



CAMPANAS DE COMUNICACIONES CAUCA

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

CONTENIDO:

1. PRESENTACIÓN DE LAS CAMPAÑAS COMUNICACIONALES DISEÑADAS DE MANERA PARTICIPATIVA CON JÓVENES DEL CAUCA.....	3
2. RESUMEN ESTRATÉGICO DE LAS CUATRO CAMPAÑAS.....	3
3. CAMPAÑAS COCREADAS CON LAS Y LOS JÓVENES PARA LA PROMOCIÓN DE NUEVOS LIDERAZGOS Y NUEVAS NARRATIVAS DE JÓVENES PARA LA CONSTRUCCIÓN DE PAZ.....	6
CAMPAÑA 1: HABLEMOS PARA SANAR.....	6
CAMPAÑA 2: CAUCA TE ESCUCHA - TU VOZ CONSTRUYE PAZ.....	11
CAMPAÑA 3: AMOR QUE CONECTA CON LA PAZ.....	15
CAMPAÑA 4: TEJIENDO LIDERAZGOS QUE CONSTRUYEN PAZ.....	20
4. RECOMENDACIONES ESTRATÉGICAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN.....	23
4.1 Riesgos identificados y estrategias de mitigación.....	24
4.2 Potencialidades para maximizar.....	26
4.3 Oportunidades del contexto para capitalizar.....	27
4.4 Logros prospectivos sugeridos desde una visión comunicacional.....	28
4.5 Recomendaciones finales para los equipos.....	30

1. PRESENTACIÓN DE LAS CAMPAÑAS COMUNICACIONALES DISEÑADAS DE MANERA PARTICIPATIVA CON JÓVENES DEL CAUCA

El departamento del Cauca, en el suroccidente colombiano, es un territorio de profunda riqueza étnica y cultural —pueblo Nasa, Guambiana, afrodescendiente, entre otros— pero también un escenario donde el conflicto armado ha dejado heridas profundas y persistentes. Más de 117.800 niños, niñas y adolescentes han sido registrados como víctimas directas del conflicto en esta región. Las cifras de reclutamiento forzado en el norte del Cauca superan los 817 casos entre 2017 y 2024, y las dinámicas de control territorial ejercidas por diversos grupos armados ilegales han fragmentado el tejido comunitario y limitado las posibilidades de participación juvenil.

En este contexto de adversidad, cuatro equipos de jóvenes caucanos han decidido tomar la palabra —y el arte, el deporte, el diálogo y la memoria— como herramientas de transformación. Este documento presenta y analiza las cuatro campañas comunicacionales que han sido diseñadas de manera participativa por estos equipos, como parte del fortalecimiento de los Consejos Territoriales de Paz, Reconciliación y Convivencia (CTPRC) en el departamento. Las campañas son:

- 1. Hablemos para sanar**
- 2. Cauca te escucha**
- 3. Amor que conecta con la paz**
- 4. Tejiendo liderazgos que construyen paz**

Estas cuatro campañas constituyen la evidencia tangible del resultado esperado por la iniciativa: “Número de campañas comunicacionales diseñadas de manera participativa con los jóvenes”. Cada una de ellas responde, con un lenguaje propio y una estrategia adaptada a su territorio, al objetivo general de fortalecer la participación de las y los jóvenes en los CTPRC, incluyendo sus agendas en los planes de acción municipales y departamentales, promoviendo el relevo generacional y aportando a la construcción de nuevas narrativas de paz. Asimismo, desarrollan el objetivo específico de impulsar nuevos liderazgos juveniles y transformar narrativas de paz en los CTPRC, mediante procesos participativos, comunicación estratégica y construcción colectiva de mensajes.

2. RESUMEN ESTRATÉGICO DE LAS CUATRO CAMPAÑAS

Las cuatro campañas que se presentan en este documento emergen de un mismo suelo fértil: la convicción de que la comunicación es una herramienta política de primer orden para la construcción de paz, y de que las juventudes caucanas no son “el futuro” sino el presente de la reconciliación. Sin embargo, cada una de ellas expresa esta convicción con un acento propio, una identidad territorial particular y una apuesta creativa diferenciada. El siguiente resumen ofrece una visión panorámica, estratégica y comparada de las cuatro iniciativas, permitiendo identificar sus convergencias, sus complementariedades y su potencial colectivo de transformación.

Criterio	Hablemos para sanar	Cauca te escucha – Tu voz construye paz	Amor que conecta con la paz	Tejiendo liderazgos que construyen paz
Equipo	8 jóvenes: Alexandra Lasso Noguera, Blanca Mera Ambulla, Celsa Escobar Gómez, Jhon Nelson Muñoz Gutiérrez, Karol Viviana Yule Trujillo, María Lenis Popayán Díaz, Paola Altamirano Noriega, Suray Andrea García Restrepo	6 jóvenes: Alexandra Burgos, Idariel Menza, Jasmin Ararat, Jhonatan Pardo, Miguel Mendoza, Surey Quiñónez	10 jóvenes: Brayan David Fernández, Carolina Sandoval, Germán Hoyos, Harold Yule, Issabella Camacho, Iván Ayala, Jhonattán Bonilla, Jorge Gutiérrez, Kaleth Ascué, Vilma Lorena Motta	9 jóvenes: Anderson Elvan Medina, Brisol Yuliana Noscue, David Ferreira, Debemei Taquinas Hurtado, Deysy Gómez Balanta, Genny Orozco Yatecue, Johan David Arce, Mariana Alejandra Peña, Mariann José Hurtado Tobar n
Mensaje central	“Nuestra palabra sana las diferencias: dialogar en el Cauca es construir paz”	“En el Cauca, escuchar a la juventud es sembrar paz duradera”	“El amor comunitario teje la red que protege la vida de la juventud caucana”	“Hilos jóvenes tejiendo liderazgos para sembrar la paz del Cauca rural”
Objetivo	Fomentar la escucha activa y el diálogo empático como herramientas de resolución pacífica de conflictos en instituciones educativas, para incidir en la agenda de los CTPRC	Involucrar a juventudes rurales, familias y sectores sexodiversos en la formulación de propuestas de reconciliación dentro del CTPRC, incidiendo en políticas locales de desarrollo	Fortalecer liderazgos juveniles rurales mediante relaciones seguras, respetuosas y protectoras basadas en el cuidado colectivo para mitigar la violencia armada y el aislamiento emocional	Movilizar a las juventudes rurales de instituciones educativas hacia la apropiación de liderazgos comunales y la incidencia activa dentro de los CTPRC municipales

Resultado esperado	Microprograma radial “Minutos de Convivencia” emitido; “Muro del Mensaje Positivo” instalado; buzón viajero de la paz; liderazgos escolares preparados para ocupar cupos en CTPRC	Cápsula radial “Fuerza para la paz” emitida; conversatorio “Voces sin etiquetas”; encuentros de calistenia; “Documento de Propuestas Juveniles para la Convivencia” entregado al CTPRC	Cápsulas radiales “La palabra protectora” en Radio Pa’yumat y Radio Campesina; lienzos itinerantes de la memoria; cartilla de sistematización entregada al CTPRC	Mural colectivo; perifoneo veredal con entrevistas a líderes; red de comunicaciones intermunicipal; memoria fotográfica entregada a los CTPRC
Canales clave	Emisoras escolares y comunitarias, murales escolares, WhatsApp, TikTok, Facebook, buzón viajero de cartón	Radio comunitaria, perifoneo, recorridos territoriales, WhatsApp, Instagram (@pardo_fit), encuentros deportivos de calistenia	Radio Pa’yumat (101.0 FM), Radio Campesina de Inzá (88.9 FM), WhatsApp, Facebook, Instagram, lienzos itinerantes, círculos de palabra	Perifoneo veredal, Juntas de Acción Comunal, talleres escolares, WhatsApp, Instagram, Facebook, mural colectivo
Duración	8 semanas (3 momentos: activación, despliegue, cierre)	8 semanas (3 momentos: activación, despliegue, cierre y memoria)	8 semanas (3 momentos: activación, despliegue, cierre y memoria)	8 semanas (3 momentos: activación, despliegue, cierre y memoria)

Como puede apreciarse en el cuadro anterior, las cuatro campañas comparten una arquitectura temporal similar —ocho semanas distribuidas en tres momentos estratégicos— y convergen en la apuesta por canales híbridos que combinan lo análogo (radio comunitaria, perifoneo, murales, círculos de palabra, lienzos itinerantes) y lo digital (WhatsApp, TikTok, Facebook, Instagram).

Esta convergencia no es casual: refleja una comprensión compartida de las condiciones territoriales del Cauca —ruralidad dispersa (60% de la población fuera de cabeceras), conectividad intermitente en zonas como el norte y el oriente, presencia de grupos armados que limitan la movilidad y la seguridad— y una lógica común de comunicación para el desarrollo que privilegia la voz propia, la identidad cultural (Nasa

Yuwe, música tradicional, deporte, memoria histórica) y la participación activa de las comunidades.

