

COMUNICAR PARA TRANSFORMAR

Nuevas **narrativas de paz** desde los **territorios**.

*comunicación
liderazgo*



FICONPAZ · Jóvenes Delegados de los Consejos Territoriales de Paz



Un movimiento, 5 regiones, 15 territorios



Norte de Santander

Hacarí, Ocaña, Tibú



Cauca

Santander de Quilichao, Corinto, Caloto



Córdoba

Consejo Departamental, Puerto Escondido, Tierraalta



Chocó

Istmina, Quibdó, Medio Atrato



Nariño

Consejo Departamental, Cumbal, Samaniego

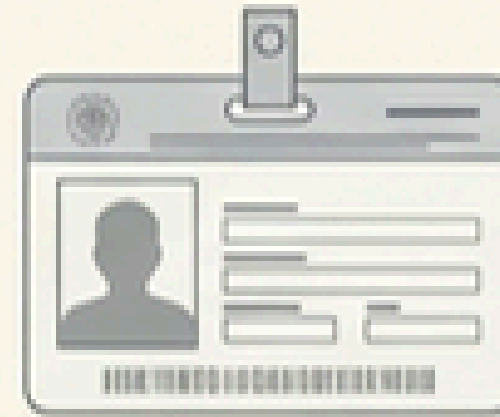
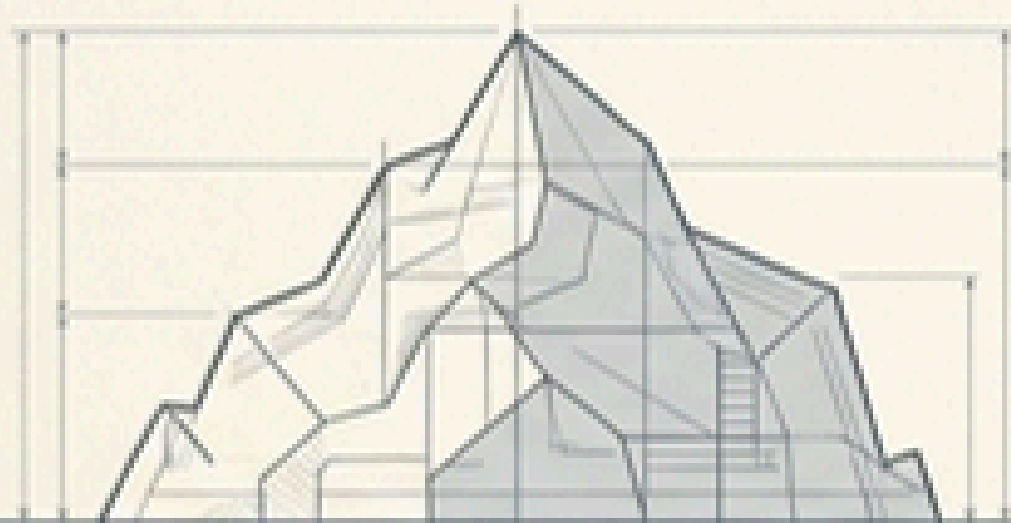
Objetivo: Construcción participativa de agendas juveniles de paz con líderes y consejeros de los CTPRC.



¿Por qué comunico?

Este espacio no es una capacitación técnica. Quienes están aquí ya comunican todos los días desde sus territorios. Esta es una pausa para hacer una pregunta vital: ¿Qué quiero que cambie cuando comunico la paz desde mi territorio?

Presentarnos desde el fuego interno



El Rol Institucional —
Delegado de comunicaciones
del Consejo.

La Persona —
Historias, frustraciones
y sueños que movilizan.

¿Qué de lo que soy
puede aportar para
hacer visibles los
liderazgos de mi
Consejo?

ACTIVIDAD 1



<https://ai.studio/apps/b3882b86-038e-4b37-92c5-f2fc3b62d4e6?fullscreenApplet=true>

Escanea el código QR

Comunicar

no es un accesorio.

Es parte constitutiva

del trabajo por la paz.

De la acción aislada a la campaña estratégica

Ruido / Lo que NO es

Publicar contenidos sueltos sin hilo conductor.

Redes sociales activas sin propósito.

Difundir sin saber a quién le hablas.

Acciones aisladas que no se repiten.

