación: una catacresis¹¹ que *vacía* de su significado

⁹ AHMA, “A los Patriotas”, exp. 3, s. f. (enero 17 de 1974): “insistir en las elecciones por las elecciones mismas, cerrando los ojos a tan costosas experiencias nos parece un acto no sólo de cretinismo político, sino además de abierta traición a los anhelos revolucionarios del pueblo, pues con las elecciones a secas le estaríamos haciendo el juego a las oligarquías y el imperialismo norteamericano en su falaz empeño de mantener las apariencias democráticas en nuestros países”.

¹⁰ Ernesto Laclau, *La razón populista*, México, FCE, 2005, p. 96 y *passim*.

¹¹ La catacresis, explica Laclau, es una sinécdoque, valga decir una operación donde se significa el todo por la parte, que responde a la imposibilidad de reemplazar un término figurativo por uno literal. Esto es en esencia lo que sucede con el uso de la palabra “pueblo” en los discursos populistas: es una imagen que funciona nominativamente, pero no denotativamente; no puede referirse a nada en concreto, pues pierde su valor ritual en la política. No sobra decir que por significado concreto entendemos la descripción del hecho o estado de cosas (el “fraude” electoral),

concreto el 19 de abril de 1970, no sólo para poder emparentarlo con el golpe a Allende, sino fundamentalmente para intentar convertirlo en un nodo de la lucha de las “masas populares” colombianas contra las “oligarquías”. La expresión “Brazo Armado del Pueblo Anapista”, como título nobiliario del M-19, va en la misma dirección, pero en un lugar preparatorio: se refiere al M-19 como parte integrante del “pueblo anapista”, lo señala como su parte más activa y hábil (el brazo) y lo prepara simbólicamente para un intento de consagración discursiva como vanguardia armada popular.¹²

Lo que debe subrayarse es que, en la óptica del M-19, la construcción ideológica de una plataforma discursiva obedecía fundamentalmente a un objetivo político: erigirse en vanguardia del movimiento de masas, el movimiento armado y un futuro partido revolucionario, es decir, encabezar el movimiento insurreccional. Esto queda demostrado en el diseño previo de la estrategia de lanzamiento del M-19. En primer lugar, la dirección política consideraba que en Colombia “las masas” se encontraban, de un lado, ante una izquierda sin perspectiva estratégica popular, y de otro lado ante una izquierda armada sin perspectiva táctica.¹³ el M-19 representaría la unión de los lados.

pues alguien podría alegar que precisamente el “significado concreto” que da el *Eme* al “fraude” es el de una lucha antioligárquica, cuando en realidad eso ya es trascender el significado concreto hacia una catacresis

¹² Aunque el M-19 tuvo un éxito rotundo en su lanzamiento, su pretensión populista fracasará, y entre las razones de ese fracaso podemos plantear una en este momento: el M-19 usa como primado de las masas populares de su discurso un supuesto “anhelo revolucionario”, cuando quedó muy claro rápidamente que, del modo como ellos fueron definiendo lo que entendían por revolución, ese primado no existía, y, por tanto, dio lugar a una falacia de la que el *Eme* se retractaría rápidamente, tanto en el discurso (que giró al de una típica organización marxista-leninista), como en sus acciones terroristas.

¹³ AHMA, “Documento No. 2”, exp. 2, s. f. (1973): “es pues la hora de que una organización revolucionaria ligue la lucha electoral, ligue las acciones reivindicativas, impulse el anti-imperialismo con una práctica de lucha urbana armada que se apoye en las masas, siembre raíces en ella con una labor de organización paciente y con una táctica audaz”.

Políticamente, según el Documento No. 2, la organización debía mantenerse clandestina dentro de la Anapo, pero con una incidencia amplia en su rumbo; el objetivo concreto era “posibilitar la formación de un partido revolucionario”. Publicitariamente, se consideraba necesario que las “acciones, comunicados, propaganda, etc., estuvieran impregnados de su lenguaje (el de la Anapo), buscando con esto “que se nos identifique como algo suyo, algo surgido de su experiencia [...] se tomaran sus banderas, el nombre de María Eugenia, consignas y terminología popular”.¹⁴ Y se agregaba el siguiente lineamiento:

Las acciones serán de carácter espectacular, pero sin que sean relacionadas, en lo posible, con el concepto negativo que sobre la lucha armada existe, procurando que no sean de tipo sangriento [...] Para que las masas nos acepten es imprescindible que las acciones se realcen a nivel de sus necesidades inmediatas (alimentación, salubridad, transporte, educación, etc.), inicialmente de tipo populista para ir las convirtiendo en acciones de tipo político y reivindicativo.¹⁵

Este pasaje, particularmente significativo, muestra a las claras la gran particularidad del M-19 en su accionar político-militar: la acción armada es publicidad, para socializar un concepto y provocar una legitimidad. Esto muestra una conciencia de la guerra como acto simultáneamente militar, simbólico y dramático.