Desde el punto de vista del objetivo de la iniciativa, las cuatro campañas se articulan de manera directa con la meta de fortalecer la participación de las y los jóvenes en los CTPRC y en procesos de construcción de paz, incluyendo sus agendas en los planes de acción municipales y departamentales. Cada campaña, con su estilo particular, busca que los jóvenes no solo sean representados, sino que lideren la agenda de paz:

- “Hablemos para sanar” lo hace desde la escuela y la pedagogía del diálogo, formando a estudiantes de 12 a 18 años como sujetos políticos capaces de ocupar los espacios de los CTPRC y transformar la convivencia escolar en incidencia institucional.
- “Cauca te escucha – Tu voz construye paz” lo hace desde el deporte y la inclusión de la diversidad sexual, utilizando la calistenia como metáfora de superación de la “gravedad” de la violencia y visibilizando a las poblaciones con diversas orientaciones sexuales, identidades de género y expresiones de género como agentes activos de reconciliación en el territorio.
- “Amor que conecta con la paz” lo hace desde el cuidado emocional y la memoria cultural, tejiendo redes de afecto y protección colectiva para contrarrestar el aislamiento que los grupos armados explotan para el reclutamiento forzado, anclado en las resistencias históricas del Cauca (como el acuerdo de paz de Caloto de 1990).
- “Tejiendo liderazgos que construyen paz” lo hace desde la metáfora del tejido y la organización comunal, recuperando la cosmogonía Nasa del tejido como pensamiento colectivo y articulando los liderazgos juveniles con las Juntas de Acción Comunal y los CTPRC.

El conjunto de las cuatro campañas constituye, por sí mismo, un resultado de primer orden: son cuatro campañas comunicacionales diseñadas de manera participativa con los jóvenes del Cauca, lo que responde directamente al indicador de resultado establecido en el marco de la iniciativa. Pero más allá del número, lo que estas campañas representan es la evidencia viva de que cuando se le da espacio, tiempo y confianza a la juventud caucana —en medio del conflicto, la estigmatización y la ruralidad dispersa—, esta produce ideas complejas, viables, profundamente humanas y estratégicamente sólidas, capaces de dialogar tanto con un estudiante de una vereda como con un consejero de paz o un cabildo indígena.

3. CAMPAÑAS COCREADAS CON LAS Y LOS JÓVENES PARA LA PROMOCIÓN DE NUEVOS LIDERAZGOS Y NUEVAS NARRATIVAS DE JÓVENES PARA LA CONSTRUCCIÓN DE PAZ

CAMPAÑA 1: HABLEMOS PARA SANAR

1. EQUIPO CREADOR

- Alexandra Lasso Noguera

- Blanca Mera Ambuila
- Celsa Escobar Gómez
- Jhon Nelson Muñoz Gutiérrez
- Karol Viviana Yule Trujillo
- María Lenis Popayán Díaz
- Paola Altamirano Noriega
- Suray Andrea García Restrepo

2. TERRITORIO DE LA PROPUESTA

Cauca

3. NOMBRE DE LA CAMPAÑA

HABLEMOS PARA SANAR

La campaña se denomina "Hablemos para sanar". Este nombre tiene gran fuerza simbólica al concebir el diálogo como un elemento sanador y reparador de la confianza. En entornos marcados por tensiones, proponer la palabra como medicina social constituye un acto de resistencia pacífica que fortalece la cohesión y el reencuentro de la comunidad educativa.

4. ¿POR QUÉ ESTA CAMPAÑA IMPORTA?

El Cauca afronta dinámicas de conflicto que afectan de forma grave e histórica a la niñez y la juventud. El Registro Único de Víctimas reporta más de 117.800 niños, niñas y adolescentes víctimas en este departamento. Nacionalmente, los jóvenes de 12 a 28 años representan el 35.3% de las víctimas del conflicto armado, concentrando el 88% de los desplazamientos forzados. Esta realidad exige iniciativas que reconozcan a la juventud no solo como sujeto de atención bajo la Ley 1448, sino como actor transformador de sus entornos locales.

La implementación de los Acuerdos de Paz facilitó la reforma de los Consejos Territoriales de Paz mediante el Decreto Ley 885 de 2017, consolidando a los CTPRC como los espacios consultivos y de concertación más plurales a nivel municipal. No obstante, la incidencia real de la juventud rural suele verse limitada por barreras institucionales, geográficas y de conectividad.

"Hablemos para sanar" importa porque actúa como un puente escolar de participación ciudadana. Al implementar la escucha empática en las aulas, se forma a nuevos líderes capaces de ocupar los cupos asignados a organizaciones de jóvenes en los CTPRC, garantizando la construcción de una paz estable desde la base rural.

5. LAS HISTORIAS QUE MERECE SER CONTADAS

La campaña tiene su motor narrativo en relatos reales de jóvenes del Cauca participando en dinámicas de paz escolar y en las asambleas de los CTPRC. El equipo busca visibilizar cómo el acuerdo mutuo supera las diferencias diarias en el territorio.

Se sugiere traducir estas historias en formatos realizables con recursos mínimos:

- Microprograma radial ("Minutos de Convivencia"): Cápsulas de audio de 2 minutos grabadas con teléfonos móviles comunes. Un líder de la región compartirá un relato corto de mediación de conflictos en su escuela o vereda. Se difundirán mediante emisoras escolares y comunitarias, aliadas clave del posacuerdo.
- Teatro breve ("El patio de la escucha"): Dramatizaciones de 5 minutos interpretadas por estudiantes durante el recreo, representando una disputa común y su resolución dialogada, empleando únicamente el cuerpo, la voz y los recursos disponibles en el aula.

6. PROPÓSITO DE LA CAMPAÑA

Fomentar entre las y los jóvenes de las instituciones educativas del Cauca la escucha activa y el diálogo empático como herramientas de resolución pacífica de conflictos, para transformar la convivencia escolar e incidir en la agenda de los Consejos Territoriales de Paz, Reconciliación y Convivencia de sus municipios.

Este propósito responde a la misión legal de los CTPRC de promover una cultura de reconciliación y no estigmatización en el ámbito local. Así, la campaña prepara los liderazgos que relevarán a los delegados civiles de la juventud ante estos espacios de diálogo.

7. MENSAJES CLAVE

Mensaje central:

“Nuestra palabra sana las diferencias: dialogar en el Cauca es construir paz.”

Justificación de elección: Este mensaje (de once palabras) conecta directamente el diálogo con el valor terapéutico del nombre de la campaña, situándolo en el contexto territorial.

Mensajes de apoyo:

1. “La paz empieza en el aula: un buen diálogo desarma el peor conflicto.” (Para radio escolar y estados de WhatsApp).
2. “Escuchar para comprender: sanar el tejido social es tarea de todos.” (Para carteleras de las escuelas).
3. “De la escuela al Consejo de Paz: la juventud lidera la reconciliación.” (Para motivar incidencia ciudadana en los CTPRC).

Llamada a la acción: “¡Súmate al diálogo, comparte tu mensaje y sanemos juntos el Cauca!”

8. PLAN DE ACCIÓN COMUNICATIVA

La campaña se desarrollará durante ocho semanas, articulando la actividad escolar y la difusión comunitaria:

- **Momento 1 — Activación** (Semanas 1-2): "La palabra toma fuerza"

- Acción del equipo: Instalación física del "Muro del Mensaje Positivo" con carteleras de papel periódico en los patios escolares para compartir mensajes de empatía y reconciliación de los estudiantes.
- Sugerencia añadida: Incorporar un "buzón viajero de la paz" hecho de cartón reciclado, que recorrerá las aulas recolectando de forma anónima historias escolares de diálogo y convivencia.
- **Momento 2 — Despliegue** (Semanas 3-6): "Voces en movimiento"
 - Acción del equipo: Emisión de la serie "Minutos de Convivencia" en emisoras escolares y comunitarias, junto a dramatizados culturales presenciales sobre resolución pacífica de conflictos. Difusión de contenidos en TikTok, Facebook y WhatsApp.
 - Detalles de implementación: Alexandra, Jhon Nelson y Karol coordinarán grabaciones telefónicas; Paola y Suray adaptarán guiones; Celsa, Blanca y Maria Lenis guiarán las dramatizaciones de los viernes culturales sin costos presupuestales.
- **Momento 3 — Cierre y memoria** (Semanas 7-8): "La cosecha del diálogo"

9. CANALES Y MEDIOS

Para asegurar la circulación en veredas rurales con baja conectividad, se propone un esquema de medios integrados:

Tipo de canal	Canal específico	Pieza o acción sugerida	Justificación de viabilidad
Análogos y comunitarios	Emisoras escolares y comunitarias.	Microprograma radial "Minutos de Convivencia" de 2 minutos.	Es el canal de comunicación con mayor cobertura y confianza en las veredas del Cauca.
Análogos y comunitarios	Muros e infraestructura escolar.	Cartelera interactiva "Muro del Mensaje Positivo" de papel.	No requiere conectividad; promueve la participación directa y diaria del alumnado.
Análogos y comunitarios	Jornadas culturales presenciales.	Representaciones teatrales rápidas sobre resolución de conflictos.	Permite usar la expresión corporal sin requerir recursos financieros.

Digitales	Aplicación WhatsApp	Mensajes de voz ligeros en formato MP3 enviados a grupos.	Consume mínimos datos de navegación celular y circula de forma ágil de vereda a vereda.
Digitales	Redes de TikTok y Facebook	Videos cortos de 45 segundos registrando los dramatizados.	Conecta el mensaje con el público joven mediante formatos dinámicos y cotidianos.

