



CAMPANAS DE COMUNICACIONES CHOCO

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 CHOCÓ.....	3
2. RESUMEN ESTRATÉGICO DE LAS CUATRO CAMPAÑAS.....	4
3. CAMPAÑAS COCREADAS CON LAS Y LOS JÓVENES PARA LA PROMOCIÓN DE NUEVOS LIDERAZGOS Y NUEVAS NARRATIVAS DE JÓVENES PARA LA CONSTRUCCIÓN DE PAZ.....	7
CAMPAÑA 1: CHOCÓ MUNDIVERSO.....	7
CAMPAÑA 2: RAÍCES DE ESPERANZA.....	10
CAMPAÑA 3: JUVENTUD: UNA REALIDAD, NO UN FUTURO.....	15
CAMPAÑA 4: UNIDOS CONSTRUIMOS PAZ.....	21
4. RECOMENDACIONES ESTRATÉGICAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN.....	24
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.....	29

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

El presente documento compila y sistematiza cuatro campañas comunicacionales diseñadas de manera participativa con jóvenes del departamento del Chocó, en el marco del proceso acompañado por FICONPAZ, orientado a fortalecer la participación activa de las y los jóvenes en los Consejos Territoriales de Paz, Reconciliación y Convivencia (CTPRC). Estas campañas constituyen una de las apuestas más significativas y creativas que han emergido de un proceso de construcción colectiva, en el cual la juventud chocoana asumió no solo el rol de beneficiaria, sino el de arquitecta de sus propios mensajes, narrativas y estrategias de comunicación para la paz.

Colombia transita por un momento histórico en la implementación de su Acuerdo Final de Paz, y el Chocó se consolida como uno de los territorios donde este proceso adquiere una urgencia y una complejidad particulares. Con una tasa de victimización superior a la media nacional, con presencia activa de grupos armados que representan un riesgo persistente para los liderazgos sociales y con brechas históricas de desigualdad que limitan el acceso a oportunidades, la juventud chocoana enfrenta retos estructurales que, sin embargo, no han logrado apagar su capacidad creativa ni su vocación transformadora. Al contrario: los jóvenes del Chocó han demostrado que la paz se construye también desde el arte, la música, el muralismo, la radio comunitaria y las redes sociales; desde cada historia contada en primera persona y cada espacio ganado en las mesas de decisión política.

Las campañas que aquí se presentan responden directamente al 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 que visibilicen el rol de las y los jóvenes en la construcción de paz. Cada una de estas iniciativas es el resultado de un ejercicio de concertación interna, de debate sobre los problemas del territorio y de apuesta creativa por nuevas formas de decir y de mostrar que la paz también tiene rostro joven, rural y afrodescendiente.

Las cuatro campañas - denominadas 'Chocó Mundiverso', 'Raíces de Esperanza', 'Juventud: Una realidad, no un futuro' y 'Unidos Construimos Paz' - comparten una visión común: desplazar la narrativa que históricamente ha presentado a los jóvenes de las zonas de conflicto como víctimas pasivas o como amenazas latentes, para instalarlos como sujetos políticos, creadores culturales y constructores activos de la convivencia territorial. Esta reconfiguración narrativa no es menor: es, en sí misma, un acto político y pedagógico que contribuye a la reconciliación, a la cohesión social y a la legitimidad de los procesos de paz en el nivel local.

Desde el punto de vista técnico-comunicacional, las campañas demuestran una comprensión lúcida del ecosistema mediático del Chocó. Reconocen la brecha digital como una realidad estructural del territorio y no como un obstáculo insuperable, y proponen estrategias que combinan con creatividad los medios análogos - la emisora comunitaria, el perifoneo, el mural, el conversatorio presencial - con los canales digitales - WhatsApp, TikTok, Instagram, Facebook - para garantizar que los mensajes

de paz lleguen tanto a las comunidades más apartadas de las cuencas del Atrato y el San Juan, como a los jóvenes urbanos de Quibdó. Esta inteligencia territorial es, sin duda, uno de los activos más valiosos que estos equipos aportan al proceso.

El presente documento se articula en cuatro grandes bloques: (1) la presentación e introducción al proceso de diseño participativo de las campañas; (2) un resumen estratégico de las cuatro iniciativas, que sintetiza sus objetivos, mensajes centrales, públicos y resultados esperados; (3) la transcripción literal de los documentos originales producidos por cada equipo de jóvenes, que constituyen el corazón vivo de esta compilación; y (4) un conjunto de recomendaciones estratégicas - que incluye la identificación de riesgos, potencialidades, oportunidades y logros prospectivos - orientadas a fortalecer la implementación efectiva de estas campañas en el territorio.

Este documento es, ante todo, un reconocimiento a la capacidad transformadora de las juventudes del Chocó. Cada página refleja horas de trabajo colectivo, debates internos, acuerdos difíciles y un compromiso genuino con la paz. Es también una herramienta de trabajo viva, pensada para que los propios jóvenes, las instituciones aliadas, los Consejos Territoriales de Paz y las entidades de cooperación puedan utilizarla como insumo para la acción, la incidencia y el seguimiento a las apuestas comunicacionales aquí sistematizadas. Porque la paz, como bien lo saben los jóvenes del Pacífico colombiano, no es un destino al que se llega solo, sino un camino que se construye juntos, día a día, con la palabra, el arte y el compromiso como únicas armas.

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. 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 busca ofrecer una visión panorámica, estratégica y comparada de las cuatro iniciativas, permitiendo identificar sus convergencias, sus complementariedades y su potencial colectivo de transformación.

Criterio	Chocó Mundiverso	Raíces de Esperanza	Juventud: Una realidad, no un futuro	Unidos Construimos Paz
Equipo	7 jóvenes: Heisy Dayana Mena, Hernán David Córdoba, Jhoan Slather Sinisterra Asprilla,	6 jóvenes: Aroldo José Perea Córdoba, Deisy Dayana Cuesta Palacios, Eliana	7 jóvenes: Brayan Estiven Ramírez Perea, Freiser Andrés Murillo Guerra, Jhonar David	9 jóvenes: Camilo Andrade, Eustaquio Pérez Martínez, Jackson Smith

Criterio	Chocó Mundiverso	Raíces de Esperanza	Juventud: Una realidad, no un futuro	Unidos Construimos Paz
	Jhordan Chaverra, Juan David Palacios, Ledys del Carmen Andrade, Yuleidy Quinto Mosquera	Figueroa O, Jennifer Sánchez Palacios, Yerli Inés Parra, Yesid Palacios Mosquera	Mosquera Mosquera, Luz Marina Hinestroza Mosquera, María Leonisa Murillo Mosquera, Rossy Mar Mosquera Álvarez, Sandra María de las Lajas Moreno Triviño	Murillo, José Mena, Luis Fernando Soto Garcés, Melisa Trujillo, Meysser Bolívar, Yeisa Berrio, Zenaida Mosquera
Mensaje central	"Nuestro talento es la semilla que hace florecer la paz"	"La paz tiene rostro joven y raíces que transforman el Chocó"	"Somos la paz que habita el territorio; hoy decidimos, el futuro es ahora"	"Los jóvenes somos el enlace para que la paz sea total en el Chocó"
Objetivo	Visibilizar y posicionar liderazgos juveniles del Chocó como actores políticos y culturales en los CTPRC mediante narrativas artísticas	Posicionar liderazgos juveniles del Chocó como actores fundamentales en la transformación de narrativas e incidencia política en los CTPRC	Incidir en el reconocimiento y activación efectiva de los CTPRC mediante posicionamiento de liderazgos juveniles como actores políticos transformadores	Empoderar a las juventudes del Chocó para que lideren la transformación de narrativas de paz y asuman incidencia política vinculante en los CTPRC
Resultado esperado	Jóvenes reconocidos como agentes de transformación con espacio permanente en	Manifiesto Juvenil por la Paz entregado al CTPRC; canales propios de comunicación creados; bundes	Fanzine del territorio producido; CTPRC reactivados; festival Revolución	Agenda Juvenil de Paz entregada al CTPRC; pactos para la paz firmados; podcast Voces