La identidad nacional: el Bolívar del Eme

“Seguiremos siendo una organización marxista-leninista” aseguraba el M-19 en 1973.¹⁶ ¿Cuál era pues ese “marxismo-leninismo”, que había buscado con tanta decisión el símbolo de Bolívar? Todo apunta a un proceso que tomó buena

¹⁴ AHMA, “Documento No. 2”, exp. 2, s. f. (1973).

¹⁵ *Idem.*

¹⁶ *Idem.*

parte del siglo XX en Colombia: la construcción de una lectura de Bolívar, alternativa a la de los círculos tradicionales, y que se hizo desde el liberalismo de izquierda hasta la izquierda.

Según Germán Zabala, fundador de Golconda y uno de los asesores políticos que tenía Jaime Bateman en los inicios del M-19, hubo una influencia considerable de José Abelardo Ramos, en especial de su *Bolivarismo y marxismo*, texto escrito en 1969, y que plantea precisamente la necesidad de fusionar a Bolívar con Marx: el uno porque ya no era posible la realización de su ideario latinoamericano sino en la lucha socialista, el otro porque para aplicar el marxismo en América Latina había que hacerlo con autenticidad, por la mediación del nacionalismo, y no como un mera exportación de “stalinismo”.¹⁷ Y, desde luego, el pasar por la Juventud Comunista (Juco) ya suponía conocer un Bolívar de izquierda.¹⁸ Probablemente, Bolívar se hizo familiar para los futuros fundadores del *Eme* en la vida de partido, pero el Bolívar del M-19 no necesitaba ser públicamente legitimado por una fusión con el marxismo, si bien existía internamente dicha lectura. Se trata más bien de un Bolívar donde la elaboración ideológica es más abstracta y está en función de un plan para construir la identidad popular entorno a las pro-

puestas políticas que el grupo guerrillero se disponía a hacerle a la sociedad colombiana.

El M-19 como publicidad y noticia en la gran prensa

En este pasaje sostendremos la hipótesis de que la campaña de avisos que dio a conocer al M-19 constituyó una forma de resistencia exitosa, como publicidad y como acción propiamente subversiva. Esta forma de lanzamiento hizo del M-19 un fenómeno *sui generis* en la guerrilla colombiana por varios aspectos: estuvo por encima de la consideración de la publicidad como propaganda;¹⁹ persiguió una relación complementaria entre el uso de la fuerza y la comunicación de masas; no fue una acción reactiva con respecto a los medios y la ideología dominante, sino todo lo contrario: eran los propios columnistas y editorialistas los que no sabían como responder ante la singular acción; finalmente, fue una apelación pública a la memoria y la idiosincrasia de la vida política del país.

La reacción de la gran prensa ante la publicidad del M-19

Comenzaremos con un vestigio: “La clase dominante, entiende bien la diferencia entre la vieja violencia bipartidista que la benefició y la nueva violencia revolucionaria que la amenaza, ha hecho todo lo posible para que el pueblo no llegue a captar esta diferencia”.²⁰

Captar la diferencia, que el pueblo capte la diferencia, que la sociedad entera capte el enfrentamiento histórico en el que surge el M-19. Eso era lo que perseguía la campaña publicitaria con que inició su vida pública. No es casualidad que los dos triángulos (cuya forma era similar a la de un corbatín) que acompañaron a los avi-

¹⁷ No menos importante es que, según Ramos, el marxismo bolivariano tendría que ser desarrollado por un movimiento que precisamente combinara todas las formas de lucha (Jorge Abelardo Ramos, *Marxismo y bolivarismo*, Buenos Aires, Peña Lillo, 1969). La obra de Ramos que fundamentó este escrito fue *América Latina: un país* (Buenos Aires, Ediciones Octubre, 1949), donde sostiene que la esperanza de América Latina es la fusión de Bolívar con Marx. Ramos fue uno de los pocos cuadros trotskistas que apoyó al movimiento peronista, constituyendo en 1953 el Partido Socialista de la Revolución Nacional, que pretendió ser el partido del ala proletaria peronista. Posteriormente Ramos abandonó su dimensión marxista.

¹⁸ El Partido Comunista Colombiano se interesó decididamente en Bolívar como parte de combate ideológico contra el Frente Nacional; un ejemplo puede verse en su revista *Documentos Políticos*, núm. 82, 1969, pp. 11-13 y 15. Villamizar, biógrafo de Bateman coincide en este análisis, al igual que el historiador de la Anapo, César Ayala. Entrevistas del autor a Darío Villamizar, Bogotá, 2 de abril y 10 de abril de 2007, y César Ayala, Bogotá, 29 de marzo de 2007.

¹⁹ Nos referimos al modo simple como usualmente se consideraba la propaganda en la izquierda colombiana de la época: un vehículo explícito y poco creativo de sus doctrinas políticas.