10. Públicos objetivo (Mapa de audiencias)

La segmentación permite enfocar de manera eficaz las piezas y canales para el territorio:

Tipo de público	Descripción	Mensaje clave sugerido	Canal más efectivo
Público primario	Estudiantes de 12 a 18 años de las veredas.	“Tu palabra cuenta para sanar el aula: un buen diálogo cambia un conflicto.”	Emisoras escolares, murales y videos de TikTok.
Público secundario	Docentes, directivos y familias rurales.	“Acompañemos el diálogo de nuestros jóvenes: la paz se siembra en la casa y la escuela.”	Reuniones escolares y grupos de WhatsApp de padres.
Público aliado	Consejeros del CTPRC y redes de líderes.	“De la escuela al Consejo de Paz: la juventud lidera la reconciliación del Cauca.”	Sesiones ordinarias del CTPRC y emisoras comunitarias.

11. APRENDIZAJES DEL PROCESO COLECTIVO

La experiencia de diálogo e integración de este equipo juvenil confirma que comunicar participativamente es también hacer paz. Se destacan tres aprendizajes clave del proceso:

- El consenso plural: Lograr acuerdos unificando diversas visiones refleja la juntanza pacífica y el respeto intercultural que el departamento del Cauca requiere en sus espacios sociales.
- La palabra sanadora: Diseñar narraciones con enfoque local ayuda a las juventudes víctimas a reconstruir la confianza comunitaria y sanar afectaciones históricas.

- La autonomía organizativa: Demuestra que los jóvenes tienen capacidad técnica y empuje para liderar procesos sin necesidad de presupuestos complejos, basándose en la solidaridad de su territorio.
-

CAMPAÑA 2: CAUCA TE ESCUCHA - TU VOZ CONSTRUYE PAZ

1. EQUIPO CREADOR

- Alexandra Burgos
- Idariel Menza
- Jasmin Ararat
- Jhonatan Pardo
- Miguel Mendoza
- Surey Quiñónez

2. TERRITORIO DE LA PROPUESTA

Cauca.

3. NOMBRE DE LA CAMPAÑA:

CAUCA TE ESCUCHA - TU VOZ CONSTRUYE PAZ

El nombre elegido por el equipo posee un alto potencial simbólico y una gran fuerza movilizadora. Al posicionar la escucha como una acción transformadora de doble vía, la campaña subvierte la narrativa tradicional de la marginación: el territorio no solo tiene necesidades y dolores, sino que posee propuestas, saberes y una capacidad de incidencia real dentro de los espacios formales de participación ciudadana.

4. ¿POR QUÉ ESTA CAMPAÑA IMPORTA?

La participación de las juventudes en el Cauca representa una alternativa de vida e inclusión social indispensable. El territorio caucano es predominantemente rural, con un 60.13% de su población asentada fuera de las cabeceras urbanas. En esta ruralidad dispersa, las juventudes han sufrido de manera desproporcionada las consecuencias del conflicto; cifras oficiales señalan que en el Cauca existen más de 117.800 niños, niñas y adolescentes registrados como víctimas directas del conflicto armado. Asimismo, riesgos críticos como el reclutamiento forzado por parte de grupos armados ilegales amenazan constantemente el tejido comunitario, reportándose más de 817 casos de menores indígenas reclutados entre 2017 y 2024 en el norte del departamento.

Ante este panorama, fortalecer la incidencia de las y los nuevos líderes juveniles en los Consejos Territoriales de Paz, Reconciliación y Convivencia (CTPRC) resulta imperativo. Los CTPRC, reformados por el Decreto Ley 885 de 2017, son los espacios formales de consulta ciudadana creados para asesorar a los gobiernos locales en la implementación del Acuerdo Final de Paz y la formulación de políticas de reconciliación y no estigmatización. La propuesta de comunicación diseñada por el equipo es clave porque permite tender un puente directo entre el potencial transformador de las

juventudes rurales y estos mecanismos institucionales de planeación y control social, permitiéndoles incidir de forma directa en el desarrollo de sus municipios.

De manera complementaria, el enfoque de la campaña en la población diversa se alinea con las demandas de justicia y reparación en el suroccidente del país. En el norte del Cauca, la Jurisdicción Especial para la Paz (JEP) ha acreditado a personas de la comunidad LGBTIQ+ como víctimas de persecución motivada por su identidad de género en el marco del conflicto. Las organizaciones de la diversidad sexual han demostrado ser históricamente agentes activas de reconstrucción comunitaria y reconciliación social. Por lo tanto, visibilizar estas identidades en los procesos de paz locales enriquece la democracia participativa y promueve la superación definitiva de la discriminación en los territorios rurales marginados.

5. LAS HISTORIAS QUE MERECE SER CONTADAS

La campaña asume como su núcleo narrativo dos relatos de resiliencia que encarnan la capacidad de reexistencia juvenil del Cauca:

El primer relato es la historia de Jhonatan Pardo (reconocido en entornos digitales como @pardo_fit), un joven líder que construyó con sus propias manos su gimnasio de calistenia y hoy promueve esta disciplina deportiva como una herramienta de vida, salud y protección para la niñez y la juventud de su comunidad, alejándolos de los entornos de violencia mediante el uso del peso corporal y la gravedad como formas de resistencia. La segunda narrativa aborda la inclusión y el liderazgo activo de la población sexodiversa, destacando sus aportes en la construcción de escenarios comunitarios de paz y reconstrucción colectiva en los territorios rurales del departamento.

Para circular estas realidades con recursos comunitarios mínimos en zonas de conectividad limitada, se sugieren los siguientes formatos comunicativos de bajo costo:

- **La cápsula de radio comunitaria "Fuerza para la paz":** Una producción en audio de 1.5 a 2 minutos de duración. Utilizando un teléfono celular para grabar el sonido ambiente de las barras metálicas del gimnasio artesanal, se narra en voz del líder juvenil cómo la calistenia ayuda a resistir la gravedad del propio peso, convirtiéndolo en una metáfora sobre cómo la juventud puede superar colectivamente las presiones del entorno violento. Este formato es ideal para ser transmitido por las emisoras comunitarias del departamento y difundido como mensaje de voz en WhatsApp.
- **El conversatorio testimonial "Voces sin etiquetas":** Un espacio de diálogo presencial que se ejecuta al finalizar una jornada deportiva comunitaria en las canchas de las veredas. Utilizando un megáfono portátil, líderes juveniles de sectores sexodiversos y deportistas locales comparten sus experiencias sobre el respeto, la diversidad y el rol de las identidades OSIGEG en la reconstrucción del tejido social rural. Este formato requiere recursos mínimos de infraestructura y aprovecha los puntos de encuentro naturales del territorio para generar confianza de forma directa.

6. PROPÓSITO DE LA CAMPAÑA

Involucrar a las juventudes rurales y urbanas, las familias y los sectores sexodiversos del Cauca en la formulación y concertación de propuestas colectivas de reconciliación dentro del Consejo Territorial de Paz, Reconciliación y Convivencia para incidir de manera directa en las políticas locales de desarrollo y convivencia pacífica.

Este propósito se articula estrechamente con la agenda de los CTPRC en el departamento, los cuales requieren de insumos y participación comunitaria real para ejercer su rol de asesoría en la formulación de los Planes de Desarrollo Municipales y asegurar la correcta veeduría y descentralización de los recursos del posconflicto destinados al progreso y desarrollo de los territorios rurales afectados por la violencia.

7. MENSAJES CLAVE

- Mensaje central: "En el Cauca, escuchar a la juventud es sembrar paz duradera."
 1. Justificación: Este mensaje sintetiza la idea de la escucha activa y asume el concepto tradicional de las juventudes como las "semillas" del futuro territorial, una metáfora profundamente valorada en los procesos organizativos del Cauca.
- Mensajes de apoyo:
 1. "La fuerza de nuestra juventud no carga armas; sostiene ideas, deporte y reconciliación" (Diseñado para vallas artesanales de madera en las veredas y para historias de Instagram).
 2. "El diálogo florece cuando respetamos la diferencia: las juventudes diversas construyen territorio" (Ideal para ser leído en cuñas de radio comunitaria y compartido en grupos locales).
 3. "Tu palabra cuenta en el Consejo de Paz: hablemos hoy para decidir el mañana de nuestra vereda" (Pensado para la difusión de voz a voz y afiches comunitarios).
- Llamada a la acción: "¡Únete al Consejo de Paz local y haz que tu propuesta sea el camino de nuestra reconciliación!".

8. PLAN DE ACCIÓN COMUNICATIVA

- **Momento 1 — Activación (Semanas 1-2):** "La Voz de la Expectativa" El objetivo es capturar el interés de la población rural. Se arranca con el "Perifoneo de la Pregunta", donde, utilizando los altavoces de las tiendas locales o motocarros se difunden preguntas reflexivas sin revelar el nombre de la campaña (por ejemplo: "¿Quién escucha las propuestas de la juventud en nuestra vereda?"). Al mismo tiempo, el equipo creador realiza recorridos territoriales entregando volantes ilustrados a mano que anuncian el inicio de las actividades y convocan a la participación de la comunidad. (Propuesta de activación formulada por la asesoría para complementar el borrador original).
- **Momento 2 — Despliegue (Semanas 3-6):** "Barras de Paz y Diversidad" Se ejecutan las acciones centrales de movilización comunitaria basándose en la idea original del equipo de combinar deporte y diálogo. En la semana 3, se realiza el primer encuentro de calistenia y diálogo en el gimnasio artesanal de

Jhonatan Pardo. En la semana 4, se inicia la transmisión de las cápsulas de radio en emisoras locales y se comparten los videos cortos en la cuenta de Instagram @pardo_fit. En la semana 5, se organiza el "Conversatorio Voces en Común" enfocado en diversidad y género, articulado con organizaciones comunitarias rurales. Estas actividades son coordinadas directamente por el equipo creador utilizando escenarios públicos y megáfonos prestados.