Transformación / Lo que SÍ es

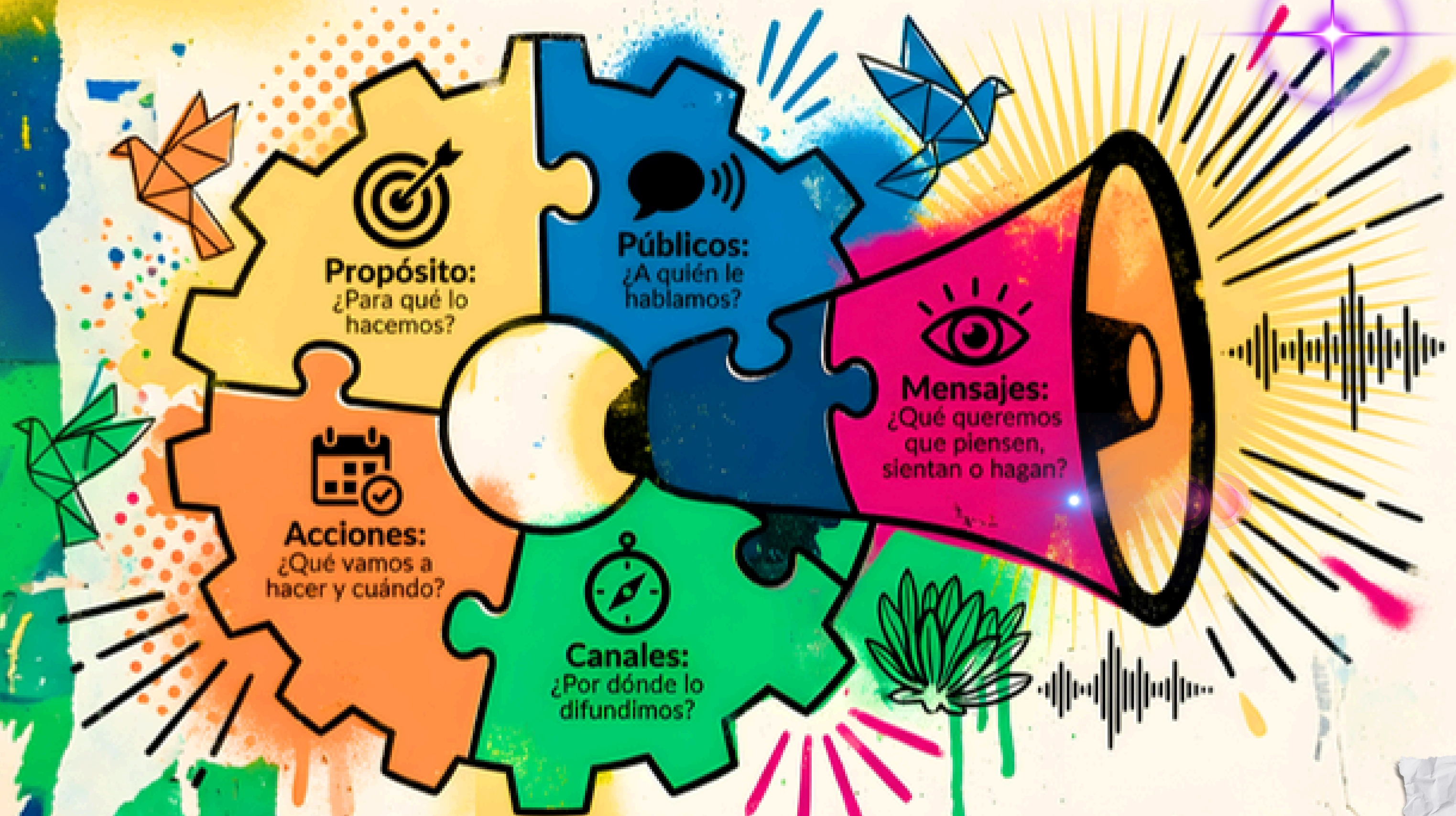
Proceso sostenido en el tiempo.

Amplificación de voces ocultas.

El diálogo como eje central.

Vínculo con la identidad y valores de la comunidad.

ANATOMÍA DE UNA CAMPAÑA DE CAMBIO SOCIAL



SUPERANDO LA INVISIBILIDAD EN LA EN LA AGENDA PÚBLICA

El Impacto: Movilizar a la ciudadanía hacia acciones concretas de paz.

Fortalecer la confianza de la comunidad.

Posicionar el tema en la agenda local y regional.