²⁰ AHMA, exp. 1, El Comunero, s. f. (1972-1973), núm. 3.

sos publicados significaran el enfrentamiento, la lucha entre dos fuerzas.²¹

El concepto publicitario diseñado por Nelson Osorio era claro y contundente. La campaña consistía en un acto de manipulación de la capacidad publicitaria de la gran prensa. Concretamente, se apeló a tres elementos centrales en la publicidad: la sorpresa, la espectacularidad y la polisemia. ¿Cómo? Lo que parecía ser la publicidad de un producto desconocido (“Parásitos, gusanos: ya viene... M-19”), era en realidad la primera parte de un relato subversivo. Primero, se trataba de una publicidad —llamativa pero corriente— a través de los medios de comunicación; segundo, había que revelar a través de acciones armadas que en realidad se trataba de anunciar la llegada de un grupo subversivo. Antes de la acción armada el público se encontraba ante una simple polisemia patológica que señalaba la promoción de un “vermífugo” (“¿gusanos... falta de memoria? Ya viene M-19”); luego, la *divulgación* de la acción armada del M-19 obliga al público a resignificar lo visto, pero en el contexto del 19 de abril de 1970, es decir, una nueva polisemia: lo que los avisos señalan es una visión patológica de la política colombiana.

El lanzamiento generó desde su aparición tres sorpresivas perspectivas para el consumidor. Primero, un aumento vertiginoso en la curiosidad sobre la misteriosa publicidad de un producto que parecía ser *una medicina* para los “parásitos”, el “decaimiento” y la “falta de memoria”. Segundo, la propia acción que reveló, como en una radionovela de suspenso y comedia, “qué es el M-19”.²² Y, tercero, la consumación de un evidente e irreversible acto de manipulación de los grandes medios de comunicación. La combinación de actos comunicativos y acciones de guerrilla

²¹ Como lo explica su dibujante: “[...] es una ley de la conservación de la energía. Nosotros qué hicimos: nosotros diseñamos los actos que hicimos como M-19, y el resto lo hicieron todos los medios de comunicación, que tuvieron que colocarse a hablar de eso [...] duraron como dos años hablando del *Eme*, que habían venido marcianos, que habían venido técnicos de no sé dónde” (entrevista del autor con Germán Rojas, Cali, 29 de abril de 2007).

²² *El Tiempo*, 18 de enero de 1974, titular a página entera.

urbana constituyó al fin de cuentas una campaña publicitaria, no la de un producto comercial, pero sí la de un lanzamiento político (bastante costoso por cierto).

El mensaje encriptado del M-19 encerraba una sencilla pero conveniente idea para el contexto colombiano: “no es chiste, no es engaño, realmente el país está enfermo de ‘parásitos’, ‘gusanos’, ‘inactividad’ y ‘falta de memoria’, y nosotros somos la medicina. No es gratuito, entonces, lo que se afirmó en un artículo de *El Tiempo*: “se consideró que la(s) acción(es) [...] fueron ejecutadas por verdaderos expertos en la comunicación [...]”.²³

... *El misterio*

Ahora bien, el equilibrio simbólico entre el robo de la espada de Bolívar, la toma del Concejo de Bogotá y la campaña de avisos, no permitió que alguna de las tres acciones sustrajera de las otras parte alguna de su exacta sustancia en materia de espectacularidad: los medios no sabían ni por dónde empezar. Las indagaciones de la prensa fueron múltiples. Según *El Bogotano*, “un hombre alto, de tez blanca y con acento costeño colocó los anuncios radiales y de TV”,²⁴ igualmente se cuenta la historia de un “mono” que fue a poner los avisos al periódico. En la versión de *El Tiempo* se habla de un moreno, de estatura regular, como autor de los avisos, y se asegura que “según averiguaciones [...] no recurrieron a ninguna agencia de publicidad”.²⁵ Este mismo periódico afirmó que la acción fue anunciada por teléfono, 10 minutos antes, a *El Tiempo*.

Metodología del estudio

Para investigar a fondo el impacto del lanzamiento del M-19 en la gran prensa realizamos un estudio discursivo entre el 14 de enero y el 25

²³ *El Tiempo*, 19 de enero de 1974.

²⁴ *El Bogotano*, 19 de enero 19 de 1974, p. 5.

²⁵ *El Tiempo*, 18 de enero 18 de 1974, pp. 7B, 12A, 4A.

de enero de 1974 (45 noticias). Una parte del estudio se basó en examinar cualitativa y cuantitativamente los titulares, las estrategias argumentativas de los periodistas y el léxico.²⁶ Finalmente, analizamos dos elementos fundamentales para comprender en qué sentido sostenemos que las noticias sobre el lanzamiento del M-19 contribuyeron a la creación de su mito, a saber, el uso de tropos y la construcción de tramas.²⁷ Todo esto nos condujo a una nueva sorpresa: los relatos periodísticos tendieron a construir una versión *romántica* del M-19, mientras ridiculizaron a las autoridades.

El relativo predominio del punto de vista oficial

En la prensa estudiada²⁸ predominó la mirada del robo de la espada de Bolívar como un problema de delincuencia, al que por naturaleza responden las autoridades de policía. Pero, en contraste, el tema del terrorismo resultó absolutamente minoritario; es decir, la adhesión al punto de vista oficial fue relativa (véase cuadro 1). *El Bogotano* fue el que más despliegue visual y sensacionalista le dio al *Eme*, llegando incluso a encontrar el lado cómico del hecho: “¿M-19 en Roma? Robado anillo de Juan XXIII”.²⁹ No obstante, los titulares de misterio y asombro representaron una concesión simbólica al M-19:

²⁶ Para este desarrollo metodológico partimos del método de Teun Van Dijk, lingüista holandés, especialista en el análisis crítico de la prensa. Se construyó un formulario que permitió la indagación cualitativa y cuantitativa de los 45 artículos.