Criterio	Chocó Mundiverso	Raíces de Esperanza	Juventud: Una realidad, no un futuro	Unidos Construimos Paz
	los CTPRC; himno, mural y libro de sueños producidos	por la paz realizado	Paz-cífica realizado; jóvenes en rol de consejeros asesores	del Río distribuido; murales itinerantes realizados
Canales clave	Radio comunitaria, WhatsApp, TikTok/Instagram, murales, perifoneo, espacios CTPRC	Radio comunitaria (Red Barule), WhatsApp, Facebook, TikTok/Instagram, vallas artesanales, perifoneo	Radio comunitaria, WhatsApp, TikTok, murales, perifoneo en canoas, escuelas, Zonas Comunitarias de Paz	Emisoras (Bojayá Estéreo, Canalete, Cocomacia), WhatsApp, TikTok, Facebook, 831 puntos WiFi rurales
Duración	8 semanas (3 momentos: activación, despliegue, cierre)	8 semanas (3 momentos: sintiendo la raíz, voces en movimiento, cosechando frutos)	8 semanas (3 momentos: el rumor de la selva, voces de realidad, semillas de cambio)	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 y lo digital. Esta convergencia no es casual: refleja una comprensión compartida de las condiciones territoriales del Chocó y una lógica común de comunicación para el desarrollo que privilegia la voz propia, la identidad cultural 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, 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: 'Chocó Mundiverso' lo hace desde el arte y la celebración de la diversidad cultural; 'Raíces de Esperanza' lo hace desde la identidad ancestral y la conexión con el territorio; 'Juventud: Una realidad, no un futuro' lo hace desde la reivindicación del protagonismo político

presente; y 'Unidos Construimos Paz' lo hace desde la articulación colectiva y la gobernanza democrática participativa.

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 Chocó, 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 chocoana, esta produce ideas complejas, viables, profundamente humanas y estratégicamente sólidas.

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: CHOCÓ MUNDIVERSO

1. EQUIPO CREADOR

- Heisy Dayana Mena
- Hernan David Córdoba
- Jhoan Slather Sinisterra Asprilla
- Jhordan Chaverra
- Juan David Palacios
- Ledys del Carmen Andrades
- Yuleidy Quinto Mosquera

2. TERRITORIO DE LA PROPUESTA

Región del Chocó, Pacífico colombiano.

3. NOMBRE DE LA CAMPAÑA

"CHOCÓ MUNDIVERSO"

El nombre elegido tiene una fuerza simbólica excepcional. Al unir "Mundo" y "Diverso", el equipo comunica que el Chocó no es una sola historia de carencia, sino un universo de múltiples identidades, talentos y soluciones que el resto del país debe conocer.

4. ¿POR QUÉ ESTA CAMPAÑA IMPORTA?

El Chocó es un territorio que ha resistido históricamente los embates del conflicto armado y el abandono estatal. Sin embargo, su mayor riqueza no es el oro ni la madera, sino la capacidad de su juventud para reinventarse. Promover liderazgos juveniles en los Consejos Territoriales de Paz, Reconciliación y Convivencia (CTPRC) no es solo una opción, es una necesidad democrática: los jóvenes son quienes habitan el presente y quienes mejor entienden cómo el arte puede desactivar lógicas de violencia.

Esta campaña se justifica en la necesidad de pasar de una narrativa de "víctimas" a una de "agentes de transformación". En el marco de la Ley 1448 y los acuerdos de paz, la participación juvenil es el motor para que la paz no sea solo un documento firmado en Bogotá, sino una realidad vivida en las calles de Quibdó, en las cuencas de los ríos y en las zonas rurales más apartadas. Según datos de la Red Nacional de Consejos de Paz, la inclusión de voces jóvenes reduce las brechas de estigmatización y asegura que las políticas de paz tengan continuidad generacional.

5. LAS HISTORIAS QUE MERECEN SER CONTADAS

El corazón de Chocó Mundiverso es la historia de aquellos que, como Slather, han decidido cambiar el fusil por el micrófono y el abandono por la gestión cultural.

Formatos sugeridos para el territorio:

- "El Pregonero de la Paz" (Cápsula de Radio / WhatsApp): Audios de máximo 1 minuto donde Slather y otros jóvenes del equipo cuenten un momento clave de su liderazgo sobre un fondo de música urbana o tradicional chocoana. Estos audios se rotan en emisoras comunitarias y se viralizan por grupos de WhatsApp.
- "Murales que hablan" (Galería comunitaria): Dado que la conectividad es limitada en zonas rurales, sugerimos usar las paredes de centros comunitarios o escuelas para exponer fotografías de jóvenes líderes con una frase corta sobre su sueño. Es un "minidocumental" físico que todos pueden ver al caminar.

6. PROPÓSITO DE LA CAMPAÑA

Visibilizar y posicionar los liderazgos juveniles del Chocó como actores políticos y culturales esenciales en los CTPRC, mediante narrativas artísticas que transformen los imaginarios de violencia en mensajes de paz y reconciliación territorial.

Este propósito busca que la juventud no solo "participe" asistiendo a reuniones, sino que lidere la agenda de los Consejos de Paz, llevando propuestas concretas de cultura y arte a las mesas de decisión donde se planea el futuro del territorio.

7. MENSAJES CLAVE

MENSAJE CENTRAL: "Chocó Mundiverso: Nuestro talento es la semilla que hace florecer la paz." - Elegido porque resume la diversidad del territorio y la acción creativa como origen de la paz.

MENSAJES DE APOYO:

- "Ni un joven para la guerra, miles de voces para el arte." (Enfoque en prevención y cultura).
- "En el Chocó, los sueños pesan más que la violencia." (Enfoque en resiliencia).
- "Si hay juventud sentada en el Consejo, hay paz para el pueblo." (Enfoque en participación política).

LLAMADA A LA ACCIÓN: "¡Únete al Mundiverso! Cuenta tu historia y haz parte del Consejo de Paz."

8. PLAN DE ACCIÓN COMUNICATIVA

MOMENTO 1 — ACTIVACIÓN (Semanas 1-2)

- Acción "El rumor de la paz": Lanzamiento de una serie de audios de intriga por WhatsApp con sonidos del río y fragmentos de canciones de Slather, preguntando: "¿Qué es el Chocó Mundiverso?".
- Expectativa en redes: Cambio de fotos de perfil de los aliados con el logo de la campaña.

MOMENTO 2 — DESPLIEGUE (Semanas 3-6)

- Gira "Voces del Territorio": Realización de dos conversatorios en instituciones educativas locales. El equipo actúa como facilitador, recolectando sueños de otros jóvenes en "carteleros de paz".
- Lanzamiento del Himno Mundiverso: Presentación de la pieza musical producida por Slather en la emisora comunitaria principal, dedicada a la juventud que no se rinde.
- Toma de los CTPRC: Los jóvenes del equipo asisten a una sesión del Consejo Territorial de Paz para presentar formalmente la campaña y pedir un espacio permanente de vocería.

MOMENTO 3 — CIERRE Y MEMORIA (Semanas 7-8)

- El Mural Colectivo: Pintada de un mural en un espacio público que resuma los rostros de la campaña.
- Entrega del "Libro de Sueños": Un documento sencillo (físico o digital) que recoja las historias de paz sistematizadas durante la campaña, entregado como insumo de política pública a los CTPRC.

9. CANALES Y MEDIOS

CANALES ANÁLOGOS Y COMUNITARIOS:

- Emisoras comunitarias: Espacio de entrevista semanal "La Hora Mundiverso".
- Perifoneo rural: Uso de bocinas en motocarros o lanchas para llevar los mensajes clave a zonas sin radio.
- Espacios institucionales: Carteleros en las alcaldías y sedes de los CTPRC.

CANALES DIGITALES:

- WhatsApp: El canal rey del territorio. Creación de "stickers de paz" con frases de la campaña.
- TikTok/Instagram: Videos cortos (Reels) tipo "Un día en la vida de un líder joven en el Chocó", mostrando la cotidianidad y el esfuerzo.

10. PÚBLICO OBJETIVO

- PÚBLICO PRIMARIO (Jóvenes entre 14 y 28 años): Queremos que se sientan orgullosos y se inscriban en procesos de participación. Mensaje: Tú tienes el poder de cambiar la historia.

- PÚBLICO SECUNDARIO (Padres, madres y docentes): Buscamos que apoyen los liderazgos juveniles y dejen de ver el arte como un "pasatiempo". Mensaje: El arte de sus hijos es el camino a la paz.
- PÚBLICO ALIADO (Consejeros de Paz y autoridades): Necesitamos que abran espacio real a la juventud en la toma de decisiones. Mensaje: Sin jóvenes, el Consejo de Paz está incompleto.

