



GenerAcciónPaz

Para el fortalecimiento del liderazgo juvenil en los Consejos Territoriales de Paz, Reconciliación y Convivencia (CTPRC)

CAMPAÑA NACIONAL: GENERACIÓN PAZ
Somos la fuerza que cambia la historia

Campaña de comunicaciones para fortalecer los liderazgos juveniles en los Consejos de Paz del Chocó, Cauca, Nariño, Norte de Santander y Córdoba.

Documento de diseño participativo
FICONPAZ

Mayo de 2026

Contenido

Antecedente y contexto: el proceso participativo que dio vida a GenerAcción Paz...	4
Metodología de los encuentros.....	4
Los frutos del proceso: 19 campañas territoriales.....	5
Del territorio a la nación: el nacimiento de GenerAcción Paz.....	6
1. Introducción: Las raíces territoriales de una fuerza nacional.....	6
1.1 Cauca: Cuatro voces que tejen paz desde el diálogo, el deporte y el afecto....	7
1.2 Córdoba: El arte, la memoria y los sueños como semillas de transformación	7
1.3 Chocó: El arte, la memoria y la identidad como territorios de resistencia.....	8
1.4 Norte de Santander: La apicultura, los abrazos y la memoria como acciones de vida.....	9
1.5 Nariño: La palabra, la unidad y el arte como caminos para recuperar la confianza.....	9
2. El suelo común: un diagnóstico compartido.....	10
3. Campaña Nacional: GENERACIÓN PAZ.....	10
3.1 Nombre y eslogan.....	10
3.2 ¿Por qué esta campaña importa?.....	10
3.3 Propósito de la campaña.....	12
3.4 Objetivos.....	12
Objetivo general.....	12
Objetivos específicos.....	12
3.5 Mensajes clave.....	12
Mensaje central (para usar siempre).....	12
Mensajes de apoyo (por público y canal).....	12
4. Plan de acción comunicativa (8 semanas, 3 momentos).....	13
MOMENTO 1 – ACTIVACIÓN: «La fuerza se nombra» (Semanas 1-2).....	13
MOMENTO 2 – DESPLIEGUE: «La fuerza se muestra» (Semanas 3-6).....	13
Adaptaciones territoriales de estas acciones.....	14
MOMENTO 3 – CIERRE Y MEMORIA: «La fuerza se entrega» (Semanas 7-8).....	14
5. Piezas comunicativas básicas (replicables con recursos mínimos).....	15
6. Canales y medios (por orden de prioridad).....	16
7. Público objetivo (segmentación nacional).....	16
8. Recomendaciones estratégicas para la implementación.....	17
8.1 Riesgos identificados y estrategias de mitigación.....	17
8.2 Potencialidades para maximizar.....	18
9. Aprendizajes del proceso colectivo: la potencia de la diversidad.....	18
10. Cierre: 138 semillas que germinan una nación.....	19

Antecedente y contexto: el proceso participativo que dio vida a GenerAcción Paz

La campaña nacional GenerAcción Paz es fruto del trabajo en los territorios, diseñado y aplicado de forma participativa por el equipo de comunicaciones de FICONPAZ, y reúne las manos, las voces y los sueños de 138 participantes de cinco territorios colombianos profundamente afectados por el conflicto armado, pero decididos a transformar su realidad: Chocó, Cauca, Nariño, Norte de Santander y Córdoba.

Entre abril y mayo de 2026, el equipo de comunicaciones de FICONPAZ, en el marco del proyecto **Fortalecimiento del Enfoque Juvenil en los Consejos Territoriales de Paz (CTPRC)**, con el apoyo de PNUD y la Embajada Británica en Colombia, realizó un encuentro nacional virtual y cinco encuentros regionales presenciales y participativos en cada uno de estos departamentos. A estos espacios de trabajo fueron convocados actores diversos y representativos de cada territorio:

- Jóvenes integrantes de los Consejos Territoriales de Paz, Reconciliación y Convivencia (CTPRC).
- Líderes y lideresas juveniles de Consejos Municipales de Juventud, organizaciones sociales, comunitarias, culturales y deportivas.
- Delegados de Juntas de Acción Comunal (JAC), cabildos indígenas y consejos comunitarios afrodescendientes.
- Funcionarios de institucionalidad local (alcaldías, personerías municipales, defensorías del pueblo, secretarías de juventud y de paz).
- Representantes de agencias de cooperación internacional con presencia en los territorios (OIM, UNICEF, ACNUR, entre otras).
- Personas adultas integrantes de los Consejos Territoriales de Paz, Reconciliación y Convivencia (CTPRC).