²⁷ Por tropos entendemos los usos figurados de las palabras, y por tramas el sentido narrativo de las noticias.

²⁸ En el cuadro 1 hemos clasificado en seis temas predominantes los titulares de *El Tiempo*, *El Espectador*, *El Bogotano* y *Alternativa*; hay que anotar que los tres primeros eran periódicos de gran circulación, mientras *Alternativa* era una revista quincenal de circulación media, pero era la revista más leída por la izquierda y los intelectuales.

²⁹ *El Bogotano*, 26 de enero de 1974, p. 7. A partir de allí nació una peculiar relación entre ese diario y esta guerrilla, manifestada muy en especial en 1976, cuando el M-19 le suministró, de forma exclusiva, toda la información sobre el tristemente célebre secuestro de José Raquel Mercado.

ayudaron a percibir una confusión e impotencia de las autoridades frente al hecho.

En otro triunfo simbólico, la naturaleza de las fuentes consultadas por los periodistas revela que se vieron en la necesidad de buscar muchas otras voces, diferentes a las autoridades, para poder escribir sus columnas, si bien predominó el punto de vista oficial. Los periodistas recurrieron a la Anapo³⁰ y a los historiadores para que contaran la historia de la espada.³¹ Y en una dirección similar fueron las ilustraciones: periodistas y diagramadores tuvieron que reproducir una vez más los avisos del M-19, e incluso buscar la “motivación del robo” en las incisivas frases de los anuncios.

Los periodistas también apelaron a premisas morales o éticas para plantear un porqué a la situación generada por el *Eme*. Como caso significativo, nos referimos al editorial de *El Bogotano* (que probablemente escribió Yamit Amat, su director) titulado: “La sorpresa del M-19”.³² El editorial afirma que si bien el M-19 ha logrado sorprender, no es una salida política para el pueblo. Para argumentar recurre tanto a fórmulas éticas y mensajes políticos:

“No nos engañemos, la revolución solamente triunfará cuando el pueblo hastiado con el sistema salga en masa a la calle y la cambie por su propia cuenta; pero la revolución a base de guerrillas y de terrorismo solamente brindará la oportunidad inmejorable para un golpe de Estado [...] es mejor mil veces avanzar con un López liberal”. Acá vemos el obvio contexto electoral, en el sentido de que sí podría haber alguna rela-

³⁰ En nombre de la Anapo se hicieron varios titulares asegurando el repudio, y la desautorización de la acción, así como la negación de relación alguna con el hecho. Estos titulares recogieron selectivamente lo dicho en el comunicado expedido por la Anapo (que, de hecho, se expresó sutilmente a favor del uso de la fuerza por el pueblo).

³¹ Algunos expresaron “confianza” en las autoridades, pero en otras pasó lo contrario. Por ejemplo, los historiadores de la Casa Bolivariana plantearon la posibilidad de negociar con el M-19. Según su vocero, un coronel retirado, “la forma en que fue perpetrada la acción” no permitía pensar que la espada fuera a ser vendida, como cuando se robaron el testamento de Bolívar, durante la Junta Militar que sucedió a Rojas Pinilla (*El Espectador*, 22 de enero de 1974, p. 12A).

³² *El Bogotano*, 19 de enero de 1974, p. 3.

Cuadro 1. Titulares sobre el lanzamiento del M-19 en la prensa

	<i>El Espectador</i>	<i>El Tiempo</i>	<i>El Bogotano</i>	<i>Alternativa</i>	Total y %
Misterio y asombro	Llamadas Anónimas El Robo de la espada Otro enigma policiaco Estado de Alerta por el "M-19"		Confusión nacional ante asaltos (sub) (M-19) TOTAL DESPISTE "Ni siquiera hay sospechosos" La sorpresa del M-19 (editorial)	¿Y de la espada qué?	8 17.7 %
Crimen (robo, asalto, ocupación)	ROBO EN LA QUINTA DE BOLÍVAR Robo en la Quinta de Bolívar y asalto al consejo Informe al exterior por asalto	Asaltan Quinta de Bolívar y el Consejo Asaltan Quinta de Bolívar Ocupan también Consejo de Bogotá Asaltada Quinta de Bolívar	Los asaltantes: son jóvenes y elegantes Si Ud. Fuera M-19 ¿qué robaría? M-19 en Roma? Robado Anillo de Juan XXIII Otra amenaza del M-19 (severa vigilancia en sitios históricos)		11 24.4 %
Terrorismo			PROCLAMA TERRORISTA "M-19": En marcha otro grupo terrorista. Qué busca?		2 44 %
Anapo	"La Anapo" desautoriza al M-19	Anapo repudia acción del M-19	Anapo niega condena Empleados oficiales. (Los miembros del M-19 sí pertenecen a la Anapo)		4 8.8 %
Respuesta policial	Requisas a medianoche Presos sospechosos: Búsqueda de espada de Bolívar Presos sospechosos por asalto del M-19 (El robo de la espada) "M19, grupo de locos"	(la espada de Bolívar) La policía está desorientada La policía está desorientada Desorientada la policía	(El grupo M-19) Buscan a anunciadores (la espada de Bolívar) Un policía narró la historia Extra: Dibujan rostros (pero no hay pistas) Ubicados miembros del M-19 (Hoy primeras capturas)		11 24.4 %
Respuesta social y política	"No creímos que fueran esa clase de visitantes" Orden del día: Recuperar la espada del Libertador Estado de alerta por "M-19" Pocos Curiosos en la Quinta de Bolívar Llamamiento para recuperar la espada del Libertador Academia de historia de Santa Marta condena robo de la espada	(La espada de Bolívar) "La más querida de las reliquias" ¿Qué es el M-19?	"No podemos anticipar juicios": Min. Gobierno		9 20 %
Titulares (noticias) y %	17 (14) 37.7 %	11 (8) 24.4 %	16 (14) 35.5 %	1 (1) 2.2 %	45 100 %