11. APRENDIZAJES DEL PROCESO COLECTIVO

El equipo reflexionó que este proceso fue una oportunidad de oro para escucharse y reconocerse. El principal aprendizaje es que la comunicación no es solo "echar cuento", sino un acto de paz en sí mismo: concertar, ceder y construir una idea entre siete personas diferentes ya es un ejercicio de reconciliación.

Chocó Mundiverso no es solo una campaña; es la prueba de que cuando la juventud se une, el territorio tiene una voz que nadie puede silenciar.

CAMPAÑA 2: RAÍCES DE ESPERANZA

1. EQUIPO CREADOR

- Jennifer Sánchez Palacios
- Aroldo José Perea Córdoba
- Deisy Dayana Cuesta Palacios
- Eliana Figueroa O
- Yerli Inés Parra
- Yesid Palacios Mosquera.

2. TERRITORIO DE LA PROPUESTA

Región del Chocó, Pacífico colombiano.

3. NOMBRE DE LA CAMPAÑA: RAÍCES DE ESPERANZA

El equipo ha elegido un nombre con una potencia simbólica extraordinaria: Raíces de esperanza. Este apelativo comunica en múltiples niveles de significado:

- Lo identitario y ancestral: Las "raíces" evocan la conexión profunda con la tierra, los ancestros y la cultura afro e indígena. Sugiere que el liderazgo juvenil no surge del vacío, sino que se nutre de la herencia de resistencia del pueblo chocoano.
- La estabilidad y el crecimiento: Una raíz es lo que permite que un árbol se mantenga en pie ante las tormentas y lo que posibilita el crecimiento hacia el cielo. En el contexto de paz, las raíces representan los cimientos de la convivencia.
- El horizonte futuro: Al vincular la solidez de la raíz con la "esperanza", se proyecta una visión optimista. La esperanza aquí no es una espera pasiva, sino una fuerza transformadora que nace desde lo más profundo del territorio.

4. ¿POR QUÉ ESTA CAMPAÑA IMPORTA?

La campaña "Raíces de Esperanza" se sitúa en un momento crítico y esperanzador para la construcción de paz en Colombia. El liderazgo juvenil no es un complemento decorativo, sino el motor de la renovación democrática necesaria para que los Consejos Territoriales de Paz, Reconciliación y Convivencia (CTPRC) cumplan su función de asesorar a los gobiernos locales en la implementación de políticas de paz territorial. En el Chocó, donde aproximadamente 2 de cada 10 personas son víctimas reconocidas del conflicto armado —un total nacional que ya supera los 10 millones de personas en 2025—, la participación juvenil es una herramienta de reparación y garantía de no repetición.

Desde una perspectiva normativa, esta iniciativa se sustenta en la Ley 1448 de 2011 (Ley de Víctimas) y los decretos ley étnicos (4633, 4634 y 4635), que reconocen la necesidad de medidas de reparación integral para comunidades afrodescendientes e indígenas. El Chocó es pionero en estrategias para acelerar la implementación del Capítulo Étnico del Acuerdo Final de Paz, buscando cerrar brechas históricas en subregiones como el Atrato, el San Juan y el Baudó. La participación juvenil en los CTPRC asegura que las nuevas generaciones no solo hereden los planes de desarrollo territorial (PDET), sino que los lideren, transformando la realidad de municipios categoría 6 que han sufrido décadas de marginalidad.

La relevancia de esta campaña radica en que propone un cambio de narrativa: pasar de ver al joven como "vulnerable" o "víctima pasiva" a reconocerlo como un gestor de convivencia y cultura. Como bien señala el equipo, las juventudes aportan creatividad y una mirada fresca que puede disminuir la polarización política y fortalecer la cohesión social. En un territorio donde el reclutamiento forzado sigue siendo un riesgo latente, con más de 1.000 menores reclutados en los últimos cinco años a nivel nacional, consolidar espacios de liderazgo juvenil es una estrategia de vida y protección de los derechos humanos.

5. LAS HISTORIAS QUE MERECE SER CONTADAS

El equipo identificó una verdad profunda: las historias de paz más potentes son aquellas que ocurren en silencio, lejos de los reflectores. Estas son las narrativas de jóvenes que transforman el dolor en arte, la carencia en emprendimiento y el miedo en mediación comunitaria. Para potenciar estas ideas, utilizaremos el concepto de "paz cotidiana" como eje narrativo.

A continuación se detallan dos formatos creativos para dar vida a estas historias en el contexto rural del Chocó, diseñados para ser ejecutados con recursos mínimos:

Formato	Descripción de ejecución en territorio	Objetivo narrativo
Cápsulas radiales "Ecos de la selva"	Producción de microprogramas de 2 minutos donde un joven narra su historia en primera persona sobre	Humanizar el liderazgo juvenil y mostrar que la paz se

Formato	Descripción de ejecución en territorio	Objetivo narrativo
	sonidos ambientales del río o el monte. Se graban con celulares y se envían a emisoras como Bojayá 98.5 FM o Riosucio 89.6 FM.	construye con pequeñas acciones diarias.
Círculos de alabados y rap por la paz	Encuentros presenciales en plazas o casas culturales donde se fusionan los alabaos ancestrales con el rap juvenil para contar historias de resiliencia. Se registran en video corto para circular por WhatsApp.	Unir la tradición de los mayores con la energía de los jóvenes, validando el liderazgo desde la identidad cultural.

Se propone resaltar hechos concretos como la labor de los jóvenes indígenas de Quibdó en los "Diálogos para no polarizar" o los proyectos de reincorporación y cuidado de la tierra que ya están ocurriendo en el departamento. Estas historias demuestran que el liderazgo no es un título, sino una práctica de cuidado por lo común.

6. PROPÓSITO DE LA CAMPAÑA

El propósito original ha sido refinado para ganar en claridad estratégica y vinculación institucional:

Posicionar (VERBO) a los liderazgos juveniles del Chocó (SUJETO) como actores fundamentales en la transformación de narrativas y la incidencia política (TRANSFORMACIÓN) dentro de los Consejos Territoriales de Paz, Reconciliación y Convivencia (CONTEXTO).

Este propósito se conecta directamente con la agenda de los CTPRC, ya que estos organismos requieren de la participación ciudadana activa para ser legítimos. Al fortalecer la comunicación juvenil, se mejora la capacidad de los CTPRC para interpretar las necesidades de la población menor de 28 años, la cual representa un alto porcentaje de la población rural en zonas PDET del Chocó. La comunicación, en este sentido, no es solo difusión, sino una forma de ejercicio de la ciudadanía y de fortalecimiento de la democracia local.

7. MENSAJES CLAVE

Para que una campaña sea efectiva en territorios rurales, los mensajes deben ser sonoros, fáciles de recordar y profundamente vinculados a la cultura local. Se han jerarquizado las ideas del equipo de la siguiente manera:

MENSAJE CENTRAL: La paz tiene rostro joven y raíces que transforman el Chocó. (Elegido por resumir la identidad - raíces -, el sujeto - joven - y el cambio esperado - transformación— en 11 palabras).

MENSAJES DE APOYO:

- Nuestra voz es el motor de los Consejos de Paz: ¡Escucharnos es construir futuro! (Ideal para cuñas de radio comunitaria).
- Desde el río hasta la plaza, los jóvenes sembramos cultura y convivencia. (Enfoque territorial y estético).
- Liderar es cuidar lo nuestro; la paz nace en la raíz de nuestra comunidad. (Mensaje de identidad y pertenencia).
- El diálogo es nuestro camino, el arte nuestra herramienta y la paz nuestro destino. (Enfoque en metodologías no violentas).

LLAMADA A LA ACCIÓN: ¡Súmate al Consejo de Paz de tu municipio y haz que tu voz cuente!

8. PLAN DE ACCIÓN COMUNICATIVA

Este plan organiza las ideas del equipo en una línea de tiempo viable, considerando las distancias y los tiempos de la ruralidad chocoana.

MOMENTO 1 — ACTIVACIÓN (Semanas 1-2): "Sintiendo la raíz"

- Acción 1: Pieza radial: Emisión de "sonidos de esperanza" (instrumentos locales como la marimba o el cununo) seguidos de una pregunta: "¿Qué historia de paz estás sembrando hoy?".
- Acción 2: Muralismo comunitario: Intervención de una pared en la cabecera municipal con el logo de "Raíces de Esperanza". Los jóvenes pueden añadir sus nombres como "guardianes de la paz".
- Recursos: Pinturas artesanales, apoyo de la junta de acción local, celulares para registro.