- **Momento 3 — Cierre y memoria (Semanas 7-8):** "El legado en el Consejo" Se consolida la sistematización y la incidencia de la campaña. Durante la semana 7, se instalan "Buzones de la Paz" en tiendas comunitarias y escuelas rurales para recolectar las propuestas escritas de las familias y jóvenes del Cauca. En la semana 8, en una sesión formal convocada por el CTPRC del municipio, el equipo creador hace entrega pública del "Documento de Propuestas Juveniles para la Convivencia", asegurando que las voces del territorio queden registradas y sean adoptadas en los canales institucionales de decisión. (Propuesta de cierre diseñada por la asesoría para garantizar un impacto verificable).

9. CANALES Y MEDIOS

La circulación de la campaña se estructura en dos frentes para superar las barreras de conectividad digital en las áreas rurales del departamento del Cauca:

- Canales análogos y comunitarios:
 - Radio comunitaria: Transmisión de la cápsula radial "Fuerza para la Paz" dos veces al día en horarios de alta audiencia agrícola.
 - Perifoneo local: Uso de bocinas de juntas comunales en días de mercado para emitir convocatorias.
 - Recorridos territoriales: Distribución de afiches artesanales pintados por el equipo en carteleras de escuelas rurales.
 - Eventos presenciales: Realización de jornadas recreativas y pedagógicas al aire libre en escenarios deportivos veredales.
- Canales digitales:
 - Grupos de WhatsApp: Envío semanal de audios cortos con testimonios y actualizaciones de la campaña a las redes de líderes y Juntas de Acción Comunal.
 - Instagram: Publicación de microvideos de 30 segundos grabados con celulares en la cuenta @pardo_fit, mostrando destrezas físicas de calistenia combinadas con mensajes de inclusión.

10. PÚBLICO OBJETIVO

Público	Tipo de público	Mensaje altamente relevante	Canal de llegada más efectivo
Jóvenes rurales, urbanos y diversos.	Primario	"Tu voz no es el problema, es la solución; hazte	Encuentros deportivos locales, WhatsApp e Instagram.

		escuchar en el Consejo de Paz".	
Familias y líderes comunitarios.	Secundario	"Apoyar las ideas de las juventudes y respetar la diversidad protege a nuestra comunidad del conflicto".	Reuniones de las JAC, perifoneo rural y folletos informativos.
Instituciones locales y delegados del CTPRC.	Aliado	"La legitimidad de la paz territorial depende de la inclusión activa de las voces juveniles".	Oficios de radicación formal, reuniones de comisiones y radio comunitaria.

11. APRENDIZAJES DEL PROCESO COLECTIVO

La experiencia de diseño de esta campaña ha puesto en evidencia que el ejercicio de comunicar es en sí mismo un acto de construcción de paz territorial. Al compartir ideas, escuchar diversas perspectivas y trabajar de manera colaborativa dentro de un marco de respeto mutuo, el equipo creador demostró que el diálogo y la concertación son las mejores vías para tramitar las diferencias y generar bienestar social en contextos complejos.

Las juventudes del Cauca no solo demandan espacios de participación, sino que proponen metodologías creativas basadas en el deporte y el reconocimiento de las diversidades para la convivencia. Sus valiosos aportes son fundamentales para dinamizar la agenda de los Consejos Territoriales de Paz, Reconciliación y Convivencia, constituyendo un faro de esperanza que demuestra cómo la palabra unida de la juventud caucana es la fuerza que edifica la paz rural en Colombia.

CAMPAÑA 3: AMOR QUE CONECTA CON LA PAZ

1. EQUIPO CREADOR

- Brayan David Fernández
- Carolina Sandoval
- Germán Hoyos
- Harold Yule
- Issabella Camacho
- Iván Ayala
- Jhonattán Bonilla
- Jorge Gutiérrez
- Kaleth Ascué
- Vilma Lorena Motta

2. TERRITORIO DE LA PROPUESTA

Cauca

3. NOMBRE DE LA CAMPAÑA

"Amor que conecta con la paz".

El nombre "Amor que conecta con la paz" posee un alto valor simbólico. Desplaza el lenguaje institucional o de confrontación hacia la empatía y el cuidado mutuo. Al centrar la propuesta en la conexión afectiva, se comunica que la reconciliación empieza por sanar los vínculos cotidianos y romper el aislamiento de las juventudes rurales.

4. ¿POR QUÉ ESTA CAMPAÑA IMPORTA?

La campaña responde a la realidad del departamento del Cauca, un territorio rural que comparte con el Pacífico exclusión y violencia persistente. La agudización del conflicto armado y la disputa territorial entre diversos grupos armados ilegales han incrementado de forma alarmante el reclutamiento forzado de niños, niñas, adolescentes y jóvenes. Frente a esta problemática, el fortalecimiento de redes de apoyo mutuo resulta vital para evitar que la juventud enfrente el miedo y la coacción armada en condiciones de soledad o aislamiento afectivo.

Esta iniciativa se articula con marcos normativos como la Ley 1448 de 2011 (Ley de Víctimas) y el Punto 2 del Acuerdo de Paz de 2016, que promueve la participación política ciudadana. Así, los Consejos Territoriales de Paz, Reconciliación y Convivencia (CTPRC), creados por la Ley 434 de 1998, se erigen como los escenarios idóneos para que la sociedad civil y las juventudes incidan en políticas locales de no estigmatización y convivencia pacífica.

La urgencia de la propuesta se respalda con datos de Indepaz y del Observatorio de Derechos Humanos del CRIC, que evidencian un recrudecimiento del reclutamiento forzado en el Cauca. Las estrategias de captación de los actores armados han evolucionado, utilizando la manipulación digital y explotando la vulnerabilidad emocional de las juventudes. Por ende, una campaña que fomente el afecto y la escucha activa constituye una herramienta de autoprotección veredal fundamental.

5. LAS HISTORIAS QUE MERECE SER CONTADAS

La campaña se nutre de dos procesos emblemáticos de resistencia del suroccidente. El primero es la resistencia cultural de los resguardos indígenas del Cauca, donde colectivos juveniles emplean la música tradicional, la lengua Nasa Yuwe y proyectos de vida propia para evitar el reclutamiento y reabrir diálogos con las administraciones locales. El segundo es el acuerdo de paz firmado en Caloto, Cauca, el 9 de marzo de 1990 con el M-19, primer proceso exitoso de negociación armada con el Estado colombiano, que enseña el valor histórico de la vía dialogada.

Para traducir estas narrativas con recursos mínimos y baja conectividad, se proponen dos formatos:

- Cápsulas radiales "La palabra protectora": Audios de dos minutos grabados con teléfonos móviles que combinen testimonios de resistencia cultural y de

reconciliación local. Se difundirán en emisoras comunitarias de amplia cobertura como Radio Pa'yumat (101.0 FM) de la ACIN o Radio Campesina de Inzá (88.9 FM).

- Lienzos itinerantes de la memoria: Círculos de diálogo intergeneracional donde se pinte colectivamente en telas de costal reutilizadas usando tintes naturales. Estos murales portátiles se exhibirán en escuelas y asambleas veredales, estimulando conversaciones sobre el cuidado colectivo.

6. PROPÓSITO DE LA CAMPAÑA

Fortalecer los liderazgos de las juventudes rurales del Cauca mediante la consolidación de relaciones seguras, respetuosas y protectoras basadas en el cuidado colectivo para mitigar la violencia armada y el aislamiento emocional en los municipios rurales y resguardos indígenas del departamento del Cauca.

Este propósito se conecta con los CTPRC en tanto asume la salud emocional como condición previa para la participación ciudadana activa. Al resolver pacíficamente las conflictividades en el territorio, se generan propuestas desde la base que sirven como insumos de política pública local ante el CTPRC departamental.

7. MENSAJES CLAVE

La estructura comunicativa se organiza para garantizar una rápida recordación en el mensaje central: El amor comunitario teje la red que protege la vida de la juventud caucana.

Se infiere de la intención del equipo de vincular afecto y respeto con la reducción de la violencia y el aislamiento emocional. Condensa la idea de que la protección colectiva nace de la fortaleza del tejido social frente al conflicto armado.

- Mensajes de apoyo:
 1. La palabra compartida rompe el silencio y ahuyenta los miedos de nuestra vereda. (Diseñado para circular en radio comunitaria, estados de WhatsApp y vallas de madera en resguardos).
 2. Nuestra herencia cultural es refugio y dignidad: el arte resiste al reclutamiento. (Óptimo para radio, murales veredales y carruseles de fotos digitales).
 3. La paz se construye cada día con respeto, escucha y cuidado mutuo en la comunidad. (Ideal para carteles escolares y audios vecinales).
- Llamada a la acción: ¡Súmate al círculo de palabra, comparte tu voz y protege la vida en el territorio!