ción entre la Anapo (rival del “López liberal” al que alude el editorial) y el M-19. Eso ya ha quedado ratificado cuando en líneas anteriores se afirma: “quizá la Anapo resultó tanto o más sorprendida, (pero) es muy difícil creer que tenga ninguna vinculación con el M-19. Si así fuera habría que catalogar de estupidez mayúscula [...] No hay duda de que inmiscuir a la Anapo en lo del M-19 es un simple truco para despistar”.

La representación poética del Eme en las noticias

A continuación estudiaremos el lanzamiento del M-19 a partir de su poética, es decir desde su producción de tropos. En la reacción de la gran prensa a la publicidad del M-19, el tema con más tropos fue el de las autoridades (cuadro 2). Esto no es coincidencia, pues fue clara la multiplicidad de sentimientos e ideas que inspiró su respuesta a la intrépida acción del M-19, según se tratara de “informantes”, autoridades de alto rango, mandos medios cuyas actitudes ingenuas eran descritas con cierta ironía³³ o policías que reprimían a la prensa por cubrir el hecho.³⁴ Por lo demás, un conjunto grande de metáforas (las menos duras con las autoridades) contenían la misma idea: las autoridades están haciendo todo lo posible (“tratan por todos los medios”).³⁵

La noción de *totalidad*, presente en la mayoría de estos tropos, merece otra reflexión sobre la fuerza del lanzamiento del M-19. Expresiones como “total despiste” y “buscan por todas partes la espada... todo el día” (cuadro 1), la una referi-

da a la sociedad en general y la otra a las autoridades, tienen en común el efecto de universalizar un estado psicológico del periodista: la confusión. Otro ejemplo: la expresión “¿Qué es el M-19?, se pregunta todo mundo”, cómo entenderla sino como concesión simbólica (el M-19 interesa “a todo el mundo”), pues aunque sea una exageración, finalmente fue escrita por un poderoso periodista (Hernando Santos Calderón).

La asociación del M-19 con la oscuridad (y su “olor”) fue otra forma en que los noctóforos periodistas contribuyeron a su misterioso hábito. La cobertura del hecho con este tono contribuiría a reproducir *la atmósfera de intriga*, justo lo que buscaba el M-19 al atacar en las entrañas de los medios.³⁶

El tema de la espada también tendió a favorecer al M-19, pues se reconoció su condición de símbolo, y la pretensión plebeya del M-19 en ese sentido. De manera que al menos algunos lectores se habrán preguntado ¿y si la Espada es tan importante, por qué está ahora en manos de un movimiento subversivo?

Léxico: el M-19 como elemento activo en las noticias

El lenguaje usado por los periodistas se refirió siempre al M-19 como el protagonista de la noticia, y por tanto el elemento activo (tanto positiva como negativamente), mientras las autoridades casi siempre aparecieron referenciadas con términos pasivos. Si dividimos el lanzamiento en tres pasos: avisos, robo de la Espada y reacción social, en el primero el léxico periodístico constituyó un reconocimiento a la capacidad comunicativa del M-19 y su carácter activo y legítimo. Este reconocimiento bajó ostensiblemente para referirse al robo de la espada: mientras en el primer paso los periodistas reconocen en la acción algo “espectacular”, “asombroso” y “audaz”, en el segundo paso se le etiquetó con términos como “robo” y “profanación”; es decir, se le asoció con

³⁶ Paradójicamente, este acierto también convenía a los medios por su valor noticioso.

³³ Por ejemplo en *El Tiempo*, 19 de enero de 1974, p. 7B.

³⁴ *El Tiempo*, 18 de enero de 1974, p. 14A.