Visibilizar el liderazgo juvenil.

El Problema: Las causas de los Consejos de Paz no están en la opinión pública.

(Andrade Soriano, FICONPAZ)



LA COMUNICACIÓN COMO TEJIDO SOCIAL

“La comunicación así entendida es reconocible como la práctica misma de la democracia y la paz”

— Clemencia Rodríguez



Una campaña no es solo visibilidad institucional. Es una herramienta para la construcción de los imaginarios colectivos que nuestro territorio merece.

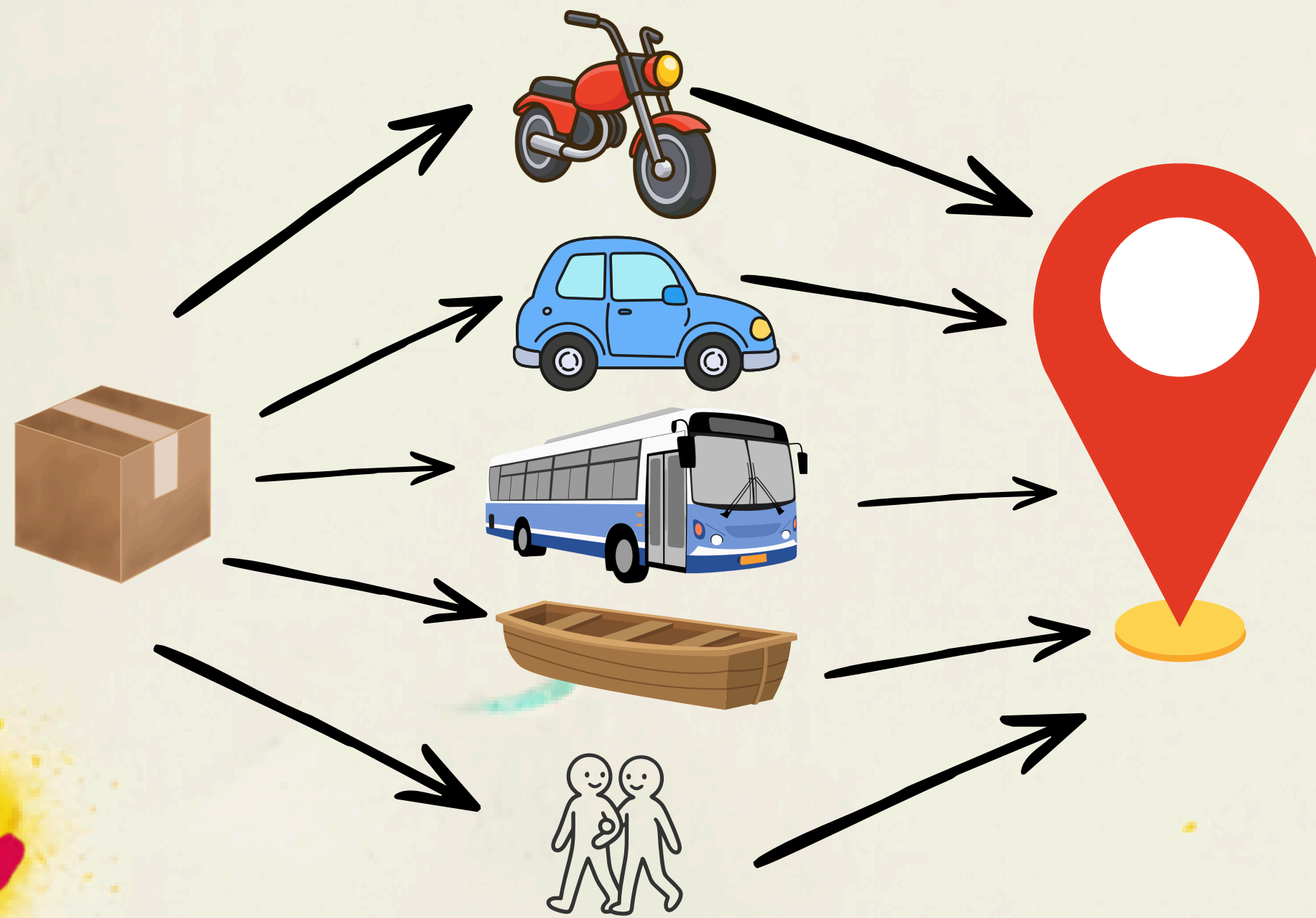
ACTIVIDAD 2



<https://www.menti.com/alw8sa6bfrhz>

Escanea el código QR

CANALES DE COMUNICACIÓN



¿Cómo decidir?