8. PLAN DE ACCIÓN COMUNICATIVA

La secuencia lógica se organiza en tres momentos que articulan las ideas originales del equipo con adiciones técnicas viables para zonas rurales sin conectividad permanente:

Momento y duración	Acciones de la campaña	Responsables y recursos
Momento 1: Activación (Semanas 1-2)	Círculos de conversación: Encuentros escolares sobre relaciones seguras. Expectativa radial: Microaudios de expectativa transmitidos en Radio Pa'yumat.	Responsables: Colectivos del equipo creador. Recursos: Salones comunales, megáfonos y teléfonos móviles.
Momento 2: Despliegue (Semanas 3-6)	Talleres y murales: Pintura colectiva de lienzos de la memoria. Redes locales: Difusión de fotos de los talleres. Emisión de cápsulas radiales: Transmisión de las cápsulas radiales grabadas.	Responsables: Jóvenes del equipo y colectivos de comunicación. Recursos: Acrílicos básicos, telas reutilizables y teléfonos móviles para grabación de audio.
Momento 3: Cierre y memoria (Semanas 7-8)	Cartilla de sistematización: Cuaderno físico breve hecho a mano que documente las propuestas juveniles de cuidado colectivo. Incidencia ante el CTPRC: Presentación de cartillas y lienzos al CTPRC para influir en las agendas locales de paz.	Responsables: Delegados del equipo juvenil de campaña. Recursos: Hojas recicladas, fotocopias y espacio de interlocución del CTPRC.

9. CANALES Y MEDIOS

Para garantizar la circulación en zonas con baja conectividad, la estrategia se divide en:

- Canales análogos y comunitarios:
 - Emisoras comunitarias: Radio Pa'yumat (101.0 FM) de la ACIN y Radio Campesina de Inzá (88.9 FM). Pieza: Pauta regular de las cápsulas radiales comunitarias grabadas.
 - Encuentros presenciales: Asambleas de cabildos y juntas comunitarias. Acción: Exposición itinerante de lienzos de memoria y diálogo de diez minutos con asistentes.
- Canales digitales:

- WhatsApp: El canal más viable en la ruralidad. Pieza: Cadenas de audio breves (de un minuto) con historias narradas por líderes de la juventud rural.
- Redes sociales (Facebook e Instagram): Pieza: Carruseles de fotos que registren los círculos de conversación y talleres creativos de la campaña.

10. PÚBLICOS OBJETIVO

El direccionamiento estratégico de los mensajes se define para lograr una movilización social efectiva en el territorio:

Público	Definición en el contexto territorial	Mensaje más relevante	Canal más efectivo
Público primario	Jóvenes de 14 a 28 años en zonas rurales y resguardos, vulnerables al reclutamiento.	"Tu voz cuenta: en los círculos de palabra tejemos lazos de cuidado mutuo para no estar solos."	Círculos de conversación presenciales y grupos locales de WhatsApp.
Público secundario	Familias, docentes rurales, cabildos y líderes comunitarios.	"Proteger emocionalmente a nuestra juventud asegura la pervivencia y armonía de las comunidades."	Radio comunitaria (Radio Pa'yumat) y asambleas comunitarias veredales.
Público aliado	Consejeros de Paz del CTPRC del Cauca y organizaciones de derechos humanos.	"Las propuestas juveniles de cuidado colectivo son insumos clave para la paz territorial del Cauca."	Oficios formales y entrega de la cartilla de sistematización de la campaña.

11. APRENDIZAJES DEL PROCESO COLECTIVO

El proceso de diseño de esta campaña demuestra que dialogar y crear colaborativamente constituye un acto directo de construcción de paz.

De la experiencia de trabajo del equipo creador se destacan tres aprendizajes: primero, que la comunicación comunitaria rural debe centrarse en la empatía y el cuidado emocional para romper el aislamiento afectivo que la guerra instrumentaliza; segundo, que recuperar memorias de resistencia territorial - como el proceso de Caloto - inspira liderazgos dignos y no violentos; y tercero, que la juntanza juvenil permite trasladar agendas de base a espacios formales de toma de decisiones como los CTPRC.

CAMPAÑA 4: TEJIENDO LIDERAZGOS QUE CONSTRUYEN PAZ

1. EQUIPO CREADOR

- Anderson Elvan Medina
- Brisol Yuliana Noscue
- David Ferreira
- Debemei Taquinas Hurtado
- Deysy Gómez Balanta
- Genny Orozco Yatecue
- Johan David Arce
- Mariana Alejandra Peña
- Mariann José Hurtado Tobar

2. TERRITORIO DE LA PROPUESTA

Cauca.

3. NOMBRE DE LA CAMPAÑA

TEJIENDO LIDERAZGOS QUE CONSTRUYEN PAZ

Este nombre posee una notable potencia simbólica. En la cosmogonía de comunidades del Cauca, como el pueblo Nasa, tejer representa estructurar el pensamiento colectivo y cuidar el territorio. Comunica que las juventudes asumen un solo liderazgo comunitario nutrido por múltiples manos diversas.

¿POR QUÉ ESTA CAMPAÑA IMPORTA?

El Cauca, perteneciente a la región del Pacífico colombiano y compartiendo dinámicas de violencia histórica con territorios como el Chocó, afronta desafíos marcados por el conflicto armado, el reclutamiento forzado y la marginalidad rural. Ante esto, la implementación de la paz participativa consagrada en el punto 2 del Acuerdo de Paz de 2016 reactivó los Consejos Territoriales de Paz, Reconciliación y Convivencia (CTPRC), que hoy suman cerca de 700 instancias en el país. Estos consejos representan espacios estratégicos de interlocución entre la sociedad civil y el Estado, requiriendo de liderazgos formados que renueven los procesos veredales.

La promoción de liderazgos juveniles rurales responde directamente a marcos normativos de restitución y derechos como la Ley 1448 de 2011, buscando alejar a los jóvenes de las redes de microtráfico y de la violencia mediante la prevención y el sano esparcimiento. Las juventudes del Cauca han resistido históricamente con educación etnocultural y arte. Impulsar su participación activa en los CTPRC previene el desgaste organizativo y asegura que las prioridades del campo sean gestionadas por sus propios habitantes.

La comunicación comunitaria y popular se presenta como una herramienta idónea de noviolencia. Cuando los jóvenes asumen sus propias narrativas, transforman la estigmatización de sus municipios en agendas de desarrollo local. Así, la campaña no solo difunde información, sino que abre caminos reales de paz, fortaleciendo el tejido comunitario e institucional de la región.

5. LAS HISTORIAS QUE MERECEN SER CONTADAS

El motor de movilización de la campaña radica en visibilizar las resistencias locales de las veredas. Se sugiere como núcleo narrativo las vivencias de jóvenes que lideran huertas escolares agroecológicas, colectivos de comunicación o procesos organizativos de base. Para materializarlas con recursos mínimos en zonas de baja conectividad, se proponen dos formatos:

1. La voz veredal (Cápsulas radiales): Microprogramas de minuto y medio grabados con teléfonos móviles en campo. Narran cómo un joven asumió un rol de liderazgo en su escuela o en la JAC. Se editan con software libre y se difunden mediante alianzas con emisoras comunitarias o perifoneo escolar.
2. Lienzo de la palabra (Conversatorio itinerante): Jornada que fusiona la pintura colectiva del mural sugerido por el equipo con círculos de palabra presenciales. En esta, los líderes rurales seleccionados dialogan en vivo con los estudiantes en espacios comunitarios o escolares, promoviendo la reconciliación de forma directa.

6. PROPÓSITO DE LA CAMPAÑA

Movilizar a las juventudes rurales de las instituciones educativas del departamento del Cauca hacia la apropiación de liderazgos comunales y la incidencia activa dentro de los Consejos Territoriales de Paz, Reconciliación y Convivencia municipales.

Este propósito conecta el ámbito escolar con los CTPRC, garantizando semilleros de líderes que dinamicen las JAC y aporten propuestas de reconciliación basadas en las necesidades reales de su entorno social.

7. MENSAJES CLAVE (Versión potenciada y jerarquizada)

Los mensajes originales se reestructuran y jerarquizan para asegurar su circulación en soportes orales, visuales y virtuales:

- Mensaje central: Hilos jóvenes tejiendo liderazgos para sembrar la paz del Cauca rural.
Este enunciado de doce palabras conecta la identidad del tejido caucano con el rol activo de las juventudes rurales en la paz.
- Mensajes de apoyo:
 1. Para radio y perifoneo: "Del aula a la vereda, las juventudes somos la fuerza que lidera."
 2. Para murales e impresos: "Cada puntada en nuestra comunidad dibuja un camino de reconciliación en la tierra."
 3. Para redes sociales: "Liderar es cuidar nuestro territorio; haz escuchar tu voz en el Consejo de Paz local."
- Llamada a la acción: ¡Únete al tejido: asume tu liderazgo y transforma tu vereda hoy!