³⁵ Se trata de una metonimia. Simplemente debemos buscar si hay una elipsis en el sentido que hemos propuesto, pues toda metonimia puede ser traducida a una expresión completa; Michel Le Guern, *Metáfora y metonimia*, Madrid, Cátedra, 1990, pp. 28-32. Así tenemos como resultado: “tratan por todos los medios (a su alcance)”. Lo importante aquí es mostrar cómo la metonimia se presta perfectamente para expresarse a favor de las autoridades sin necesidad de renunciar a la atmósfera de impotencia oficial que provocó el lanzamiento del M-19.

**Cuadro 2. Producción de tropos
en la prensa sobre el lanzamiento del *Eme***

<i>Tema</i>	<i>El Espectador</i>	<i>El Tiempo</i>	<i>El Bogotano</i>	<i>Total</i>
Espada	“Símbolo de la libertad” <i>Si/M</i>	“Patrimonio espiritual de cada uno de los hombres de América” (<i>M, Si, Me</i>) con la que Bolívar realizó “sus actuaciones guerreras”	“Para utilizarla como símbolo de la revolución”	4
Bolívar	“Países bolivarianos” <i>Me/Sus</i>	(bis)		2
Colombia (sociedad)	“Contra los colombianos” <i>Me</i>		“Nos han tomado a todos por sorpresa” (universalización) <i>H</i> “A ciencia cierta nadie sabe nada”	3
Historia	“Trascendencia histórica internacional” <i>H</i>			1
Entrevistados	“Encuestado” <i>H</i>	“Los empleados de la casa deambulaban como atontados” (<i>H</i>)		2
Autoridades		“Cajas destempladas” <i>M</i> (atropellos a la prensa) “Una de las operaciones más grandes de que se tenga noticia en Colombia” <i>H/Me</i> “Operación rastrillo” <i>Me</i>	“Hubo mucho calor en la cabeza de las autoridades” <i>Me</i> (amenazas a periodistas) “Impedir brotes de violencia” <i>M</i> “Estamos atando cabos” <i>M</i> “Total despiste” <i>S</i> (universalización) (ver ficha) “Tratan por todos los medios” (posibles) <i>Me</i> “Buscan por todas partes la espada... todo el día” <i>Me</i> “El hermetismo guardado por las autoridades” <i>Su</i>	10
M-19		“¿Qué es el M-19 se pregunta todo mundo?” (<i>H</i>) “M-19 con sabor nacionalista y olor de «colombiana»” (<i>M</i>)	“La noche continúa cayendo” (<i>M</i>) “la noche ayudaba a cubrir (con su oscuridad) la vandálica acción” (<i>Me</i>)	4
Total (noticias)	5 (14)	9 (8)	12 (14)	26 (38)*

H: hipérbole, *M*: metáfora, *Me*: metonimia, *Si*: Sinédoque; *Su*: sustantivación

* Esto quiere decir que sólo 26 de 38 noticias tenían tropos.

la ilegalidad y el pecado. En cuanto al tercer paso (la reacción social), los efectos de la acción se resumen muy bien en dos términos que usaron frecuentemente los periodistas: “alerta”, que es más cercano a una idea de agresión al orden y la sociedad, y “misterio”, que —como dijimos— convenía más al M-19.

La trama de las noticias sobre el Eme

La noticia generalmente es un relato, y un relato puede ser narrado de diversos modos; es decir, puede construir diversas posibilidades de trama. Hemos clasificado buena parte de las noticias sobre el lanzamiento del M-19 en dos

Cuadro 3. La trama en las noticias

Trama	<i>El Espectador</i>	<i>El Tiempo</i>	<i>El Bogotano</i>	<i>Alternativa</i>	Total
Romance	3	1	4	1 (contra-romance)	8 (9) 30 %
Sátira	1		1		2 6.6 %
Romance trágico	2		2		4 13.2 %
Romance cómico	1	1	1		3 10 %
Sátira cómica	1	2	3		6 20 %
Sátira trágica	3		2		5 16.6 %
Tragedia			1		1 3.3 %
No (noticias) %	11 (15) 36.6 %	4 (8) 13.3 %	14 (14) 46.6 %	1(1)	30 (38)* 100 %

* Esto quiere decir que, de 38 noticias, 30 tenían tramas discernibles.

modos fundamentales. En el *romance* el eje del relato es la expectativa por el triunfo absoluto de las autoridades sobre la conjura del M-19 (el triunfo del bien sobre el mal). La *sátira* es lo contrario al romance, es el drama de la impotencia total de las autoridades frente al M-19 (un drama por el temor de que se permanezca atrapado en las contradicciones del mundo).³⁷ La *comedia* y la *tragedia* son formas de tramar que hemos tomado las más de las veces como formas de matizar a las dos principales. En el caso estudiado, la *comedia* se define como la esperanza de pactar la entrega de la espada por las buenas, o la esperanza de que todo fuera una mala broma, mientras la *tragedia* se da cuando se acepta de mala gana la pérdida de la espada, pero se convoca a la sociedad a “prevenir” nuevos actos similares.