Metodología de los encuentros

Cada encuentro se desarrolló bajo un enfoque vivencial y de comunicación para el cambio social, utilizando dinámicas como:

- Cartografía social: Los participantes ubicaron su vereda o municipio en un mapa y compartieron una palabra que representa la paz en su territorio.
- Círculos de palabra: Espacios de diálogo horizontal donde se compartieron experiencias de liderazgo, miedos, dolores y esperanzas.
- Laboratorios de comunicación: Creación colectiva de mensajes, piezas y estrategias adaptadas a los recursos reales de cada comunidad.

- Formulario de sistematización: Cada equipo respondió un cuestionario estructurado que capturó el nombre de su campaña, propósito, mensajes clave, acciones, canales, públicos y las historias de paz que merecen ser contadas.

Los frutos del proceso: 19 campañas territoriales

Como resultado de estos encuentros, se obtuvieron 19 propuestas concretas de campañas comunicacionales, diseñadas colaborativamente por los participantes. La distribución territorial fue la siguiente:

Regional / Departamento	Número de campañas	Cantidad de personas
Cauca	4	25
Chocó	4	22
Córdoba	4	43
Nariño	3	24
Norte de Santander	4	24
TOTAL FINAL	19 campañas	138 personas

Cada una de estas 19 propuestas fue sistematizada en una matriz de análisis en la que se registraron, entre otros aspectos:

- El nombre de cada campaña (ej: «Chocó Mundiverso», «Hablemos para sanar», «Narrar para sanar, unir para transformar», «Abraza la paz – Abraza la vida», «PARLÁMELO»).
- Las historias de liderazgo juvenil que nadie había contado (como la del joven apicultor Leiber en Norte de Santander, el músico Slather en el Chocó o el gimnasio de calistenia de Jhonatan Pardo en el Cauca).
- Los propósitos y mensajes clave que cada equipo consideró centrales para su territorio.
- Las acciones comunicativas propuestas, siempre de bajo costo y alta creatividad (ollas comunitarias, cabinas móviles, murales colectivos, radioteatros, tendales de sueños, perifoneo, etc.).
- Los canales priorizados: radio comunitaria, Emisoras de Paz de RTVC, perifoneo, WhatsApp, murales, TikTok e Instagram.

- Los públicos objetivos: jóvenes rurales y urbanos, familias, docentes, JAC, cabildos, consejeros adultos de CTPRC y autoridades locales.
- Las reflexiones sobre la experiencia colaborativa, donde los jóvenes coincidieron en que comunicar es un acto de paz y que el trabajo en equipo es la fuerza más poderosa para transformar los territorios.

Del territorio a la nación: el nacimiento de GenerAcción Paz

Con estas 19 semillas territoriales en la mano, el equipo de comunicaciones de FICONPAZ realizó un análisis transversal de todas las propuestas, identificando elementos comunes, singularidades territoriales, mensajes con mayor resonancia y acciones más replicables. De ese análisis nació la campaña nacional **GenerAcción Paz** —cuyo nombre fusiona generación, acción y paz— con el eslogan “Somos la fuerza que cambia la historia”.

La campaña nacional no inventa liderazgos: los visibiliza, los conecta y los potencia, manteniendo viva la identidad de cada territorio: el diálogo empático en el Cauca, el arte y los sueños en Córdoba, la herencia cultural afro e indígena en el Chocó, la apicultura y la memoria histórica en Norte de Santander, y la palabra y el sol andino en Nariño.

El diseño que se presenta a continuación es, por tanto, un documento vivo y participativo, construido con los aportes de 138 participantes y validado por los actores institucionales y comunitarios de los cinco territorios. Es, ante todo, una herramienta puesta al servicio de las juventudes para que, con pocos recursos pero con mucha creatividad y voluntad, sigan siendo la fuerza que cambia la historia.

1. Introducción: Las raíces territoriales de una fuerza nacional

Antes de presentar el diseño de la campaña nacional, es fundamental reconocer y celebrar el trabajo colectivo que la hace posible. Este documento no nace de un escritorio, sino de los sueños, análisis y propuestas de 138 líderes de cinco territorios golpeados por el conflicto, pero comprometidos con la construcción de una cultura de paz desde el trabajo colectivo. En eso coinciden los 19 equipos: en que tomar la palabra, en el Chocó, Cauca, Nariño, Norte de Santander y Córdoba, es una forma de resistir.