MOMENTO 2 — DESPLIEGUE (Semanas 3-6): "Voces en Movimiento"

- Acción 1: Foro radial "Juventud y CTPRC": Espacio de entrevista en las emisoras de la Red Barule (Canalete Stereo, Riosucio Estéreo, etc.) donde un joven líder dialoga con un representante del Consejo de Paz.
- Acción 2: Ruta de la Memoria y la Esperanza: Recorrido por 3 veredas cercanas para proyectar videos cortos (si hay equipo) o realizar conversatorios testimoniales sobre historias de liderazgo silencioso.

MOMENTO 3 — CIERRE Y MEMORIA (Semanas 7-8): "Cosechando frutos"

- Acción 1: El Manifiesto Juvenil por la Paz: Recopilación de las voces del proceso en un audio-documento y un póster físico que se entrega formalmente al CTPRC como insumo para sus planes de acción.
- Acción 2: Celebración cultural: Un "Bunde por la Paz" en un espacio público donde se presenten las piezas producidas y se reconozca el trabajo del equipo creador.

- Sistematización: Uso de un grupo de WhatsApp para archivar todas las piezas y que queden como memoria técnica para futuras campañas.

9. CANALES Y MEDIOS

Dadas las condiciones de conectividad intermitente en el Chocó, se propone un esquema híbrido que prioriza lo comunitario.

Categoría	Canal / Medio	Pieza o acción concreta
Análogos y comunitarios	Radio Comunitaria (Red Barule)	Cuñas de 30 segundos grabadas con las voces de los propios jóvenes del equipo.
	Perifoneo local	Lectura de los mensajes clave desde el "carro de la voz" del pueblo en días de mercado.
	Vallas artesanales	Telas pintadas a mano instaladas en los puertos de los ríos y plazas principales.
Digitales	WhatsApp (Listas de difusión)	"Cadenas de Esperanza": audios cortos de 1 minuto con testimonios de líderes juveniles.
	Facebook (Grupos locales)	Álbumes fotográficos de los murales y las actividades culturales.
	TikTok / Instagram	Desafíos de "30 segundos por la paz" usando música del territorio y etiquetas de la campaña.

10. PÚBLICO OBJETIVO

Para que la comunicación sea estratégica, no podemos hablarle a "todo el mundo" de la misma manera. El equipo debe enfocar sus mensajes según este mapa:

- **PÚBLICO PRIMARIO:** Jóvenes del territorio (14-28 años). Objetivo: Que se sientan identificados y motivados a participar en los CTPRC. Mensaje: "Tu liderazgo transforma nuestra realidad". Canal: WhatsApp y eventos de arte urbano.
- **PÚBLICO SECUNDARIO:** Líderes adultos y sabedores (Padres, docentes, consejos comunitarios). Objetivo: Que reconozcan y respalden la autoridad de los jóvenes en temas de paz. Mensaje: "Las raíces jóvenes fortalecen nuestra historia de resistencia". Canal: Radio comunitaria y asambleas presenciales.

- PÚBLICO ALIADO: Instituciones (CTPRC, Alcaldías, Unidad para las Víctimas). Objetivo: Que abran espacios reales de incidencia y financien iniciativas juveniles. Mensaje: "Sin juventud no hay paz territorial duradera". Canal: Documentos técnicos (Manifiesto) y mesas de trabajo.

11. APRENDIZAJES DEL PROCESO COLECTIVO

La reflexión final del equipo subraya una idea poderosa: comunicar es también construir paz. A partir de su experiencia de diseño, se resaltan estos tres aprendizajes fundamentales:

- La fuerza de la concertación: Lograr que seis personas con visiones distintas se pongan de acuerdo en un mensaje común es, en sí mismo, un ejercicio de convivencia y democracia.
 - La palabra como medicina: El equipo comprendió que visibilizar las historias de quienes construyen paz en silencio es una forma de sanar el tejido social herido por la violencia.
 - El liderazgo es un servicio: Se reafirmó que el papel de las juventudes no es solo "pedir", sino proponer y actuar desde la cultura y el arte para transformar su futuro.
-

CAMPAÑA 3: JUVENTUD: UNA REALIDAD, NO UN FUTURO

EQUIPO CREADOR

- Brayan Estiven Ramírez Perea
- Freiser Andrés Murillo Guerra
- Jhonar David Mosquera Mosquera
- Luz Marina Hinestroza Mosquera
- María Leonisa Murillo Mosquera
- Rossy Mar Mosquera Álvarez
- Sandra María de las Lajas Moreno Triviño

2. TERRITORIO DE LA PROPUESTA

Región del Chocó, Pacífico colombiano.

3. NOMBRE DE LA CAMPAÑA

"Juventud: Una realidad, no un futuro"

El equipo ha elegido un nombre con una potencia identitaria y simbólica excepcional. Esta frase es, en sí misma, un manifiesto político que desafía el adultocentrismo imperante en las estructuras de poder en Colombia. Históricamente, a las juventudes se les ha asignado el rol del "futuro", una etiqueta que, aunque parece esperanzadora, suele actuar como un mecanismo de postergación: si eres el futuro, no necesitas decidir en el presente.

Al afirmar que la juventud es una realidad, el equipo reclama un asiento inmediato en los Consejos Territoriales de Paz, Reconciliación y Convivencia (CTPRC). El nombre comunica que el liderazgo joven ya está ocurriendo en las veredas, en los barrios de

Quibdó y en las orillas de los ríos Atrato y San Juan. Es un nombre que invita a la acción inmediata y que sitúa a los jóvenes como sujetos de derechos y actores políticos actuales, capaces de asesorar a alcaldías y gobernaciones desde su saber empírico y su creatividad.

4. ¿POR QUÉ ESTA CAMPAÑA IMPORTA?

La importancia de esta campaña radica en la necesidad urgente de revitalizar los mecanismos de participación ciudadana en el departamento del Chocó, un territorio que, a pesar de su histórica vulneración por el conflicto armado, ha demostrado una vocación de paz inquebrantable. Según datos de la Defensoría del Pueblo, en las elecciones de los Consejos de Juventud de 2025, el Chocó registró niveles de votación de entre el 20 % y el 22 %, superando significativamente el promedio nacional del 12.82 %. Esta cifra es una prueba irrefutable de que la juventud chocoana no es apática, sino que busca canales efectivos para incidir en su realidad. Sin embargo, esta energía electoral a menudo se diluye ante la inactividad de los CTPRC, los cuales enfrentan crisis de gestión y falta de voluntad política por parte de algunas administraciones locales.

El contexto de seguridad en el Chocó añade una capa de urgencia a esta iniciativa. Entre septiembre de 2024 y mayo de 2025, se registraron 102 homicidios en el departamento, de los cuales 37 ocurrieron en su capital, Quibdó. Ante el riesgo persistente de reclutamiento forzado y la violencia de bandas criminales, la participación juvenil en los Consejos de Paz se presenta como un escudo protector y una ruta de vida alternativa. La campaña "Juventud: "Una realidad, no un futuro" importa porque busca convertir el derecho a la participación, consagrado en la Ley 1448 de 2011 (Ley de Víctimas) y el Decreto Ley 885 de 2017, en una práctica cotidiana que arrebate a los jóvenes del conflicto y los sitúe en la mesa de decisiones.

Finalmente, esta campaña es vital porque se alinea con la conformación del Nodo Departamental de Consejos de Paz del Chocó, un espacio que busca articular las voces de municipios como Istmina, Bojayá y Condoto para exigir respaldo técnico y financiero a la labor de los consejeros. Al fortalecer la narrativa de los liderazgos juveniles, se está fortaleciendo la capacidad del territorio para tramitar sus conflictos de manera pacífica, utilizando la comunicación no solo como difusión, sino como un ejercicio de pedagogía social que dignifica la memoria y proyecta la reconciliación.