El *romance* fue la trama dominante en las noticias que permitieron este tipo de lectura poética (cuadro 3). Eso quiere decir que los periodis-

³⁷ Para el concepto de trama en un relato histórico nos basamos en Hayden White, quien concibe este esquema para analizar las narrativas históricas. Simplemente hemos partido de la idea de que la noticia es un relato histórico simple, que efectivamente se puede comprender mejor a partir del concepto de trama; a su vez White se basa en una rica tradición poética y literaria que es bastante más amplia que la historiografía; Hayden White, *Metahistoria: la imaginación histórica en la Europa del siglo XIX*, México, FCE, 1992, pp. 20-21 y ss.

tas narraban la dinámica de los acontecimientos en torno al lanzamiento del *Eme* como una cruzada, tardía, de las autoridades. Ahora bien, no se respira la unanimidad que se esperaría tratándose de una profanación guerrillera en la ciudad capital. Sin embargo, la complejidad de la publicidad plebeya con que el M-19 irrumpe nos muestra un resultado paradójico. Puede que la gran prensa haya sido un aparato ideológico del Frente Nacional y la burguesía. Pero lo periodistas no. Eso está muy claro en nuestros resultados. Muchos periodistas escribían para el régimen, aunque decir que el régimen escribía por ellos sería una versión muy pobre de la mente y la acción social. Algunos periodistas, incluso los más simpatizantes del régimen y las autoridades que atendieron el caso, demostraron tener capacidad de distancia ante la desilusión en la ejecución de las autoridades, así como una curiosidad insaciable por saber qué había movido al M-19 a hacer tal cosa. Así lo demuestra la gran presencia de la *sátira* en las noticias. Predominó, en particular, la *sátira cómica*, es decir la aceptación del enfrentamiento simbólico planteado por el M-19 en su lanzamiento, y su incorporación a una especie de jocosa connivencia con la buena “sociedad”.

Un dato curioso pero significativo es que las noticias de *El Bogotano* pudieron ser leídas totalmente desde este punto de vista de la poética

(14 de 14), a diferencia de la gran prensa. Esto prueba una vez más que el lanzamiento del M-19 sacó a flote todo el carácter carnavalesco de esa prensa amarillista (un elemento más para comprender la peculiar relación entre ese periódico y el M-19).

Ejemplos sobre las tramas noticiosas

Romance: las autoridades continúan infatigables

- a) “Hasta ahora no han sido desenmascarados [...] pero existe un ambiente de optimismo para desenmascarar a los autores”
- b) Las autoridades “continúan infatigables averiguaciones, las cuales concluirán con la captura de los autores”.³⁸

Romance trágico: impedir nuevas incursiones

- a) “No se ha logrado establecer el paradero de los responsables [...] pero se guardan esperanzas que los autores puedan ser identificados”.
- b) Habrán “Nuevas medidas... tendientes a impedir que se produzcan nuevas incursiones”.³⁹

Romance cómico: un investigador intrépido

“Algunos tomaron jocosamente el episodio, otros lo calificaron como acción romántica”. Uno de los investigadores “expresó su esperanza de que el episodio tenga un desenlace feliz: ‘ojalá que los ladrones, una vez logrado su objetivo publicitario, nos devuelvan la espada’”.⁴⁰

Sátira trágica: nuestra única esperanza

“Nuestra única esperanza estriba en que [...] aunque sea en una fiebre del real patriotismo [...] entreguen estas reliquias” (cita del coronel Alfonso Lozano Cleves, entrevistado).

El coronel (aparentemente retirado) también está “decepcionado” por la falta de alguna pista “verosímil”, y no cree que haya otra esperanza

diferente a negociar con el M-19 la devolución, según la noticia.

Por las consignas dejadas, anota el periodista, resulta plausible que “la espada de Bolívar, en manos de los rebeldes, constituirá solamente un símbolo y no algo a la venta”.⁴¹

Sátira cómica: Bateman muerto de la risa

a) “Mayito”, de *El Bogotano*, decide, en lugar de seguir hablando de la infructuosa búsqueda de la espada, entrevistar a personajes famosos por su buen humor, para invitarles a que “juguemos un poco a que somos del movimiento que tanto ha dado de que hablar”, diciendo cada uno qué “robaría” si fuera M-19 (como decía el titular). Igual de interesante es lo que responden los personajes. Alfonso Morero, administrador de un hotel, robaría “las polleras [...] a María Eugenia” (en alusión a la directora de la Anapo), Daniel Samper robaría, entre otras, “las playas del mar de Bolivia”, Stella de Suescún robaría “la amnesia recurrente de la masa votante”. Es decir, cada uno menciona cosas para parodiar situaciones o personas que puedan merecerlo públicamente, lo que al mismo tiempo sugiere que el M-19 hizo lo mismo con el robo de la espada. Se trata pues de una construcción *mamagallística* —o alburera, como dirían en México—, que adhiere a la idea de robo pero trivializando su significado sacrílego. Esto implicaba la percepción que de hecho el robo era una parodia a un tema público y no propiamente un robo, y le restaba a la satanización del nombre “M-19”, pues se propuso “jugar” a ser como ellos. También es muy revelador que en el artículo el M-19 aparece indirectamente como elemento activo y jocosos de la vida nacional, mientras en el lado de la pasividad aparece lo parodiable: típicos asuntos políticos.⁴²

b) “Acaso hoy no nos miramos todos con un espíritu de desconfianza, y cuando alguien se

³⁸ *El Bogotano*, 19 de enero de 1974, pp. 5 y 9.