8. PLAN DE ACCIÓN COMUNICATIVA

El plan de acción comunicativa organiza las iniciativas del equipo en una secuencia de ocho semanas, complementadas con sugerencias técnicas para viabilizar su ejecución:

- Momento 1 - Activación: El Primer Hilván (Semanas 1-2): El equipo iniciará con la socialización del proyecto en centros educativos y JAC. Como sugerencia para generar expectativa, se colgarán hilos de colores en las carteleras escolares junto a tarjetas con la pregunta: "¿Qué hilos mueven el liderazgo de nuestra vereda?", preparando la convocatoria del mural.
- Momento 2 - Despliegue: El Tejido Comunitario (Semanas 3-6): El equipo coordinará el mural artístico colectivo e iniciará las grabaciones de discursos y entrevistas de tres líderes rurales. Como sugerencia del experto, se propone entrelazar estas acciones organizando el "Día del Mural y la Palabra", emitiendo las entrevistas por perifoneo escolar mientras se pinta de forma participativa con la comunidad.
- Momento 3 - Cierre y Memoria: El Nudo de Cierre (Semanas 7-8): El equipo juvenil impulsará el lanzamiento de la red de comunicaciones intermunicipal para conectar procesos juveniles. Como sugerencia del experto, se sistematizará la experiencia entregando una memoria fotográfica del mural y audios grabados a los CTPRC locales, garantizando una articulación formal con la red.

9. CANALES Y MEDIOS

La circulación de la campaña combina espacios comunitarios con canales digitales asincrónicos:

- Canales análogos y comunitarios:
 - Perifoneo veredal: Cuñas de audio emitidas mediante bocinas locales en días de mercado veredal.
 - Juntas de Acción Comunal (JAC): Uso de carteleras para difundir folletos plegables que expliquen el rol de los CTPRC.
 - Centros educativos: Talleres escolares presenciales para debatir sobre liderazgo.
- Canales digitales:
 - Instagram y Facebook: Reels de 45 segundos del proceso del mural con música autóctona de flautas de fondo.
 - WhatsApp: Cadena de notas de voz cortas con los testimonios de los líderes veredales.

10. PÚBLICOS OBJETIVO

Para maximizar el impacto con recursos mínimos, se segmentan los públicos a través de la siguiente matriz estratégica:

Categoría de público	Definición de la audiencia	Mensaje clave más relevante	Canal de comunicación más efectivo
Público primario	Jóvenes rurales escolarizados (14 a 28 años) de los centros educativos del Cauca.	Del aula a la vereda, las juventudes somos la fuerza que lidera.	Talleres interactivos escolares, participación en el mural y cadenas de WhatsApp.
Público secundario	Líderes comunitarios de las JAC, familias, docentes de centros etnoeducativos y guardias comunitarias.	En cada puntada comunitaria, las juventudes pintamos la reconciliación de nuestra tierra.	Asambleas de las JAC, perifoneo comunitario y folletos artesanales en días de mercado.
Público aliado	Consejeros de los CTPRC municipales, colectivos de comunicación y alcaldías locales.	Liderar es cuidar nuestro territorio; haz escuchar tu voz en el Consejo de Paz local.	Sesiones de los CTPRC y alianzas de radio para la emisión de entrevistas.

11. APRENDIZAJES DEL PROCESO COLECTIVO

La experiencia de diseño colaborativo confirma que el progreso de los municipios del Cauca se consolida mediante el diálogo colectivo. De esta vivencia emergen tres aprendizajes sobre la relación entre comunicación y paz:

Primero, la comunicación popular actúa como una costura social que reconstruye confianzas rotas por el conflicto. Encontrarse en torno al mural y a la palabra hablada sana heridas colectivas y posiciona la voz juvenil sobre los dolores del pasado.

Segundo, la creación de redes de comunicación intermunicipales rompe el aislamiento geográfico de las veredas. Unificar esfuerzos enseña que el progreso requiere de plataformas comunes para dar visibilidad a las agendas juveniles frente a la administración local.

4. RECOMENDACIONES ESTRATÉGICAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN

El diseño participativo de estas cuatro campañas es un logro en sí mismo. Sin embargo, la distancia entre una campaña diseñada y una campaña efectivamente implementada en el territorio puede ser enorme, especialmente en contextos de alta complejidad social, política y geográfica como el del departamento del Cauca. Las siguientes recomendaciones buscan ofrecer a los jóvenes equipos —y a sus aliados institucionales— una hoja de ruta estratégica para maximizar el impacto de sus

iniciativas, anticipar los obstáculos y capitalizar las oportunidades que el contexto territorial ofrece.

4.1 Riesgos identificados y estrategias de mitigación

Riesgo 1: Seguridad de los líderes y lideresas juveniles en contextos de control territorial y presencia de múltiples grupos armados

El Cauca es uno de los departamentos con mayor presencia de grupos armados ilegales en Colombia. El norte del Cauca (municipios como Jambaló, Toribío, Caldono, Santander de Quilichao) y el oriente (Inzá, Páez) son escenarios de disputa territorial, confinamiento y reclutamiento forzado. Visibilizar liderazgos juveniles que promueven la participación política en los CTPRC puede generar riesgos de amenazas, señalamientos o incluso asesinato selectivo.

Estrategia de mitigación: Las campañas deben mantener un enfoque de paz colectiva, cultural y étnica, evitando cualquier señalamiento directo a actores armados específicos o a dinámicas del conflicto que puedan comprometer la seguridad de los participantes.

Es imperativo buscar el respaldo institucional del CTPRC departamental, la Personería Municipal, la Defensoría del Pueblo, la Guardia Indígena (en territorios de resguardo) y organismos de cooperación internacional que puedan actuar como garantes. Se recomienda implementar protocolos de seguridad digital (privacidad en redes, no compartir ubicaciones en tiempo real, usar nombres simbólicos en materiales públicos si es necesario) y diseñar rutas de atención psicosocial para los jóvenes comunicadores en caso de amenazas. En territorios indígenas, articular los procesos con los cabildos y las autoridades tradicionales para que ellos otorguen la “autorización” y el “amparo” comunitario.

Riesgo 2: Estigmatización de las juventudes rurales e indígenas como “población en riesgo” o “perpetradores potenciales”

En el Cauca persiste una narrativa social, alimentada por algunos medios y discursos oficiales, que asocia a los jóvenes rurales e indígenas con la pertenencia a grupos armados o con la condición de “víctimas pasivas” sin agencia. Esta estigmatización puede hacer que las campañas sean recibidas con desconfianza por parte de adultos, docentes, autoridades locales o incluso familias.

Estrategia de mitigación: Las campañas deben enfatizar de manera explícita y recurrente el rol de agentes de transformación y guardianes de la memoria territorial que los jóvenes ya están ejerciendo. Involucrar a líderes comunitarios reconocidos (autoridades indígenas, cabildos, consejos comunitarios afro, Juntas de Acción Comunal) como aliados y voceros de las campañas, para que ellos mismos validen el liderazgo juvenil ante sus pares adultos. Destacar casos concretos como el de Jhonatan Pardo (@pardo_fit) y su gimnasio de calistenia como ejemplo de resistencia positiva.

Riesgo 3: Deserción y agotamiento de los equipos juveniles por falta de recursos y condiciones de ruralidad extrema

Los procesos de comunicación participativa demandan tiempo, energía y recursos que los jóvenes del Cauca no siempre tienen garantizados. Las distancias entre veredas y cabeceras municipales pueden ser de varias horas a pie o a caballo; la falta de recursos para transporte, alimentación, materiales y conectividad puede generar deserción, especialmente en los equipos más numerosos y en momentos de alta presión del conflicto.

Estrategia de mitigación: Distribuir claramente los roles y responsabilidades al interior de cada equipo (quién graba, quién edita, quién gestiona alianzas, quién convoca). Establecer acuerdos colectivos sobre tiempos y cargas de trabajo, rotando funciones para evitar el agotamiento de una sola persona. Gestionar con las instituciones aliadas (Secretarías de Juventud, CTPRC, Personerías, Cabildos) el reconocimiento de gastos mínimos de transporte y alimentación para los días de acción. Celebrar los logros parciales de manera visible (por ejemplo, cada vez que se emite una cápsula radial en Radio Pa'yumat) para mantener la motivación colectiva.

Riesgo 4: Brechas digitales y de conectividad en la ruralidad dispersa y en resguardos indígenas

A pesar de los avances en conectividad en cabeceras municipales como Popayán, Santander de Quilichao o Puerto Tejada, zonas rurales de municipios como Páez (Belalcázar), Inzá, Jambaló, Toribío y Caldono tienen acceso muy limitado o nulo a internet. Una campaña que dependa excesivamente de canales digitales no llegará a las comunidades más apartadas, especialmente a los resguardos indígenas donde la prioridad es la comunicación oral y la radio.

Estrategia de mitigación: Priorizar siempre los canales análogos y comunitarios como el núcleo de la estrategia: radio comunitaria (Radio Pa'yumat 101.0 FM de la ACIN, Radio Campesina de Inzá 88.9 FM, emisoras locales en municipios PDET), perifoneo en vehículos o a caballo, murales en escuelas y casas comunales, círculos de palabra, lienzos itinerantes de la memoria, y voz a voz a través de las autoridades indígenas y las Juntas de Acción Comunal. Usar lo digital como un amplificador complementario y no como el canal principal. Diseñar contenidos que funcionen sin necesidad de internet: audios descargables que se compartan por Bluetooth, piezas impresas en fotocopidora (volantes, carteleras), y aprovechar las Zonas Comunitarias para la Paz (puntos WiFi en escuelas rurales) como kioscos de descarga.