A continuación, presentamos un breve recuento de sus propuestas, el abono del cual germina **GenerAcción Paz**.

1.1 Cauca: Cuatro voces que tejen paz desde el diálogo, el deporte y el afecto

En un departamento que representa una de las mayores emergencias humanitarias del país, cuatro equipos demostraron que la palabra y el cuerpo pueden ser territorios de paz.

- **Hablemos para sanar:** Esta campaña nos enseñó que el diálogo empático en las aulas puede desarmar los conflictos antes de que escalen. Su propuesta de un "buzón viajero de la paz" para recolectar historias escolares anónimas es un recordatorio de que sanar comienza por escuchar.
- **Cauca te escucha - Tu voz construye paz:** Con la propuesta de un gimnasio de calistenia como símbolo, este equipo quiere demostrar que la fuerza del deporte puede ser más poderosa que la de las armas. Nos mostraron que levantar el peso del propio cuerpo es una metáfora para superar la "gravidad" de la violencia.
- **Amor que conecta con la paz:** Este equipo nos enseña que el cuidado emocional y las redes de afecto son el antídoto contra el aislamiento que los grupos armados explotan para reclutar. Sus "lienzos itinerantes de la memoria", pintados colectivamente, convierten el arte en un escudo protector.
- **Tejiendo liderazgos que construyen paz:** Este equipo tomó la cosmogonía Nasa del tejido como pensamiento colectivo para mostrar que los "hilos jóvenes" pueden conectar las escuelas rurales con los Consejos de Paz. Su propuesta de una "red de comunicaciones intermunicipal" es una apuesta por superar el aislamiento geográfico.

1.2 Córdoba: El arte, la memoria y los sueños como semillas de transformación

En un territorio rural marcado por la pobreza y el control del autodenominado Ejército Gaitanista de Colombia, cuatro equipos, mostraron la creatividad como una forma de rebelión.

- **Voces de arte y paz:** Este equipo está convencido de que la construcción de paz comienza en la niñez. Sus "Voces de arte y paz" empoderan a niños y niñas de 10 a 13 años como sujetos políticos, recordándonos que no hay relevo generacional si no se siembra desde la infancia.
- **Narrar para sanar, unir para transformar:** Este equipo conectó la salud mental colectiva con la comida compartida. Sus ollas comunitarias como espacios de diálogo y sus manteles de papel para escribir sueños nos

enseñaron que la reconciliación también se cocina a fuego lento, alrededor de un fogón.

- **Bajo los hilos del poder:** Este equipo realizó una crítica aguda y necesaria a las estructuras de poder que instrumentalizan a las juventudes rurales. Utilizando la potente metáfora de los "titiriteros", su campaña impulsa a cortar los hilos invisibles de la manipulación y reclamar la autonomía política.
- **JOVENLABP - Unidos construimos paz:** Este equipo propone un "Tendal de los Sueños Guardados": una cuerda donde colgar los sueños escritos a mano para que la comunidad los lea y los respalde. Su propuesta de instalar este "tendal" en espacios públicos es un acto poético de visibilización y un llamado a no dejar ningún sueño en el silencio.

1.3 Chocó: El arte, la memoria y la identidad como territorios de resistencia

En el departamento con la tasa de victimización más alta del Pacífico colombiano, cuatro equipos convirtieron su herencia cultural afro e indígena en su principal herramienta de transformación.

- **Chocó Mundiverso:** Este equipo quiere demostrar que el Chocó no es una sola historia de dolor, sino un universo diverso de talentos y creación. Con el líder musical Slather a la cabeza, su campaña nos mostró el poder de la música urbana y tradicional para hablar de paz.
- **Raíces de esperanza:** Este equipo pone como protagonistas las raíces ancestrales afro e indígenas porque consideran que son un anclaje de resistencia. Sus "círculos de alabaos y rap por la paz", fusionando la tradición de los mayores con la energía de los jóvenes, son una bellísima metáfora de un diálogo generacional que construye paz.
- **Juventud: Una realidad, no un futuro:** Esta propuesta de campaña de comunicaciones es un golpe sobre la mesa para exigir un asiento en el presente, no una promesa para el mañana. Su propuesta de "fanzines del territorio" hechos a mano es una herramienta poderosa y de bajo costo para democratizar la memoria.
- **Unidos construimos paz:** Este equipo, ancló su propuesta en la figura de Diego Luis Córdoba y la resiliencia de Bojayá para mostrar que la paz se construye tejiendo alianzas entre generaciones y sectores, convirtiendo a los jóvenes en "el enlace" para una paz sostenible e integral.