³⁹ *El Bogotano*, 18 de enero de 1974, p. 2; *El Espectador*, 19 de enero de 1974, p. 1A.

⁴⁰ *El Tiempo*, 19 de enero de 1974, p. 7B.

⁴¹ *El Espectador*, 22 de enero de 1974, p. 12A.

⁴² *El Bogotano*, 26 de enero de 1974, p. 7.

acerca en forma un poco extraña, no nos preguntamos: ¿será el M-19?”⁴³

Conclusión: la publicidad como resistencia al abuso del poder

Hemos mostrado en qué sentido el M-19 se hizo y fue hecho mito en su lanzamiento. El *Eme* comenzó a hacerse mito a través de un simbolismo: el 19 de abril de 1970. Por si fuera poco, el M-19, que era marxista-leninista-bolivariano en sus inicios, seleccionó un segundo objeto olvidado: la espada de Bolívar y dijo “Bolívar tu espada vuelve a la lucha”, y vuelve con nosotros, el “brazo armado del pueblo anapista”. Ellos, la sociedad política dominante, muy bien representada en la gran prensa, no pudieron sino responder a quemarropa la intrusión del M-19 en sus páginas, y lo hicieron del único modo que podían: sorprendidos, anonadados y, por tanto, sin tiempo ni disposición para aplicar con unanimidad el excluyente esquema noticioso del Frente Nacional.

Anapismo, marxismo y bolivarismo, memoria, socialismo e identidad, sorpresa, espectacularidad y misterio, todos ellos conceptos insuficientes por sí solos, se fundieron en un solo momento, 17 de enero de 1974, para conspirar a favor del objetivo fundamental del M-19 en su lanzamiento: ser pensado como pueblo por el pueblo.

Las investigaciones de Eduardo Sáenz y César Ayala⁴⁴ permiten afirmar que entre los años 1950 y 1970 en Colombia la gran prensa colombiana fue el principal aparato ideológico y de propaganda de la sociedad frentenacionalista. Comprar editoriales, hacer campañas a favor de gremios,

reproducir la línea política e ideológica del bipartidismo y el Frente Nacional, apoyar la cruzada anticomunista y calumniar hasta el cansancio al mayor opositor del Frente Nacional: el general Gustavo Rojas Pinilla fue tarea fácil para periódicos poderosos como *El Tiempo* y *El Espectador*. Congruentemente, la exclusión mediática de las minorías políticas fue una realidad.

El lanzamiento del M-19 se inmiscuyó como una poderosa publicística plebeya en la monología electoral de la alta sociedad, logrando que se reconociera con exageración su “maestría”. Asimismo, por más de que la gran prensa calificó de “robo” la acción, se vio obligada a indagar por qué la espada y no la toma de un pueblo, por qué la astucia y no la fuerza; y se vio obligada, entonces, a leer, a tratar de entender, y a reproducir los comunicados del M-19, mejor contruidos que las respuestas de las autoridades.

Estas diversas voces que fueron surgiendo, la mayoría confusas y traumatizadas, proponían lecturas alternativas del hecho y minuciosas indagaciones, motivadas por la falta de respuestas de las autoridades, por la extraña simpatía que en algunos generó la acción y por la represión de la libertad de prensa que en un comienzo ejercieron las autoridades según los periodistas.

¿Era ese el efecto que buscaba el M-19? Evidentemente. Su preferencia por esta publicística se expresa en que la inversión económica se centró en la campaña y no en las armas para ejecutar el lanzamiento.⁴⁵ El efecto del lanzamiento del M-19 se sintió estruendosamente en la prensa, de donde desapareció luego de varias semanas. No obstante, hemos abordado aquí un peculiar episodio histórico de resistencia exitosa a la dominación.

⁴³ *El Tiempo*, 20 de enero de 1974, p. 5A.

⁴⁴ Eduardo Sáenz Rovner, *La ofensiva empresarial*, Bogotá, Tercer Mundo, 1993; también *Colombia años 50. Industriales, política y diplomacia*, Bogotá, UN, 2002, y “Elites, Estado y política económica durante el segundo tercio del siglo XX”, en *Análisis Político*, núm. 32, 1997; César Ayala Diago, *op. cit.*; del mismo autor, *Nacionalismo y populismo. Anapo y el discurso político de la oposición en Colombia: 1960-1966*, Bogotá, Universidad Nacional de Colombia, 1995.

⁴⁵ Esto se invertiría poco después, cuando el M-19 comenzó a comportarse como cualquier guerrilla urbana, privilegiando el militarismo.



MEXIQUE : ATTAQUE D'UN CONVOI PAR DES GUERRILLEROS SUR LE CHEMIN DE FER DE LA VERA-CRUZ. — D'après un croquis de M. H. H., capitaine d'artillerie.