Riesgo 5: Apropiación instrumental de las narrativas juveniles por parte de actores políticos locales o grupos armados

Existe el riesgo de que las instituciones (alcaldías, gobernación), los políticos locales o incluso grupos armados se apropien de los mensajes y las narrativas producidas por

los jóvenes para fines electorales, de propaganda o de control social, vaciando de contenido político la propuesta original y reduciendo a los jóvenes a instrumentos de visibilización sin real incidencia en los CTPRC.

Estrategia de mitigación: Registrar la autoría colectiva de todos los contenidos producidos (audios, videos, murales, manifiestos, cartillas). Establecer acuerdos formales con las instituciones aliadas (por escrito, aunque sea en un acta firmada) sobre los términos de uso de las piezas comunicativas. Mantener el control editorial de las campañas en manos de los jóvenes equipos y asegurar que cualquier uso institucional de los materiales cuente con su consentimiento explícito. En territorios indígenas, poner las campañas bajo la “guarda” del cabildo o de la autoridad tradicional para dificultar la cooptación externa.

4.2 Potencialidades para maximizar

Potencialidad 1: La riqueza de la cosmogonía y las prácticas culturales indígenas y afrocaucanas

El Cauca es cuna de pueblos indígenas (Nasa, Guambiana, Kokonuko, Yanacona, Eperara-Siapidara) y afrodescendientes con una profunda tradición de resistencia, tejido (el “tejido” como pensamiento), música, lengua y ritualidad. Las cuatro campañas ya incorporan elementos como los “lienzos de la memoria”, los “círculos de palabra” y el tejido como metáfora. Se recomienda profundizar: involucrar a autoridades tradicionales, mayores sabedores y guardias indígenas como co-creadores y garantes de las piezas comunicativas, y utilizar la lengua Nasa Yuwe en algunas cápsulas radiales para llegar a las comunidades con mayor arraigo identitario.

Potencialidad 2: La existencia de emisoras comunitarias indígenas y campesinas de larga trayectoria

Radio Pa'yumat (101.0 FM) de la Asociación de Cabildos Indígenas del Norte del Cauca (ACIN) y Radio Campesina de Inzá (88.9 FM) son dos emisoras con credibilidad comunitaria probada y cobertura en zonas rurales de difícil acceso. Estas emisoras tienen la obligación legal y ética de ceder espacios para contenidos de paz y participación juvenil. Las campañas pueden establecer alianzas estables con estas emisoras para la emisión semanal de las cápsulas producidas, convirtiéndolas en el sistema nervioso de la difusión.

Potencialidad 3: La alta organización juvenil en torno al deporte y la calistenia

El caso de Jhonatan Pardo (@pardo_fit) y su gimnasio artesanal es emblemático, pero no único. En el Cauca existen múltiples colectivos juveniles de calistenia, fútbol, baloncesto y deportes tradicionales que pueden ser aliados estratégicos. El deporte funciona como un espacio seguro y un lenguaje universal que atrae a jóvenes que no se sienten convocados por la política formal. Las campañas “Cauca te escucha” y “Amor que conecta con la paz” pueden articularse con estos colectivos para multiplicar sus mensajes.

Potencialidad 4: El poder del WhatsApp y las cadenas de voz en la ruralidad caucana

A pesar de la baja conectividad, WhatsApp funciona en zonas con señal 2G y es el canal de mayor penetración entre jóvenes y familias rurales. Las cuatro campañas lo identifican correctamente. Se recomienda diseñar una estrategia de redes de difusión voluntaria (no solo grupos, sino listas de difusión y cadenas de reenvío con instrucciones claras) que permita que los contenidos de las campañas circulen de manera orgánica, con el sello de confianza que da el envío entre conocidos. Además, los mensajes de voz (notas de WhatsApp) son más efectivos que los textos en contextos de baja alfabetización digital.

Potencialidad 5: La memoria histórica y los acuerdos de paz territorial como anclaje simbólico

El Cauca alberga el primer acuerdo de paz exitoso con el M-19 firmado en Caloto en 1990, así como múltiples experiencias de resistencia comunitaria y diálogos locales. Estas memorias son un capital simbólico inmenso para las campañas. Las campañas “Hablemos para sanar” y “Amor que conecta con la paz” ya las mencionan. Se recomienda profundizar: recuperar testimonios de sobrevivientes de esos procesos y tejerlos con los liderazgos juveniles actuales, mostrando que la paz es posible y que tiene raíces históricas en el propio territorio.

4.3 Oportunidades del contexto para capitalizar

Oportunidad 1: Articulación con los Programas de Desarrollo con Enfoque Territorial (PDET) en el Cauca

El Cauca tiene municipios priorizados en los PDET, especialmente en el norte y el oriente: Miranda, Corinto, Caloto, Santander de Quilichao, Jambaló, Toribío, Caldono, Inzá, Páez, entre otros. Estos PDET tienen recursos asignados y planes de acción para los pilares de “Paz y Convivencia” y “Participación Ciudadana”. Las campañas pueden presentarse ante las Instancias de Alto Nivel de los PDET como iniciativas de comunicación para la paz lideradas por jóvenes, lo que puede facilitar el acceso a recursos y la inclusión de sus propuestas en los planes de desarrollo municipales.

Oportunidad 2: El programa “Jóvenes en Paz” y otros programas nacionales con presencia en el Cauca

El programa “Jóvenes en Paz”, que busca ofrecer alternativas a la criminalidad, tiene presencia en municipios caucanos como Popayán, Santander de Quilichao, Puerto Tejada y Miranda. Las campañas pueden articularse con estos programas para llegar a jóvenes que ya están vinculados a procesos de prevención y aprovechar sus redes de comunicación internas. Asimismo, el programa “Sacúdete” y las iniciativas de la Consejería Presidencial para la Juventud pueden ser aliados.

Oportunidad 3: Las Zonas Comunitarias para la Paz y los puntos WiFi rurales

Aunque la conectividad es limitada, existen puntos de acceso a internet en instituciones educativas rurales a través del programa “Zonas Comunitarias para la Paz”. Estos puntos pueden utilizarse como kioscos digitales donde los jóvenes descarguen contenidos de las campañas (audios, videos, cartillas digitales, microprogramas) y los

compartan por Bluetooth o memoria USB en sus comunidades. Especialmente útil para las campañas “Hablemos para sanar” y “Tejiendo liderazgos”.

Oportunidad 4: La coyuntura de la “Paz Total” y los diálogos regionales

El gobierno nacional ha impulsado la política de “Paz Total” que incluye la posibilidad de diálogos regionales con grupos armados en territorios como el Cauca. Esta coyuntura genera un interés mediático e institucional en todo lo relacionado con la construcción de paz territorial desde las bases. Las campañas pueden aprovechar este interés para visibilizarse y para exigir que las agendas juveniles sean incluidas en los eventuales procesos de diálogo y en los planes de desescalamiento del conflicto, presentándose como evidencia de que la paz se construye desde abajo.

Oportunidad 5: La presencia de agencias de cooperación internacional con proyectos en el Cauca

Organismos como la OIM, UNICEF, PNUD, ACIDI/VOCA, el Consejo Noruego para Refugiados (NRC) y la Unión Europea tienen proyectos activos en el Cauca, especialmente en el norte (ACIN) y en la zona del Alto Patía. Estas agencias buscan iniciativas de comunicación para la paz lideradas por jóvenes para financiar o acompañar técnicamente. Las campañas pueden postularse a convocatorias de pequeñas subvenciones (hasta 10.000 dólares) o ser presentadas por las organizaciones aliadas (ej. ACIN, CRIC, Consejo Regional Indígena del Cauca) como iniciativas prioritarias.

4.4 Logros prospectivos sugeridos desde una visión comunicacional

Desde una perspectiva de comunicación para el cambio social, y proyectando los efectos posibles de la implementación exitosa de las cuatro campañas en el Cauca, es posible identificar los siguientes logros en distintos horizontes temporales.

Corto plazo (0-6 meses)

- Instalación de al menos cuatro murales o lienzos itinerantes de la memoria (uno por campaña) en espacios públicos de alta visibilidad en municipios priorizados (Santander de Quilichao, Toribío, Inzá, Popayán), que materialicen las narrativas de paz en el espacio público y generen apropiación colectiva.
- Producción y distribución de al menos 20 piezas comunicativas (cápsulas radiales para Radio Pa’yumat y Radio Campesina, audios de WhatsApp, videos cortos para TikTok/Instagram, cuñas para perifoneo) que circulen activamente en los ecosistemas digitales y análogos del departamento.
- Realización de al menos 12 eventos presenciales (círculos de palabra, jornadas de calistenia, tendales de sueños, teatro foro, talleres de diálogo en escuelas) con participación de al menos 400 jóvenes, estudiantes, indígenas y familias.
- Presentación formal de al menos cuatro documentos de política (Manifiestos, Pliegos de propuestas, Cartillas de sistematización) ante los CTPRC municipales o departamental, generando compromisos institucionales concretos (actas de sesión que recojan las propuestas juveniles).