1.4 Norte de Santander: La apicultura, los abrazos y la memoria como acciones de vida

En una de las regiones más golpeadas por el conflicto reciente colombiano, donde más de 100.000 personas han sido desplazadas y miles de jóvenes permanecen en riesgo, cuatro equipos nos mostraron que la vida se afirma incluso en la adversidad.

- **Abraza la paz – Abraza la vida:** Este equipo propone un acto sencillo y revolucionario: el abrazo. Su campaña nos recuerda que, en medio de la guerra, abrazar es un acto de protección y reconstrucción del tejido social. Su "caravana del abrazo" es una movilización por la ternura.
- **La otra cara del conflicto:** Este equipo traza una ruta de paz real y sostenible: la apicultura. Con la historia de Leiber, un joven que lidera un equipo de rescate de abejas, quieren demostrar que cambiar la coca por miel no solo restaura la tierra, sino que restaura la vida. Este equipo nos recuerda que "la juventud es la colmena que poliniza la paz".
- **Juntos transformamos territorio en paz:** Este equipo pone el foco en la memoria histórica. Su propuesta de rescatar las historias locales del Catatumbo más allá de la estigmatización es un acto de justicia narrativa porque, para ellos, un joven no puede construir futuro si desconoce su pasado.
- **¡Jóvenes presente! Construyendo Catatumbo:** Este equipo quiere habitar el espacio público con sus cuerpos y sus voces. Con círculos artísticos de danza itinerante, buscan transformar las plazas en escenarios de paz. Su "Mandato Juvenil por la Paz del Catatumbo" es un ejemplo de cómo la expresión artística se convierte en incidencia política formal.

1.5 Nariño: La palabra, la unidad y el arte como caminos para recuperar la confianza

En el departamento con más de 870.000 víctimas del conflicto y una de las tasas más altas de desplazamiento forzado, tres equipos nos dieron lecciones de resiliencia y creatividad.

- **Parlámelo:** Este equipo enmarca su propuesta en una palabra y un formato: "Parlámelo". Con una "cabina móvil" que funcione como una emisora itinerante, que permita movilizar diálogos en torno a temas importantes para los jóvenes, y con el "cine paz" al aire libre, quieren demostrar que es posible recuperar la confianza de las familias cuando se les invita a hablar sin miedo.
- **Territorio unido por la paz:** Este equipo propone una respuesta radical contra el adultocentrismo: que los jóvenes creen sus propios medios de

comunicación. Su propuesta de periódicos escolares, pódcast y emisoras independientes es una apuesta por construir un ecosistema comunicativo juvenil autónomo.

- **Líderes Intiarte:** Este equipo se conecta con la fuerza del sol andino (*Inti*) y el arte. Tomaron la experiencia transformadora de la I.E.M. Artemio Mendoza Carvajal, un colegio que pasó de ser un territorio inseguro a un "Territorio de Paz", y con ese referente quieren mostrar que la cultura es la luz que ilumina el liderazgo juvenil.

2. El suelo común: un diagnóstico compartido

Estas 19 campañas, aunque diversas en sus formas, nacen de un mismo suelo común que debemos entender para que **GenerAcción Paz** tenga el arraigo necesario.

Las juventudes de estos cinco territorios:

- Son las principales víctimas del conflicto armado, representando un alto porcentaje de los más de 10 millones de colombianos en el Registro Único de Víctimas.
- Enfrentan una estigmatización perpetua que las reduce a "población en riesgo" o "futuros perpetradores".
- Son excluidas de los espacios de decisión por estructuras adultocéntricas (solo el 17% participa en la construcción de agendas públicas).
- Habitan territorios de ruralidad extrema, con brechas digitales y de conectividad abismales.
- Han demostrado que la creatividad y la solidaridad son sus recursos más abundantes.

GenerAcción Paz es la respuesta nacional a este diagnóstico, construida con las herramientas y los sueños que los propios territorios nos han entregado.

3. Campaña Nacional: GENERACIÓN PAZ

3.1 Nombre y eslogan

- Nombre: **GenerAcción Paz**
- Eslogan: Somos la fuerza que cambia la historia.

3.2 ¿Por qué esta campaña importa?