5. LAS HISTORIAS QUE MERECE SER CONTADAS

Las historias que este equipo ha identificado son el alma de la campaña. No se trata de relatos abstractos, sino de vivencias de una "Revolución Paz-cífica" donde la cultura y la resiliencia son las protagonistas. El equipo ha señalado que el liderazgo juvenil en el Chocó se manifiesta en la capacidad de transformar el dolor del desplazamiento y la violencia en procesos de retorno, cuidado del medio ambiente y defensa del patrimonio inmaterial. En el corazón de estas narrativas se encuentran las danzas tradicionales como el Currulao, la Jota y el Abozao, que no son solo bailes, sino lenguajes de resistencia que cuentan la historia del pueblo negro y su relación sagrada con el territorio y el agua.

Para potenciar estas historias y convertirlas en piezas comunicativas que resuenen en la ruralidad chocoana, proponemos los siguientes formatos basados en recursos mínimos y alta efectividad comunitaria:

Estrategia narrativa 1: "Cápsulas de radio parlante: El eco de la paz"

Inspirados en la tradición de las emisoras comunitarias y los sistemas de parlantes veredales, se sugiere crear una serie de testimonios breves grabados con teléfonos móviles. Cada cápsula iniciará con el sonido de una chirimía (clarinete y tambora) para captar la atención.

- Contenido: Un joven del CTPRC de un municipio específico (ej. Istmina) cuenta un logro concreto: "Soy Jhonar, y desde el Consejo de Paz logramos que la voz de los jóvenes víctimas fuera escuchada en el Plan de Desarrollo".
- Ejecución: Se distribuyen vía WhatsApp para que los líderes de las veredas las reproduzcan en sus megáfonos o parlantes comunitarios durante los días de mercado. Esto permite llegar a zonas sin internet, utilizando la voz como el puente de confianza más sólido.

Estrategia narrativa 2: "Muralismo vivo: Rostros de realidad"

El muralismo es una herramienta potente porque dota a la imagen de una fuerza que cuenta historias sin necesidad de palabras complejas. Proponemos la creación de un mural colectivo en un muro emblemático de la cabecera municipal, diseñado conjuntamente por jóvenes y sabedores locales.

- Contenido: El mural no solo mostrará rostros de jóvenes, sino que integrará elementos del entorno (ríos, selva) y símbolos de los CTPRC. Se sugiere incluir un código QR (donde haya conectividad) que lleve a un video del proceso de creación.
- Ejecución: Uso de pinturas locales o pigmentos naturales y convocatoria de un "convite" o jornada de trabajo comunitario. El acto de pintar se convierte en un evento de comunicación presencial donde se discute sobre la paz mientras se crea la obra.

Estrategia narrativa 3: "Minidocumentales de bolsillo - Mi territorio, mi consejo"

Aprovechando que la juventud chocoana es ávida consumidora de redes sociales (TikTok e Instagram), se propone el formato de video de 60 segundos con narrativa cinematográfica artesanal.

- Contenido: Siguiendo la lógica de la "Revolución Paz-cífica", se muestra a un joven realizando una actividad tradicional (pesca o baile) y luego transicionando a su rol como consejero en una reunión oficial. El mensaje visual es: "Nuestra cultura es nuestra fuerza para decidir".
- Ejecución: Grabación horizontal/vertical con luz natural. Se enfoca en la autenticidad del paisaje chocoano y la gestualidad de los jóvenes.

6. PROPÓSITO DE LA CAMPAÑA

Incidir en el reconocimiento y la activación efectiva de los Consejos Territoriales de Paz, Reconciliación y Convivencia (CTPRC) del Chocó, mediante el posicionamiento de los

liderazgos juveniles como actores políticos capaces de transformar narrativas de conflicto en agendas de desarrollo y convivencia territorial.

Este propósito se conecta intrínsecamente con la misionalidad de los CTPRC, los cuales, según el marco legal colombiano, deben actuar como asesores y consultores permanentes de los gobiernos municipales en materia de política pública de paz. Al enfocarse en que la juventud sea una "realidad" y no una promesa, la campaña busca que los jóvenes no solo ocupen un asiento formal, sino que lideren el mapeo de conflictividades y sugieran modificaciones a los planes de inversión local, asegurando que la paz tenga un rostro joven y rural.

7. MENSAJES CLAVE

Para que la comunicación sea efectiva en un entorno diverso como el Chocó, los mensajes deben ser directos, rítmicos y situados en la cultura local.

MENSAJE CENTRAL: "Somos la paz que habita el territorio; hoy decidimos, el futuro es ahora."

Justificación: Este mensaje contiene exactamente 12 palabras y condensa el propósito de la campaña. Elimina la distancia temporal del "futuro" y posiciona al joven como habitante y decisor.

MENSAJES DE APOYO (Memoria y Territorio):

- Enfoque en identidad: "Nuestros tambores suenan por la vida, nuestra voz decide en el Consejo de Paz." (Este mensaje es ideal para radio y murales, conectando el arte con la incidencia política).
- Enfoque en derechos: "Participar es reparar: la juventud chocoana lidera la reconciliación en cada vereda." (Basado en la Ley 1448, este mensaje sitúa la participación como un acto de justicia y reparación integral).
- Enfoque en no estigmatización: "No somos el mañana de la guerra, somos la realidad de la paz en el Chocó." (Mensaje potente para redes sociales y piezas gráficas que busquen romper prejuicios sobre la juventud en zonas de conflicto).

LLAMADA A LA ACCIÓN: "¡Hazte sentir! Únete al Consejo de Paz de tu municipio y transforma tu realidad."

8. PLAN DE ACCIÓN COMUNICATIVA

La campaña se desarrollará durante un ciclo de 8 semanas, integrando las propuestas del equipo con metodologías de participación activa como "El Sirirí" y la construcción de agendas territoriales.

MOMENTO 1 — ACTIVACIÓN: "El rumor de la selva" (Semanas 1-2)

Este momento busca generar expectativa y romper el silencio institucional sobre los CTPRC.

- Acción del equipo: Difusión masiva del nombre de la campaña y uso de redes sociales personales.

- Sugerencia añadida (El Teaser Rural): Implementar "Rutas de perifoneo" en canoas o motocarros que recorran las cuencas de los ríos y las calles principales, emitiendo audios con sonidos de naturaleza y la frase: "Algo está cambiando en el Chocó, y tiene tu voz. Juventud: Una realidad, no un futuro".
- Lanzamiento digital: Un "Maratón de Estados de WhatsApp" donde todos los integrantes del equipo y aliados publiquen simultáneamente la imagen oficial de la campaña a una hora determinada para saturar el ecosistema digital local.

MOMENTO 2 — DESPLIEGUE: "Voces de realidad" (Semanas 3-6)

Es la fase de mayor intensidad, donde se ejecutan las acciones centrales de visibilización y formación.

- Acción del equipo: Realización de conversatorios con jóvenes y producción de las historias de vida identificadas.
- Sugerencia añadida (El Convite Comunicativo): Organizar talleres de "Comunicación para la Incidencia" en las instituciones educativas rurales, aprovechando que las escuelas son territorios de paz. En estos talleres, los jóvenes grabarán sus propias cápsulas para la "Chirimía de la Paz".
- Acción de incidencia "Toma simbólica del CTPRC". Los jóvenes consejeros, apoyados por la campaña, presentarán una propuesta de Plan de Acción al alcalde o gobernador en un evento público cubierto por las radios comunitarias. Se busca que la institucionalidad se comprometa con el apoyo financiero al Nodo Departamental de Paz.
- Muralismo en vivo: Ejecución del mural propuesto en la sección anterior, invitando a la comunidad a dejar su huella o mensaje sobre qué significa la paz para ellos.

MOMENTO 3 — CIERRE Y MEMORIA: "Semillas de Cambio" (Semanas 7-8)

Acciones para asegurar que lo logrado no se pierda y se conecte con los procesos a largo plazo.

- Acción del equipo: Sistematización del proceso en un documento o video final.
- Sugerencia añadida (El Fanzine del Territorio): Crear una publicación artesanal (impresa en blanco y negro para facilitar su reproducción) que recoja las historias narradas, los mensajes clave y un directorio de los jóvenes integrantes de los CTPRC en el Chocó. Este fanzine será la "memoria viva" de la campaña.
- Celebración "Revolución Paz-cífica": Un evento de cierre con un festival de danzas tradicionales (Abozao, Currulao) donde se entreguen reconocimientos a los líderes destacados. El evento se transmitirá por Facebook Live para conectar con otros departamentos del Pacífico.