- Fortalecimiento de las capacidades comunicativas de al menos 33 jóvenes integrantes de los equipos creadores, que se convertirán en voceros y multiplicadores de la paz en sus comunidades y resguardos.

Mediano plazo (6-18 meses)

- Cambio gradual en la narrativa local sobre las juventudes caucanas: de “sector en riesgo” o “instrumento de la guerra” a “sector en propuesta” y “agente de transformación”, medible a través de encuestas de percepción a autoridades indígenas, líderes comunitarios, docentes y medios comunitarios.
- Reactivación o fortalecimiento de al menos el 30% de los CTPRC en los municipios donde se implementen las campañas (especialmente aquellos que estaban inactivos), como resultado de la presión, la visibilización y la entrega de insumos técnicos (manifiestos, pliegos) generados por los jóvenes.
- Inclusión de al menos tres propuestas concretas provenientes de las campañas (por ejemplo, “escuelas de diálogo y escucha activa en instituciones educativas”, “circuitos deportivos juveniles de calistenia para la paz”, “círculos de cuidado emocional en resguardos”) en los planes de acción municipales o departamentales de paz, como evidencia tangible de incidencia política.
- Posicionamiento de al menos una de las cuatro campañas como referente comunicacional replicable en otros departamentos de la región Pacífico y Suroccidente (Nariño, Chocó, Putumayo) y del país, a través de la sistematización y difusión de sus metodologías en espacios como la ACIN, el CRIC o la Fundación para la Comunicación Popular.
- Establecimiento de alianzas formales con al menos dos organismos de cooperación internacional (OIM, UNICEF, PNUD, NRC) que permitan el financiamiento de una segunda fase de las iniciativas y su escalamiento a otros municipios.

Largo plazo (18-36 meses)

- Consolidación de un ecosistema comunicacional propio para la paz juvenil en el Cauca, con emisoras comunitarias aliadas (Radio Pa’yumat, Radio Campesina), formatos estandarizados (microprogramas radiales, cápsulas audiovisuales, murales con simbología indígena), voceros capacitados (jóvenes de diferentes resguardos y veredas) y redes de difusión (WhatsApp, TikTok) que funcionen de manera autónoma y sostenible, sin depender exclusivamente del apoyo externo.
- Relevo generacional efectivo en los CTPRC del Cauca, con jóvenes de entre 18 y 28 años —muchos de ellos provenientes de los equipos creadores— ocupando roles de liderazgo y vocería en los espacios formales de toma de decisiones sobre políticas de paz, reconciliación, convivencia y reparación integral.
- Contribución documentada a la reducción de la estigmatización de las juventudes rurales e indígenas caucanas y al fortalecimiento de la cohesión social en las comunidades intervenidas, medible a través de indicadores de convivencia escolar, percepción de seguridad, confianza institucional y disminución de factores de riesgo de reclutamiento forzado.
- Producción de un modelo sistematizado de comunicación participativa para la paz juvenil en territorios rurales e indígenas del suroccidente colombiano, que

pueda ser adoptado como política pública por la Gobernación del Cauca, la ACIN y el CRIC, y replicado por otros departamentos con alta presencia indígena y afrocolombiana.

4.5 Recomendaciones finales para los equipos

Para cerrar este documento, se comparten las siguientes recomendaciones finales, dirigidas directamente a los jóvenes líderes del Cauca que han diseñado estas campañas:

1. No esperen a tenerlo todo perfecto. Una cápsula de audio grabada con un celular al lado del río o en la cancha del barrio ya es comunicación para la paz. Un lienzo pintado con tintes naturales y tierra de colores ya es apropiación de la memoria. El primer paso, aunque sea pequeño, es el más importante. Comiencen con lo que tienen, donde están.
2. Tejan alianzas con los actores correctos de su territorio. No trabajen solos. Busquen a las autoridades indígenas (cabildos, guardia), a los consejos comunitarios afro, a las Juntas de Acción Comunal, a los docentes de las escuelas rurales, a los líderes deportivos, a los músicos tradicionales. Cada uno de ellos puede abrirles puertas y prestarles legitimidad. Especialmente, busquen a los mayores y a las sabedoras: su palabra tiene un peso ancestral que ninguna campaña puede reemplazar.
3. Cuiden su seguridad y la de su equipo como lo más valioso. No se expongan innecesariamente. Antes de cada acción, reúnanse y evalúen los riesgos: ¿hay presencia de grupos armados en la zona? ¿Es seguro desplazarse a esa vereda? ¿Es mejor hacer el evento en la mañana que en la noche? ¿Han informado a la guardia indígena o a la Junta de Acción Comunal? Tengan siempre un protocolo de comunicación de emergencia (un contacto externo que sepa dónde están y qué hacen). Y recuerden: la paz que construyen no exige que se conviertan en mártires; exige que se cuiden para poder seguir construyendo. En territorios de resguardo, la autorización del cabildo es su mejor salvoconducto.
4. Documenten como si fuera la única vez. Cada foto, cada audio, cada testimonio, cada lista de asistencia, cada acta de reunión con el CTPRC, cada nota de la radio comunitaria es la evidencia de su trabajo. Guárdenlo en una carpeta compartida (Google Drive o Dropbox, o en varios celulares), y también guarden copias físicas en una caja en la casa comunal. Ese archivo será su carta de presentación para futuros financiadores, para la prensa y para la historia de la resistencia del Cauca.
5. Celebren cada logro, por pequeño que sea. ¿Se emitió la primera cápsula en Radio Pa'yumat? Reúnanse a escucharla juntos alrededor de una fogata o en la tienda del pueblo. ¿Se pintó el primer lienzo? Organicen una pequeña ceremonia de “mostración” con las familias. ¿Un consejero de paz les dio la

razón en una sesión? Escribanlo en una cartulina y pónganla en su lugar de encuentro. La alegría y el orgullo colectivo son combustibles para seguir adelante cuando las cosas se pongan difíciles.

6. Exijan sus derechos, pero con propuestas en la mano. La Ley 1448, el Decreto Ley 885, los PDET, la política de Paz Total y los derechos propios de los pueblos indígenas son marcos normativos que les asisten. No pidan “participación” como un favor: exijan espacios en los CTPRC, presupuestos para juventud y políticas públicas con enfoque étnico y territorial. Pero no lleguen solo con reclamos: lleguen con el “Manifiesto de las Voces”, con el “Pliego de propuestas para la convivencia”, con la “Cartilla de cuidado colectivo”. Una denuncia sin propuesta es ruido; una denuncia con propuesta es incidencia política real.
7. Conecten sus campañas entre sí y con los procesos organizativos del Cauca. Ustedes son cuatro equipos, cuatro campañas, pero un solo territorio y un mismo propósito: que la juventud caucana lidere la paz. No trabajen en islas. Compartan sus audios, sus murales, sus aprendizajes. Organicen un encuentro departamental de jóvenes comunicadores por la paz al final de las 8 semanas, tal vez en la sede de la ACIN o en una vereda central. Una sola voz juvenil puede ser ignorada; treinta y tres voces coordinadas —con el respaldo de los cabildos y las JAC— son ineludibles.
8. Piensen en la sostenibilidad desde el día uno. ¿Qué pasará cuando termine el acompañamiento externo? ¿Quién seguirá actualizando el mural o el lienzo? ¿Qué red de personas se encargará de seguir enviando audios de WhatsApp y gestionando los espacios en la radio? Dejen capacitados a otros jóvenes en cada comunidad. Entreguen “cajas de herramientas” (una memoria USB con los audios, una guía impresa para hacer círculos de palabra, un pliego con las frases clave) a las escuelas, a los cabildos y a las Juntas de Acción Comunal. La campaña no termina cuando ustedes deciden terminar; termina cuando la comunidad la hace suya.
9. Usen el arte, el deporte y la memoria como sus mejores aliados. Ustedes lo saben mejor que nadie: un círculo de palabra bajo un árbol, un ejercicio de calistenia en un gimnasio artesanal, un lienzo pintado con tintes naturales, un audio que recupera la lengua Nasa Yuwe, tienen una capacidad de conmover y movilizar que ningún informe técnico puede igualar. No subestimen el poder transformador de la belleza, del movimiento y de la memoria. En el Cauca, la palabra dicha con respeto y escuchada con atención puede ser más contundente que las balas.
10. No se rindan, aunque el camino sea empinado. El Cauca ha sido llamado muchas veces “el territorio del dolor” por la intensidad del conflicto. Pero también es el territorio de la resistencia milenaria, de la guardia indígena que protege la vida, de los acuerdos de paz que han brotado desde las bases. Habrá días en los que sientan que nadie los escucha, que las autoridades no les abren la

puerta, que los adultos les sonrían con condescendencia, que los grupos armados les ponen condiciones. Pero también habrá días en los que un niño o una niña les diga “yo también quiero pintar la paz”, en los que un mayor sabedor les preste su palabra y su memoria, en los que un consejero de paz les diga “tienen razón, los jóvenes deben estar sentados aquí”. Esos días son los que valen la pena. Sosténganse en ellos, en su palabra, en su tejido, en su amor comunitario. La paz del Cauca tiene rostro joven, y ustedes son ese rostro.

Fortalecimiento del Enfoque Juvenil en los Consejos Territoriales de Paz (CTPRC), acompaña FICONPAZ, con el apoyo de PNUD y la Embajada Británica en Colombia.

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

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



2026