Esta campaña de comunicaciones para fortalecer los liderazgos juveniles en los Consejos de Paz del Chocó, Cauca, Nariño, Norte de Santander y Córdoba es una respuesta necesaria y urgente a una crisis humanitaria y de representación que afecta a millones de jóvenes colombianos. Datos de fuentes oficiales nos muestran la magnitud del desafío y la urgencia de nuestra apuesta:

La guerra tiene nombre joven: Las víctimas del conflicto armado en Colombia superan los 10.2 millones de personas, y las y los jóvenes de 12 a 28 años constituyen el 35% de ellas, siendo el desplazamiento forzado el que concentra el 88% de los registros de este grupo poblacional¹.

Una crisis humanitaria en números: Esta violencia no es abstracta. En el Cauca se concentró la mayor cantidad de casos de reclutamiento forzado de menores en 2025, con más de 100 casos reportados (de un total nacional de 257), en un contexto donde, como lo documenta la Defensoría, se han identificado múltiples alertas activas y patrones de violencia generalizados^{2 3}.

En Nariño, la situación es igual de crítica: en 2025 el departamento concentró el 7.3% del desplazamiento forzado nacional, y Tumaco registra la mayoría de las personas afectadas por minas antipersonal en el país^{4 5}. Finalmente, la crisis en el Catatumbo ha sido calificada como el mayor desplazamiento masivo en Colombia en los últimos 28 años, con más de 100.000 personas desplazadas (alcanzando cifras cercanas a 115.000), incluyendo a cerca de 20.000 niños, niñas y adolescentes⁶.

Marcos normativos que protegen el ejercicio de liderazgo de las juventudes: Frente a esta realidad, el derecho a la participación de los jóvenes en escenarios de incidencia y construcción de paz se ampara en herramientas legales que les reconocen como sujetos políticos de derecho. El Decreto Ley 885 de 2017 fortalece los Consejos Territoriales de Paz, Reconciliación y Convivencia (CTPRC) como espacios de asesoría para las autoridades locales. La Resolución 2250 (2015) del Consejo de Seguridad de la ONU reconoce a los jóvenes como actores clave en la prevención de conflictos y la construcción de paz. La Ley 1622 de 2013 (Estatuto de Ciudadanía Juvenil) reconoce a los jóvenes como agentes del desarrollo nacional en el presente, garantizando su participación e incidencia. La Ley 1448 de 2011 (Ley de Víctimas) establece medidas de reparación integral para las poblaciones más afectadas por el conflicto. El desarrollo de esta campaña implica y requiere el cumplimiento de estos marcos legales.

¹ Unidad para las Víctimas. (2026). Registro Único de Víctimas (RUV) - Boletín II semestre 2025. <https://datospaz.unidadvictimas.gov.co>

² Defensoría del Pueblo. (2026). Reclutamiento forzado de niñas, niños y adolescentes en Colombia durante 2025. <https://www.defensoria.gov.co>

³ Defensoría del Pueblo. (2025). Informe Cauca: Voces que resisten 2024-2025. https://www.defensoria.gov.co/documents/20123/3499940/Informe_Cauca-Voces-que-resisten-2024-2025.pdf

⁴ OCHA. (2026). Colombia: Briefing departamental, Nariño, enero a diciembre de 2025. <https://www.unocha.org/publications/report/colombia/colombia-briefing-departamental-narino-enero-diciembre-de-2025>

⁵ Acción Integral Contra Minas Antipersonal (AICMA). (2026). Estadísticas de víctimas por minas antipersonal. <https://www.accioncontraminas.gov.co/Estadisticas/estadisticas-de-victimas>

⁶ OCHA & UNICEF. (2025). Reporte de situación: Impacto humanitario por desplazamiento masivo en Catatumbo, Norte de Santander. <https://www.unocha.org>

3.3 Propósito de la campaña

Implementar una campaña de comunicaciones liderada por jóvenes que fortalezca su liderazgo a través de sus voces y acciones en los Consejos de Paz del Chocó, Cauca, Nariño, Norte de Santander y Córdoba, visibilizando su papel como actores estratégicos de la paz territorial e incidiendo en la agenda pública local y regional.

3.4 Objetivos

Objetivo general

Fortalecer, mediante una campaña de comunicaciones participativa y territorializada, los liderazgos juveniles en los Consejos de Paz del Chocó, Cauca, Nariño, Norte de Santander y Córdoba, promoviendo nuevas narrativas de paz e incidencia pública de estas instancias.