Objetivo

Público


Contexto territorial

Capacidades propias

El ecosistema de canales en nuestros territorios




Digital y Redes:
Facebook (uso rural),
Instagram, TikTok.
WhatsApp: Vital en zonas
de baja conectividad.



Impresos y Gráficos:
Fanzines, carteles,
infografías y murales
para culturas
altamente visuales.

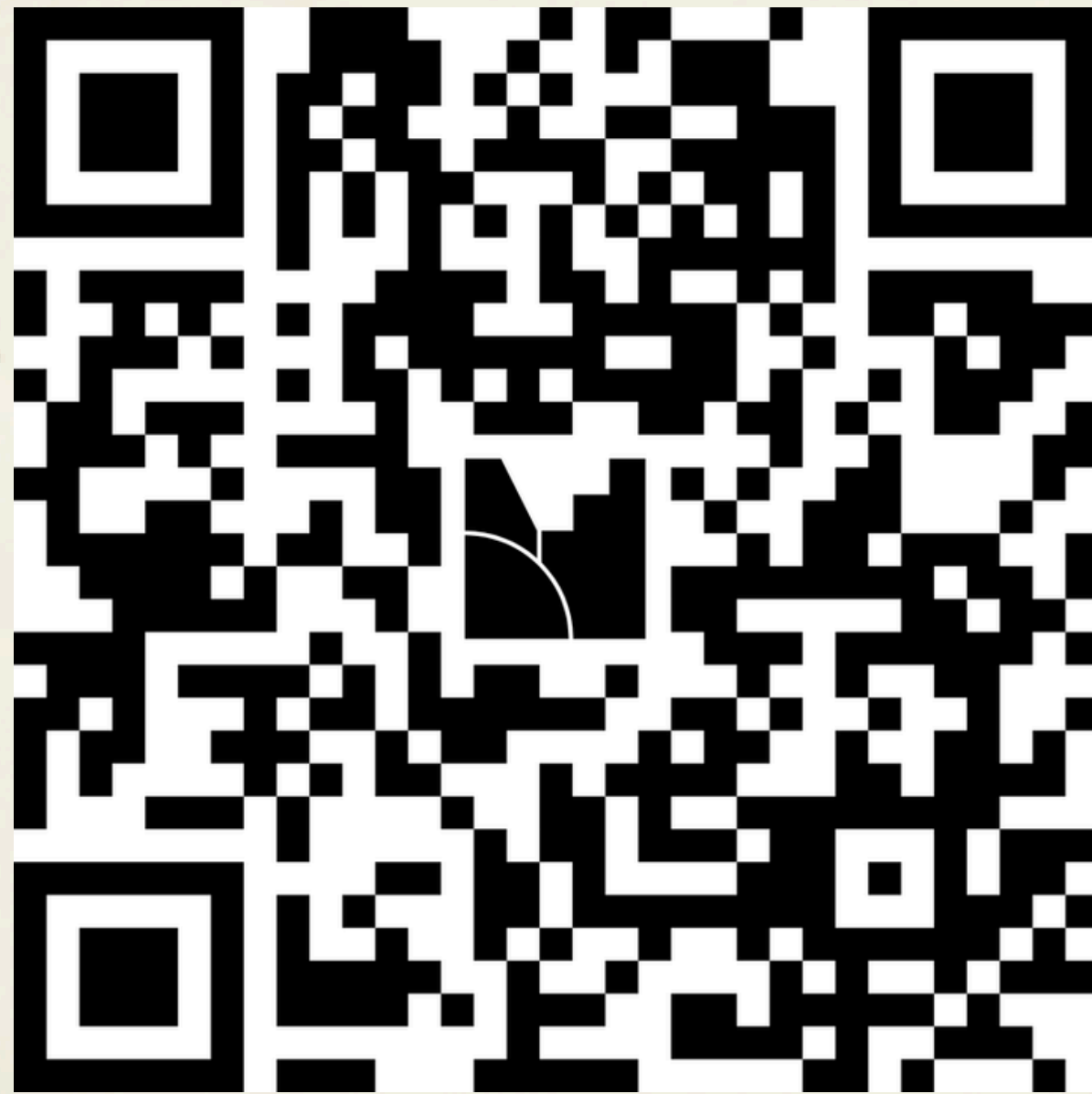


Radio Comunitaria:
El medio de mayor
alcance e impacto en
zonas rurales.
Aliadas naturales de
los Consejos.