9. CANALES Y MEDIOS

Para que la campaña sea viable en un territorio con brechas digitales marcadas, se propone una estrategia de "comunicación de proximidad".

CANALES ANÁLOGOS Y COMUNITARIOS

- Radios comunitarias (La Voz del Territorio): Son el canal más potente. Se sugiere la producción del microprograma "El Radar del Consejo", un espacio de

5 minutos semanales para informar sobre los avances de los jóvenes en el CTPRC.

- Espacios institucionales y de Justicia Transicional: Uso de las oficinas de la Unidad para las Víctimas y las alcaldías para colocar piezas gráficas (vallas artesanales en madera o tela) con los mensajes de la campaña.
- Recorridos territoriales (Comunicación en movimiento): Aprovechar las asambleas comunitarias, reuniones de consejos comunitarios y asambleas de juventudes para presentar la campaña "cara a cara". No hay canal más efectivo en la ruralidad que el diálogo directo.

CANALES DIGITALES

- WhatsApp (El Canal de la Confianza): Es la red social más usada en el Chocó. Se propone crear una "Red de Difusores de Paz" compuesta por 20 líderes juveniles que reenvíen los contenidos a sus grupos veredales, deportivos y familiares.
- TikTok (La estética de la paz): Crear videos cortos usando la música de chirimía y clips de las danzas tradicionales. El formato ideal es el de "3 verdades sobre el Consejo de Paz que no sabías", narrado por los propios jóvenes.
- Zonas Comunitarias para la Paz (ZCP): Aprovechar los puntos de acceso gratuito a internet en las instituciones educativas rurales para que los jóvenes descarguen y compartan los contenidos de la campaña.

10. PÚBLICOS OBJETIVO

- PÚBLICO PRIMARIO (Jóvenes del territorio, 14-28 años): Objetivo: Que se sientan identificados y motivados a participar en los CTPRC. Mensaje: "Tu liderazgo transforma nuestra realidad". Canal: WhatsApp y eventos de arte urbano.
- PÚBLICO SECUNDARIO (Líderes adultos y sabedores) Objetivo: Que reconozcan y respalden la autoridad de los jóvenes en temas de paz. Mensaje: "Las raíces jóvenes fortalecen nuestra historia de resistencia". Canal: Radio comunitaria y asambleas presenciales.
- PÚBLICO ALIADO (Instituciones, CTPRC, Alcaldías, Unidad para las Víctimas): Objetivo: Que abran espacios reales de incidencia y financien iniciativas juveniles. Mensaje: "Sin juventud no hay paz territorial duradera". Canal: Documentos técnicos (Manifiesto) y mesas de trabajo.

11. APRENDIZAJES DEL PROCESO COLECTIVO

Uno de los grandes aprendizajes de programas como "Nuevos Territorios de Paz" ha sido que la participación debe ir acompañada de un fortalecimiento de la gobernanza democrática. Esto implica que la campaña no debe ser solo "ruido mediático", sino una herramienta de veeduría ciudadana. Si el equipo de jóvenes logra que la comunidad entienda que el CTPRC es el lugar donde se puede vigilar la inversión de los recursos del Acuerdo de Paz, la campaña tendrá una sostenibilidad natural porque la gente verá en ella una utilidad práctica para su bienestar.

Además, la conexión con el Nodo Departamental del Chocó es estratégica. Al ser una instancia que agrupa a municipios como Quibdó, Bojayá y Condoto, la campaña puede escalar mensajes que exijan a la Gobernación del Chocó y a la Oficina del Alto Comisionado para la Paz la asignación de presupuestos fijos para el funcionamiento de los consejos. La Ley 1448 ya establece que las mesas de participación deben contar con autonomía financiera; la campaña debe recordar este derecho de manera persistente.

Consideraciones sobre el impacto en el liderazgo juvenil

El objetivo final es que, al terminar las ocho semanas de despliegue intensivo, se puede buscar medir el impacto esperado:

- Nivel individual: Fortalecimiento de las capacidades de comunicación asertiva y negociación política de los jóvenes integrantes del equipo.
- Nivel comunitario: Cambio en la narrativa local, pasando de ver a la juventud como un sector en riesgo a verla como un sector en propuesta.
- Nivel institucional: Reactivación de las sesiones ordinarias de los CTPRC en el Chocó y mayor presencia de jóvenes en las Comisiones de Concertación y Decisión.

CAMPAÑA 4: UNIDOS CONSTRUIMOS PAZ

1. EQUIPO CREADOR

- Camilo Andrade
- Eustaquio Pérez Martínez
- Jackson Smith Murillo
- José Mena
- Luis Fernando Soto Garcés
- Melisa Trujillo
- Meysser Bolívar
- Yeisa Berrio
- Zenaida Mosquera

2. TERRITORIO DE LA PROPUESTA

Región del Chocó, Pacífico colombiano.

3. NOMBRE DE LA CAMPAÑA

"Unidos construimos paz"

El nombre elegido no es solo un eslogan, sino un mandato de acción colectiva. Representa la superación de la fragmentación social impuesta por la guerra y la apuesta por una paz participativa y transformadora. La unidad aquí se entiende como la confluencia de múltiples miradas (étnicas, generacionales, de género) que convergen en el CTPRC para tomar decisiones de abajo hacia arriba.

¿POR QUÉ ESTA CAMPAÑA IMPORTA?

La importancia de esta campaña radica en que los jóvenes consejeros de paz son el pilar fundamental de la población; cualquier acto de violencia afecta mayoritariamente a este sector civil. La participación juvenil debe ser vinculante y real, no meramente simbólica, impulsando reformas que permitan que las voces de los territorios sean escuchadas. La construcción de paz en el Chocó demanda transformar el rol de la juventud en el Sistema Nacional de Atención y Reparación Integral a las Víctimas (SNARIV) y en las políticas de "Paz Total".

Actualmente, programas como "Jóvenes en Paz" buscan ofrecer alternativas a la criminalidad en 28 municipios del Chocó, vinculando a más de 8.600 jóvenes en el departamento. No obstante, la sostenibilidad de estos procesos depende de su articulación con liderazgos políticos de largo aliento. Esta campaña justifica su existencia al actuar como el puente entre estos incentivos y la incidencia política en los CTPRC, permitiendo que el joven pase de ser un beneficiario a ser un guardián de la convivencia.

El Chocó concentró cerca del 32% de la población confinada del país entre enero y septiembre de 2025, lo que evidencia la urgencia de narrativas que rompan el aislamiento y fortalezcan la protección comunitaria frente a grupos armados. Invertir en la juventud es mucho más económico y humano que invertir en la guerra.

5. LAS HISTORIAS QUE MERECE SER CONTADAS

Las narrativas son el alma de esta estrategia. Recuperamos y potenciamos las historias que ya habitan el corazón del Chocó:

- Diego Luis Córdoba (Pedagogía de la Libertad): Su figura es el cimiento de la subjetivación política afrocolombiana. Al recordar su máxima "por la educación se asciende a la libertad", posicionamos la formación como el verdadero acto de rebeldía frente a la violencia.
- La resiliencia de Bojayá: La narrativa se aleja del victimismo para resaltar la capacidad de reconstrucción de las memorias colectivas. Retomamos la experiencia de "Un río de voces que clama" para simbolizar que la paz fluye conectando a las comunidades.

Formatos sugeridos:

- Podcast "Voces del Río": Una serie de 3 episodios distribuidos por WhatsApp que narren la vida de líderes locales actuales. Es ejecutable con celulares y conectividad básica en las "Zonas Comunitarias de Paz".
- Muralismo Itinerante: Intervención de espacios públicos y muelles con mensajes de paz, usando tintes naturales y recursos locales, visibilizando la cultura como herramienta de transformación.

6. PROPÓSITO DE LA CAMPAÑA

Empoderar a las juventudes del Chocó para que lideren la transformación de narrativas de paz y asuman una incidencia política vinculante en los CTPRC, garantizando que sus agendas territoriales sean el motor de la reconciliación local.

Este propósito se conecta con la agenda de los CTPRC al convertirlos en entornos seguros y no estigmatizantes donde la participación juvenil ayuda a mediar y apaciguar las fuentes locales de tensión.

7. MENSAJES CLAVE (Versión potenciada y jerarquizada)

MENSAJE CENTRAL: "Los jóvenes somos el enlace para que la paz sea total en el Chocó."