Objetivos específicos

1. Visibilizar el papel activo de las y los jóvenes en los CTPRC como actores estratégicos de la construcción de paz territorial.
2. Ampliar el reconocimiento público de los CTPRC entre la ciudadanía, las instituciones y los medios de comunicación de los territorios priorizados.
3. Promover narrativas propias sobre la paz desde las perspectivas de los jóvenes, alejándonos de los relatos hegemónicos de violencia.
4. Fortalecer las capacidades comunicativas de las y los jóvenes consejeros de paz para que puedan gestionar de manera autónoma y sostenida acciones comunicativas en sus territorios.

3.5 Mensajes clave

Mensaje central (para usar siempre)

GenerAcción Paz: Somos la fuerza que cambia la historia.

Mensajes de apoyo (por público y canal)

- **Para jóvenes (primario):** WhatsApp, TikTok, círculos de palabra: “No esperamos que nos den permiso. Actuamos. La paz es nuestra decisión.”
- **Para familias y docentes (secundario):** radio, perifoneo, reuniones escolares: “Apoyar a la juventud no es una concesión: es sumarse a la fuerza que ya está cambiando el territorio.”
- **Para autoridades y consejeros adultos (aliado):** Manifiesto físico, sesiones de CTPRC: “La historia de paz de este municipio la escribimos juntos, pero la fuerza la ponemos los jóvenes. ¿Nos acompañan?”
- **Llamada a la acción unificada:** “Únete a GenerAcción Paz. Cuenta tu historia, actúa en tu territorio, y haz que tu fuerza sea imparable.”

4. Plan de acción comunicativa (8 semanas, 3 momentos)

MOMENTO 1 – ACTIVACIÓN: «La fuerza se nombra» (Semanas 1-2)

En el marco de esta campaña de comunicaciones para fortalecer los liderazgos juveniles en los Consejos de Paz, se activan las siguientes acciones comunes:

- **Perifoneo de potencia:** En espacios públicos y con flujo de personas, se emite un sonido de tambor o golpe de tierra, seguido de la frase: “Hay una fuerza que está cambiando la historia. Muy pronto la vas a reconocer. GenerAcción Paz”.
- **Mural de las preguntas:** En escuelas, JAC y espacios comunitarios, se cuelgan pliegos con: “¿Qué fuerza tienen los jóvenes de tu vereda para cambiar la historia?” La comunidad responde con marcadores.
- **Lanzamiento en WhatsApp:** El día 7, todos los equipos cambian su foto de perfil por un puño cerrado con un brote verde y comparten el primer audio: “La fuerza que cambia la historia ya está aquí. Soy joven, soy paz, soy GenerAcción Paz”.

MOMENTO 2 – DESPLIEGUE: «La fuerza se muestra» (Semanas 3-6)

Cada territorio implementará al menos 3 de las siguientes acciones (adaptadas a sus recursos y cultura):

Acción	Descripción	Formato sugerido	¿De qué territorio la adoptamos?
Rostros que son Fuerza	Serie de retratos testimoniales de jóvenes consejeros.	Video de 60" (celular) o mensaje de audio	Nacional)
La Hora GenerAcción Paz	Microprograma radial semanal.	10-15' en emisora comunitaria.	Nacional
Olla de Fuerza Colectiva	Encuentro con comida, mural y círculo de palabra.	Registro en fotos y audio.	Córdoba
Radio a la Calle: Fuerza en Vivo	Programa radial al aire libre en plaza o cancha.	Megáfono, celular, entrevistas - cápsula radial	Nacional

Acción	Descripción	Formato sugerido	¿De qué territorio la adoptamos?
Tendal de las Historias	Cuerda donde colgar sueños escritos.	Instalación efímera + lectura.	Córdoba
Mural de la Fuerza Colectiva	Mural colaborativo en un muro visible.	Pintura colectiva con vecinos.	Chocó, Nariño
Cabina Parlámelo	Estructura portátil para grabar audios de esperanza.	Carpa o caja decorada + celular.	Nariño
Zumbidos de Libertad	Cápsulas radiales sobre apicultura y alternativas lícitas.	Audio de 90"	Norte de Santander

Adaptaciones territoriales de estas acciones

- Cauca: Los círculos de palabra incluirán rituales de armonización y uso de nasa yuwe.
- Córdoba: Las ollas comunitarias se acompañan de porro, puya y perifoneo en bicicleta.
- Chocó: Los murales incorporan códigos QR (donde hay WiFi) con audios de alabaos o rap.
- Nariño: Articular con emisoras indígenas y pastusas; usar el bordado como metáfora visual en los murales.
- Norte de Santander (Catatumbo): Priorizar perifoneo en motocarro y Emisoras de Paz de RTVC.