Artivismo y Acción:
Teatro callejero,
asambleas, velatones y
el voz a voz para generar
confianza profunda.

ACTIVIDAD 3



<https://www.menti.com/alb71xq5hnsq>

Escanea el código QR

Ruta para el diseño de las campañas regionales:

Acción	Descripción
Realización de los cinco encuentros regionales	Cinco territorios (Catatumbo, Cauca, Córdoba, Chocó y Nariño). En cada encuentro se producen los materiales de la sesión: mapa de Cartografía Viva, tarjetas del Poliedro de la Paz, manifiestos visuales y formatos de campaña.
Sistematización por territorio	Redacción de una ficha de síntesis por cada territorio que recoja: el perfil de los participantes, las definiciones de paz construidas, los propósitos identificados, los mensajes propuestos, los públicos señalados y las acciones del formato.
Análisis comparativo y priorización	Lectura transversal de las cinco fichas de síntesis para identificar: elementos comunes, singularidades territoriales, mensajes con mayor resonancia, acciones más replicables y canales más pertinentes.
Redacción del documento de diseño de campaña	Elaboración del documento final con los siete componentes de la campaña (objetivo, objetivos específicos, públicos, mensajes, canales, acciones y posibles piezas), integrando las voces y propuestas de los cinco territorios.
Devolución a los territorios	Socialización virtual, a nivel nacional, del documento de diseño de campaña con los Consejos de Paz participantes, como insumo para la implementación autogestionada de acciones comunicativas en sus territorios. En este espacio participarán delegados y delegadas de los Consejos Territoriales de Paz de Catatumbo, Cauca, Córdoba, Chocó y Nariño que hicieron parte de los encuentros presenciales, quienes podrán aportar recomendaciones y observaciones que contribuyan al diseño final de la campaña.

Una vez elaborado, el documento de diseño de campaña será devuelto a los Consejos de Paz participantes como herramienta de implementación autogestionada. Cada Consejo podrá tomar las acciones diseñadas colectivamente e implementarlas de acuerdo con sus propias capacidades, recursos y contextos territoriales, con la posibilidad de apoyarse en La Despensa de la Paz para visibilizar los procesos y productos que resulten de esa implementación.

La despensa de la paz

guía útil para los consejos territoriales de paz



www.despensadelapazficonpaz.com

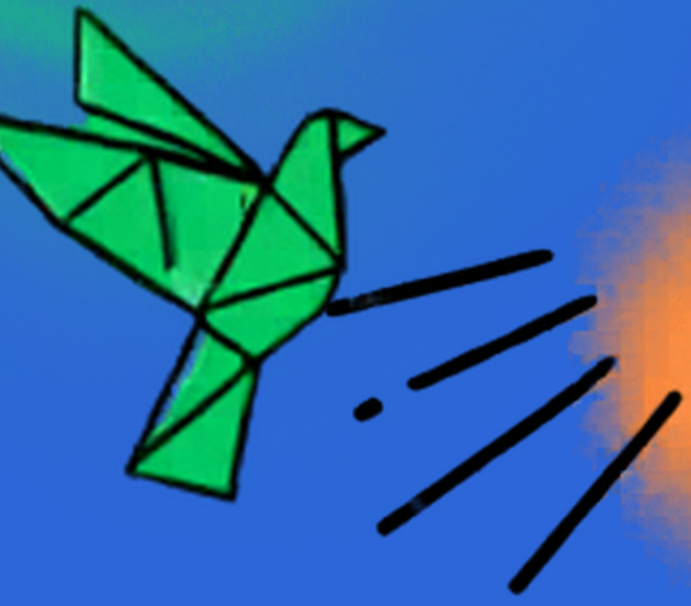
VOCES

que
construyen

PAZ

Jeferson Rodríguez

Mesa de Reconciliación
y Paz de Gaitania



Al encuentro presencial llevaré...

Una frase corta. Un sueño.
Una historia. Una propuesta. Lo
que este encuentro activó en ti.

**Nos vemos en
el territorio.**

EVALÚA EL ESPACIO QUE ACABAMOS DE COMPARTIR