MENSAJES DE APOYO:

- "Cambiamos el fusil por el libro: nuestra educación es la ruta a la libertad".
- "Herederos de Diego Luis, guardianes de la paz: el Chocó se construye unido."
- "En el CTPRC, nuestra voz es el motor que mueve el cambio en el territorio".

LLAMADA A LA ACCIÓN: "¡Súmate al Consejo de Paz de tu municipio y haz que tu voz cuente!"

8. PLAN DE ACCIÓN COMUNICATIVA

- MOMENTO 1 — ACTIVACIÓN (Semanas 1-2): Lanzamiento mediante una "Toma Radial" en emisoras comunitarias y perifoneo en canoas. Se realizarán piezas de expectativa (sonidos del río) bajo el lema "¿Quiénes construyen la paz?".
- MOMENTO 2 — DESPLIEGUE (Semanas 3-6): Realización de conversatorios, pactos para la paz y laboratorios de "Hackatones territoriales" para diseñar soluciones de convivencia. Se grabarán cápsulas para TikTok e Instagram con el talento de "Jóvenes Creadores del Chocó".
- MOMENTO 3 — CIERRE Y MEMORIA (Semanas 7-8): Acto cultural de "Arte por la Paz" donde se presente el registro de los pactos logrados. Se entregará una "Agenda Juvenil de Paz" a los delegados del CTPRC para asegurar el seguimiento ciudadano.

9. CANALES Y MEDIOS

CANALES ANÁLOGOS Y COMUNITARIOS:

- Radio comunitaria: Emisoras como Bojayá Estéreo (98.5 FM), Canaleta Stereo en Istmina y Cocomacia Estéreo.
- Eventos presenciales: Reuniones en las plazas y muelles, aprovechando los rituales de armonización tradicionales.

CANALES DIGITALES:

- WhatsApp: Circulación de audios cortos y tarjetas digitales.
- Redes sociales (TikTok/Facebook): Videos de 30 segundos con música local (hip hop o alabaos) para tocar de manera directa a la comunidad urbana.
- Zonas Comunitarias de Paz: Uso de los 831 puntos wifi en escuelas rurales para la descarga de contenidos.

10. PÚBLICOS OBJETIVO

- PÚBLICO PRIMARIO (Jóvenes del territorio): Incluyendo a los vinculados al SRPA y beneficiarios de "Jóvenes en Paz". Mensaje: "Tu voz es el enlace". Canal: TikTok/WhatsApp.
- PÚBLICO SECUNDARIO (líderes y familias): Consejos Comunitarios (COCOMACIA, FISCH). Mensaje: "Protejamos el liderazgo de nuestros jóvenes". Canal: Emisoras comunitarias.
- PÚBLICO ALIADO (Instituciones y CTPRC): Alcaldías, Defensoría del Pueblo y agencias de cooperación. Mensaje: "Invertir en jóvenes es sembrar futuro". Canal: Mesas técnicas.

11. APRENDIZAJES DEL PROCESO COLECTIVO

El equipo destaca que el trabajo colaborativo fue fructífero al articular saberes diversos. Los aprendizajes clave son:

- La comunicación es cuidado: Participar es tender la mano y abrir puertas para que otros también puedan soñar.
- Unidad en la diversidad: Respetar los diferentes saberes de los jóvenes es lo que hace potente a la campaña.

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 Chocó. 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

El Chocó es un territorio de conflicto armado activo. Visibilizar liderazgos juveniles en zonas de influencia de grupos armados ilegales puede generar riesgos directos para la integridad de los jóvenes que lideran o protagonizan las campañas. El reclutamiento forzado y las amenazas a líderes sociales son realidades documentadas.

Estrategia de mitigación: Las campañas deben mantener siempre un enfoque de paz colectiva y cultural, evitando cualquier señalamiento de actores específicos o de dinámicas del conflicto que puedan comprometer la seguridad de los participantes. Es imperativo buscar el respaldo institucional del CTPRC, la Defensoría del Pueblo y organismos de cooperación internacional que puedan actuar como garantes simbólicos. Se recomienda implementar protocolos de seguridad digital (privacidad en redes, no

compartir ubicaciones en tiempo real) y diseñar rutas de atención y acompañamiento psicosocial para los jóvenes comunicadores.

Riesgo 2: Discontinuidad institucional y desinterés político

Solo 290 de los 1.102 municipios del país tienen CTPRC activos. En el Chocó, la inactividad de estos organismos y la falta de voluntad política de algunas administraciones locales pueden hacer que las campañas pierdan su principal interlocutor institucional, reduciendo su impacto a lo puramente cultural y limitando su capacidad de incidencia en políticas públicas.

Estrategia de mitigación: Diseñar una estrategia de articulación multinivel que no dependa exclusivamente de un único interlocutor institucional. Conectar las campañas con el Nodo Departamental de Consejos de Paz del Chocó, con las Plataformas Municipales de Juventud y con organismos de cooperación internacional que puedan ejercer presión institucional para la activación de los CTPRC. Documentar cada acción como evidencia de incidencia y entregarla formalmente ante las instancias competentes.

Riesgo 3: Agotamiento y deserción del equipo

Los procesos de comunicación participativa demandan tiempo, energía y recursos que los jóvenes del Chocó no siempre tienen garantizados. La falta de recursos económicos, la distancia geográfica entre los integrantes de los equipos y las demandas de la vida cotidiana en contextos de vulnerabilidad pueden generar deserción y fragmentación de los grupos de trabajo.

Estrategia de mitigación: Distribuir claramente los roles y responsabilidades al interior de cada equipo. Establecer acuerdos colectivos sobre tiempos y cargas de trabajo. Gestionar con las instituciones aliadas el reconocimiento de gastos de transporte, alimentación y conectividad para los jóvenes participantes. Celebrar los logros parciales de manera visible para mantener la motivación colectiva.

Riesgo 4: Brechas digitales y de conectividad

A pesar de los avances en la expansión de las Zonas Comunitarias para la Paz (831 puntos WiFi en escuelas rurales), la conectividad sigue siendo intermitente y desigual en el Chocó. Una campaña que dependa excesivamente de los canales digitales puede no llegar a las comunidades más alejadas, reproduciendo las brechas de exclusión que precisamente busca superar.

Estrategia de mitigación: Priorizar siempre los canales análogos y comunitarios —la emisora, el perifoneo, el mural, el conversatorio presencial— como el núcleo de la estrategia, usando lo digital como un amplificador complementario y no como el canal principal. Diseñar contenidos que funcionen sin necesidad de internet: audios descargables, piezas impresas, stickers para WhatsApp que puedan compartirse sin datos.

Riesgo 5: Apropiación instrumental de las narrativas juveniles

Existe el riesgo de que las instituciones o las élites políticas locales se apropien de los mensajes y las narrativas producidas por los jóvenes para fines electorales o de imagen institucional, vaciando de contenido político la propuesta original y reduciendo a los jóvenes a instrumentos de visibilización sin real incidencia.

Estrategia de mitigación: Registrar la autoría de los contenidos producidos. Establecer acuerdos formales con las instituciones aliadas 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.

4.2 Potencialidades para maximizar

Potencialidad 1: La riqueza cultural como ventaja comunicativa

El Pacífico colombiano es uno de los territorios culturalmente más ricos del hemisferio. Los alabaos, el currulao, el abozao, la chirimía, el rap afrocolombiano y las narrativas orales ancestrales son herramientas comunicativas de una potencia simbólica que ningún formato externo podría replicar. Las cuatro campañas comprenden esto y lo convierten en su principal activo estratégico. Se recomienda profundizar en este camino: Involucrar a cantoras, tamboreros, bardos orales y artistas visuales del territorio como co-creadores de las piezas comunicativas, no solo como referentes culturales.

Potencialidad 2: La alta participación electoral juvenil como capital político

El hecho de que el Chocó haya registrado una participación del 20-22% en las elecciones de Consejos de Juventud de 2025 —muy por encima del promedio nacional del 12.82%— es una evidencia objetiva de que la juventud chocoana tiene una vocación de participación política que no ha sido suficientemente canalizada. Las campañas pueden aprovechar este capital político para presionar a las administraciones locales y a los CTPRC a abrir espacios reales de incidencia, con base en la legitimidad que otorga ese nivel de participación electoral.