MOMENTO 3 – CIERRE Y MEMORIA: «La fuerza se entrega» (Semanas 7-8)

- Entrega territorial del «Manifiesto GenerAcción Paz»: Documento físico (fanzine o cartilla) que resume las propuestas de paz y las acciones realizadas, **presentado formalmente ante el CTPRC municipal o departamental, con cubrimiento de radio local.**
- Festival «Fuerza Joven, Territorio Vivo»: Un día de arte, trueque de semillas, exposición de murales y lectura del manifiesto. Se invita a medios comunitarios y a consejeros adultos.
- Reseñas - visibilización nacional: Los equipos locales publican en redes sociales reseñas y memorias de los actos y/o de las sesiones de entrega territorial del «Manifiesto GenerAcción Paz» en cada CTPRC (fotos, audios, listas, manifiestos)

5. Piezas comunicativas básicas (replicables con recursos mínimos)

Pieza	Formato	Duración / Tamaño	Mínimos de producción	Territorio
Semilla de fuerza	Audio (cápsula radial / nota de voz)	60-90 segundos	Celular grabado en ambiente silencioso	Nacional
Rostro que es fuerza	Foto + frase manuscrita	1 foto, 1 cartulina	Celular, marcador, cartulina	Nacional
Mural efímero	Intervención colectiva	Variable (2-5 m ²)	Pintura, pinceles, rodillos	Nacional
Fanzine del territorio	Publicación artesanal	8 páginas (doble carta)	Fotocopias (blanco y negro), grapas.	Chocó
Kit GenerAcción	Guía impresa o digital	8 páginas (mitad texto, mitad dibujos)	Fotocopias o PDF.	Nacional

En la primera página del Kit GenerAcción se incluirá la siguiente frase: *“Este kit es una herramienta de la campaña de comunicaciones para fortalecer los liderazgos juveniles en los Consejos de Paz del Chocó, Cauca, Nariño, Norte de Santander y Córdoba. Úsalo, adáptalo, compártelo.”*

6. Canales y medios (por orden de prioridad)

Canal	Justificación	Pieza típica
Radio comunitaria y Emisoras de Paz	Cobertura urbana y rural, bajo costo, credibilidad arraigada.	Cuña de 30", microprograma semanal, entrevista en vivo.
Perifoneo local	Llega a lugares sin internet, crea expectativa.	Audio de 1 minuto en días y/o en momentos en las comunidades.
WhatsApp	Penetración total, funciona con 2G, confianza interpersonal.	Notas de voz, flyers, cadena de reenvío.
Murales y vallas artesanales	Memoria duradera, apropiación del espacio público.	Acá la creatividad da muchas posibilidades.
TikTok / Instagram	Alcance juvenil urbano y periurbano.	Reel de 30" con música local y llamado a la acción.
Espacios presenciales	Escuelas, JAC, canchas, muelles, casas comunales.	Círculo de palabra, mural colectivo, espacios deportivos, olla comunitaria.

7. Público objetivo (segmentación nacional)

Tipo	Descripción	Mensaje clave	Canal más efectivo
Primario	Jóvenes de 14 a 28 años, rurales y urbanos.	"La fuerza que cambia la historia eres tú. Actúa."	WhatsApp, TikTok, círculos de palabra.
Secundario	Familias, docentes, líderes de JAC, cabildos.	"Apoyar a la juventud es multiplicar la fuerza del territorio."	Radio, perifoneo, ollas comunitarias.

Tipo	Descripción	Mensaje clave	Canal más efectivo
Aliado	Consejeros adultos de CTPRC, alcaldías, Defensoría, cooperación internacional.	“La historia de paz se cambia con quienes tienen la fuerza: los jóvenes.”	Manifiesto físico, reuniones técnicas, cartilla.

8. Recomendaciones estratégicas para la implementación

8.1 Riesgos identificados y estrategias de mitigación

Riesgo	Mitigación
Seguridad de líderes juveniles en zonas de conflicto activo	<ul style="list-style-type: none"> ● Enfoque de paz colectiva y cultural (evitar señalamientos). ● Respaldo de la Defensoría, Personería, Guardia Indígena o JAC. ● Protocolo de seguridad digital (privacidad en redes, no compartir ubicaciones en tiempo real) y rutas de atención psicosocial.
Estigmatización del territorio y sus juventudes	<ul style="list-style-type: none"> ● Enfatizar el rol de resiliencia, biodiversidad y cultura de paz. ● Destacar historias concretas como la de Leiber (apicultor), el proyecto Pollos Broiler, las Tibuyanas Sororas o la Escuela de Danza de Tibú. ● Involucrar a líderes comunitarios reconocidos como aliados y voceros.
Deserción y agotamiento de los equipos juveniles	<ul style="list-style-type: none"> ● Distribuir roles y responsabilidades claramente. ● Establecer acuerdos colectivos sobre cargas de trabajo. ● Gestionar con instituciones aliadas el reconocimiento de gastos mínimos de transporte y alimentación. ● Celebrar los logros parciales para mantener la motivación.

Riesgo	Mitigación
Brechas digitales y de conectividad en la ruralidad dispersa	<ul style="list-style-type: none"> ● Priorizar canales análogos y comunitarios: radio, perifoneo, murales, buzones físicos. ● Usar lo digital solo como amplificador complementario. ● Diseñar contenidos que funcionen sin internet (audios descargables, piezas impresas).
Apropiación instrumental de las narrativas juveniles	<ul style="list-style-type: none"> ● Registrar la autoría colectiva de todos los contenidos. ● Establecer acuerdos formales por escrito sobre los términos de uso. ● Mantener el control editorial en manos de los jóvenes equipos.

8.2 Potencialidades para maximizar

La riqueza cultural como ventaja comunicativa: Alabaos, porros, currulaos, nasa yuwe, bambucos, rap campesino... Nuestros territorios son una potencia narrativa.

- Red de Emisoras de Paz de RTVC: Un legado del Acuerdo de Paz que nos brinda espacios gratuitos y de alta cobertura.
- Red de radios comunitarias (RADAR, ACIN, Red Barule, Sindamanoy): Nuestros aliados estratégicos para la difusión.
- El poder del WhatsApp y las cadenas de voz: En la ruralidad, la nota de voz de 2 minutos es el formato más efectivo de todos.
- La energía política de nuestra generación es un capital inmenso que debemos canalizar hacia los CTPRC.

9. Aprendizajes del proceso colectivo: la potencia de la diversidad

Las y los participantes de los cinco territorios, reunidos a través de este documento, nos han dejado tres grandes enseñanzas que resumen el alma de GenerAcción Paz:

La fuerza no es violencia, es decisión colectiva: Cambiar la historia no requiere fusiles, requiere organizarse, escucharse y actuar juntos. Cada mural, cada audio, cada abrazo es un acto de poder popular, como nos lo demostraron las campañas diseñadas de forma participativa con el acompañamiento del equipo de comunicaciones de FICONPAZ.

La historia no la cambian los héroes solitarios, la cambian las acciones organizadas: La lección del joven apicultor Leiber en el Catatumbo, el gimnasio de

calistenia de Jhonatan en el Cauca, la "cabina móvil" del equipo de PARLÁMELO en Nariño, la validación de universo diverso de talentos y creación en Chocó y el "tendal de sueños" de JOVENLABP en Córdoba nos demuestran que la fuerza más potente es la de la diversidad articulada.

El cambio ya empezó, solo que no lo habían contado: Esta campaña no inventó liderazgos; los visibilizó. Por eso el eslogan no es una promesa, es una constatación. La fuerza de la que hablamos ya estaba allí, en cada rincón de estos territorios, esperando ser reconocida.

10. Cierre: 138 semillas que germinan una nación

GenerAcción Paz es, ante todo, una campaña de comunicaciones para fortalecer los liderazgos juveniles en los Consejos de Paz del Chocó, Cauca, Nariño, Norte de Santander y Córdoba. Pero más que un documento o un conjunto de acciones, es un movimiento que ya está en marcha.

Es el abrazo de un joven en el Catatumbo, la nota de voz de una lideresa en el Chocó, el zumbido de las abejas en un proyecto apícola en Tibú, la pintura fresca de un mural en una escuela de Pasto, la música del porro en una olla comunitaria de Córdoba y el sonido del nasa yuwe en un círculo de palabra del Cauca.

Ustedes, los 138 creadores y los miles que se sumarán, son esa fuerza. La historia de paz de Colombia la cambian ustedes, cada día, en cada rincón de estos territorios.

¡GenerAcciónPaz!
Somos la fuerza que cambia la historia.
[#GeneraciónPaz](#)

**Fortalecimiento del Enfoque Juvenil
en los Consejos Territoriales de Paz (CTPRC)**



2026