Potencialidad 3: La posición estratégica del Chocó como laboratorio de paz

El Chocó se ha consolidado como un territorio pionero en la implementación del Capítulo Étnico del Acuerdo Final de Paz. Esta posición de vanguardia le otorga una visibilidad especial ante organismos nacionales e internacionales de cooperación, que pueden convertirse en aliados clave para el financiamiento y el acompañamiento técnico de las campañas. Una estrategia de comunicación que logre posicionar estas iniciativas como un modelo replicable para otros departamentos como Nariño, Cauca o Guaviare puede atraer recursos y atención mediática que potencien enormemente su alcance.

Potencialidad 4: La red existente de medios comunitarios

La Red Barule y las emisoras de paz creadas en el marco del Acuerdo Final de Paz (Bojayá 98.5 FM, Riosucio 89.6 FM) constituyen una infraestructura mediática ya

establecida, con credibilidad comunitaria probada y obligaciones legales de ceder espacios para contenidos de paz. Esta red puede ser el sistema nervioso central de la estrategia de difusión de las cuatro campañas, articulando los mensajes entre municipios y garantizando que lleguen a las zonas más apartadas de las cuencas del Atrato y el San Juan.

Potencialidad 5: La fuerza del WhatsApp como medio de movilización

En el ecosistema mediático del Chocó, WhatsApp es el canal de mayor penetración y confianza. Los cuatro equipos lo identifican correctamente como el 'canal rey' del territorio. Se recomienda diseñar una estrategia de activación de redes de difusión (no solo grupos, sino listas de difusión y redes de difusores voluntarios) que permita que los contenidos de las campañas circulen de manera orgánica y con el sello de confianza que da el envío entre conocidos.

4.3 Oportunidades del contexto para capitalizar

Oportunidad 1: Articulación con el Nodo Departamental de Consejos de Paz

La conformación del Nodo Departamental de Consejos de Paz del Chocó —que articula municipios como Quibdó, Bojayá, Istmina y Condoto— es una oportunidad estratégica de primer orden. Las cuatro campañas pueden presentarse ante el Nodo como insumos comunicacionales de una iniciativa departamental unificada, lo que fortalecería la demanda de recursos y el peso político de la agenda juvenil ante la Gobernación y la Oficina del Alto Comisionado para la Paz.

Oportunidad 2: Programa 'Jóvenes en Paz'

El programa 'Jóvenes en Paz', que vincula a más de 8.600 jóvenes en 28 municipios del Chocó, representa una red preexistente de jóvenes organizados que pueden convertirse en el público primario y en los difusores naturales de las cuatro campañas. Articular las iniciativas comunicativas con este programa puede multiplicar exponencialmente el alcance de los mensajes de paz.

Oportunidad 3: Zonas Comunitarias para la Paz como infraestructura digital

Los 831 puntos WiFi en escuelas rurales de municipios PDET son una infraestructura digital que las campañas pueden aprovechar para distribuir contenidos audiovisuales en zonas donde la conectividad es escasa. Se recomienda diseñar una estrategia específica de 'kioscos de paz' en estas Zonas Comunitarias, donde los jóvenes puedan descargar, ver y compartir las piezas comunicativas de las campañas durante los días de mayor afluencia escolar.

Oportunidad 4: Implementación del Capítulo Étnico y los PDET

Los Planes de Desarrollo con Enfoque Territorial (PDET) que se implementan en 7 municipios del Chocó incluyen compromisos específicos de participación juvenil y comunicación para la paz. Las campañas pueden presentarse ante las Instancias de Alto Nivel de los PDET como evidencia del cumplimiento de estos compromisos, generando incidencia institucional y posiblemente accediendo a recursos de implementación ya asignados en los planes.

Oportunidad 5: Visibilidad mediática nacional e internacional

Las narrativas de jóvenes chocoanos que transforman la violencia en arte y liderazgo tienen un enorme potencial de atracción mediática en el nivel nacional e internacional. Una estrategia de relacionamiento con periodistas, documentalistas y agencias de cooperación puede generar coberturas que amplifiquen el alcance de las campañas más allá del territorio, posicionando al Chocó como un ejemplo de paz territorial construida desde abajo.

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, es posible identificar los siguientes logros en distintos horizontes temporales:

Corto plazo (0-6 meses)

- Incremento visible en el número de jóvenes que asisten y participan activamente en las sesiones de los CTPRC en los municipios donde se implementen las campañas.
- Instalación de al menos cuatro murales comunitarios que materialicen las narrativas de paz en el espacio público y generen apropiación colectiva de los mensajes.
- Producción y distribución de piezas comunicativas (audios, videos cortos, stickers, cuñas radiales) que circulen activamente en los ecosistemas digitales y análogos del territorio.
- Presentación formal de al menos cuatro documentos de política (Libros de Sueños, Manifiestos, Agendas Juveniles de Paz) ante los CTPRC locales, generando compromisos institucionales concretos.
- Fortalecimiento de las capacidades comunicativas de al menos 28 jóvenes integrantes de los equipos creadores, que se convertirán en comunicadores y voceros de la paz en sus comunidades.

Mediano plazo (6-18 meses)

- Cambio gradual en la narrativa local sobre la juventud: de 'sector en riesgo' a 'sector en propuesta', medible a través de la percepción de líderes adultos, docentes y medios comunitarios.
- Reactivación de al menos el 30% de los CTPRC inactivos en los municipios donde se implementen las campañas, como resultado de la presión y visibilización generada.
- Posicionamiento de al menos una de las cuatro campañas como referente comunicacional replicable en otros departamentos del Pacífico (Nariño, Cauca) y del postconflicto colombiano.
- Establecimiento de alianzas formales con organismos de cooperación internacional (OIM, UNICEF, PNUD) que permitan el financiamiento de una segunda fase de las iniciativas.

- Inclusión de al menos una propuesta concreta proveniente de los equipos juveniles en los planes de acción municipales o departamentales de paz, como evidencia tangible de incidencia política.

Largo plazo (18-36 meses)

- Consolidación de un ecosistema comunicacional propio para la paz juvenil en el Chocó, con medios, formatos, voceros y redes de difusión que funcionen de manera autónoma y sostenible, sin depender exclusivamente del apoyo externo.
- Relevó generacional efectivo en los CTPRC, con jóvenes ocupando roles de liderazgo y vocería en los espacios formales de toma de decisiones sobre políticas de paz y reconciliación.
- Contribución documentada a la reducción de la estigmatización de las juventudes chocoanas y al fortalecimiento de la cohesión social en las comunidades intervenidas, medible a través de indicadores de convivencia y percepción de seguridad.
- Producción de un modelo sistematizado de comunicación participativa para la paz juvenil en territorios rurales del Pacífico colombiano, que pueda ser adoptado como política pública por la Gobernación del Chocó y como referencia por el Sistema Nacional de Atención y Reparación Integral a las Víctimas (SNARIV).

4.5 Recomendaciones finales para los equipos

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

- Comiencen pequeño, pero comiencen ya: No esperen el presupuesto ideal ni las condiciones perfectas. Una cápsula de audio grabada con un celular y compartida por WhatsApp ya es comunicación para la paz. El primer paso, aunque sea pequeño, es el más importante.
- Cuidense mutuamente: La seguridad del equipo está por encima de cualquier meta comunicacional. Antes de cada acción, evalúen colectivamente los riesgos y asegúrense de que todos y todas estén protegidos.
- Documenten todo como si fuera la primera vez: Las fotos, los audios, los testimonios y las piezas producidas son la evidencia de su trabajo ante el Estado y ante la historia. Sean rigurosos en la sistematización de cada acción.
- Busquen a los mayores: Las sabedoras, los cantaores, los consejos comunitarios y los líderes históricos del territorio son sus aliados más poderosos. Su legitimidad y su arraigo son recursos invaluable para cualquier proceso de comunicación comunitaria.
- Exijan sus derechos: La Ley 1448 y el Acuerdo Final de Paz garantizan espacios y recursos para la participación juvenil en los procesos de paz. No pidan lo que ya les corresponde por derecho: exíjanlo con datos, con propuestas y con la fuerza de esta campaña.
- Celebren: Cada mural pintado, cada cápsula de radio emitida, cada sesión del CTPRC en la que una voz joven sea escuchada es un logro que merece ser celebrado. La alegría también es una herramienta de paz.

¡GenerAcciónPaz!
Somos la fuerza que cambia la historia.
#GeneraciónPaz

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



Embajada Británica
Colombia



2026