



**OBSERVATORIO
para LA PAZ**
VALLE



ESTRATEGIA DEPARTAMENTAL Y LOCAL DE COMUNICACIÓN PARA LA PAZ TERRITORIAL.

**Alianza entre la Gobernación del Valle del Cauca y el Programa de las Naciones
Unidas para el Desarrollo
(PNUD)**

Noviembre 22 de 2017

Tabla de Contenido



| | |
|--|----|
| INTRODUCCIÓN | 2 |
| 1. CONTEXTO | 3 |
| 2. ASPECTOS CONCEPTUALES DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN | 5 |
| 3. LA ESTRATEGIA DEPARTAMENTAL Y LOCAL DE COMUNICACIÓN PARA LA PAZ TERRITORIAL .. | 7 |
| 3.1 Objetivos | 7 |
| 3.2 Los mensajes clave y las líneas de trabajo de la Estrategia | 8 |
| 3.3 Comunicación interna y externa | 11 |
| 3.3.1 Comunicación interna en la Gobernación..... | 11 |
| 3.3.2 Comunicación externa selectiva..... | 14 |
| 3.3.3 Comunicación externa masiva | 19 |
| 3.4 Relacionamiento con los principales medios regionales de comunicación | 23 |
| 3.5 Fortalecimiento de los medios locales de comunicación institucionales y comunitarios. | 25 |
| 4. CRONOGRAMA GENERAL DE ACTIVIDADES..... | 29 |

INTRODUCCIÓN

Ante el Valle del Cauca se levanta el enorme reto de la implementación del Acuerdo de Paz suscrito entre el Gobierno de Colombia y las FARC. En esa dirección, la Gobernación del Valle, a través de su Secretaría de Paz Territorial y Reconciliación, ha suscrito un convenio con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), el cual tiende a coadyuvar en la implementación de esos acuerdos y en la gestión territorial para la paz, y además a posicionar la experiencia en el Departamento como una de las pioneras en forjar la paz territorial en Colombia.

El convenio nace de la convergencia de esfuerzos el PNUD y la Gobernación del Valle en la construcción de la paz y en la implementación del Acuerdo de Paz. El PNUD, por su parte, ha venido acompañando al Gobierno de Colombia, lo cual se ha concretado tanto en su Programa de País a nivel general, como en la Estrategia en Apoyo a la Implementación del Acuerdo de Paz y a la Construcción de Paz en Colombia en particular. La Gobernación del Valle del Cauca, por su parte, ha priorizado estas apuestas en su plan de gobierno y ha incluido en su Plan de Desarrollo Departamental “El Valle está en Vos” metas, programas y proyectos específicos para este efecto.

El mencionado convenio tiene por objeto aunar esfuerzos entre el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo – PNUD y la Gobernación del Valle para fortalecer las capacidades del Departamento en el diseño e implementación del Modelo de Gestión Territorial para la construcción de Convivencia y Paz. Dicho Modelo está enfocado hacia la consolidación de un arreglo institucional y comunitario que soporte el alistamiento y la preparación para la implementación del Acuerdo de Paz y promueva la construcción de estrategias locales de paz territorial a través de un acompañamiento permanente que promueva las capacidades institucionales, sociales y productivas de los municipios priorizados en el marco de la estrategia de paz y desarrollo.

Así, el Convenio está estructurado en tres grandes componentes: i) Fortalecimiento del Buen Gobierno, orientado a fortalecer las capacidades del Departamento para el diseño e implementación del Modelo de Gestión Territorial para la Paz y la Convivencia; ii) Paz local y desarrollo, orientado a fortalecer las capacidades institucionales, sociales y productivas en los municipios; y iii) Comunicación para la Paz, orientado a fortalecer las capacidades en el territorio para sensibilizar a la población y sumar voluntades hacia el alistamiento para la paz.

La estrategia propuesta en este documento se enmarca en el último de los componentes mencionados y consiste en una estrategia departamental y local de comunicación para la construcción de la paz territorial, la atención a las víctimas y la transformación de las conflictividades sociales. Dicha estrategia estará encaminada a sensibilizar y a formar a los(las) ciudadanos(as) para el cambio hacia la paz.

Dado que el proceso de implementación del Acuerdo de Paz y de construcción de la paz territorial es un proceso de largo plazo, la presente Estrategia de Comunicación está planteada en los mismos términos. Es decir, que excede el tiempo restante al período del actual Gobierno Departamental y que debería constituirse en una estrategia de mediano y largo plazo, gestionada por los diversos gobiernos que, durante ese lapso, asuman la dirección del Departamento del Valle del Cauca.

Lo anterior implica también que la estrategia sea asumida por la Gobernación en su conjunto, bajo el liderazgo de la Secretaría de Paz Territorial, y en estrecha colaboración con las demás

dependencias involucradas en la realización de las actividades, en particular con la Oficina de Prensa.

1. CONTEXTO

La Estrategia Departamental y Local de Comunicación para la Paz Territorial está enmarcada en un contexto determinado por tres referencias: i) La implementación del Acuerdo de Paz en el territorio; ii) El Modelo de Gestión Territorial para la Paz formulado y en proceso de implementación por parte del PNUD y la Gobernación; y iii) Las metas y programas establecidos en el Plan de Desarrollo Departamental (PDD) “El Valle está en Vos”.

En el **Modelo de Gestión Territorial para la Paz** se recogen todos los aspectos relativos a la implementación del Acuerdo de Paz en el territorio, y su objetivo es consolidar un arreglo institucional y comunitario que contribuya a y concurra en la implementación del Acuerdo de Paz y promueva la construcción de una estrategia regional y de estrategias locales de Paz Territorial, generando una institucionalidad pública y comunitaria eficiente, abierta, transparente, participativa, con goce efectivo de derechos, y vinculando en este proceso a los distintos actores sociales del territorio.

Para ello, el Modelo se estructura en seis Componentes: i) Nueva Arquitectura Institucional y Comunitaria para la Paz, la Reconciliación y la Convivencia, que enmarca y que sirve como base para los otros cinco componentes; ii) Atención y Reparación a las Víctimas; iii) Reconciliación y Sistemas Locales de Justicia formal y no formal; iv) Territorios Productivos de Paz; v) Educación y Comunicación para la Paz; y vi) Garantía de Derechos Humanos. Cada uno de los componentes descritos estará permeado por cuatro enfoques: i) La participación social comunitaria; ii) La diversidad y especificidad territorial; iii) El enfoque de Derechos Humanos; y iv) El enfoque diferencial, con énfasis en los derechos de la mujer y la equidad de género. Adicionalmente, consta de tres elementos transversales; i) La formación y capacitación a todos los actores territoriales; ii) La Estrategia de Comunicación de las acciones relativas a la implementación del Modelo; y iii) El Sistema de Monitoreo y Evaluación de los resultados de la aplicación del mismo.

Dentro de este marco, el **Componente de Educación y Comunicación para la Paz** se orienta a la promoción de una cultura para la paz basada en el *pluralismo, la convivencia, la tolerancia, la reconciliación y la no estigmatización, que aseguren condiciones de respeto a los valores democráticos y el respeto a quienes ejercen la oposición política.*

Para ello, se busca el fortalecimiento de las capacidades en el territorio para sensibilizar a la población y sumar voluntades hacia el alistamiento para la Paz, la Convivencia y la Reconciliación en el marco de las disposiciones del Consejo Nacional para la Reconciliación y la Convivencia a ser creado en el marco del Acuerdo de Paz (Punto 2: Participación política: Apertura democrática para construir la Paz).

Así, este componente se enmarca principalmente en la línea de acción “El Valle le dice si a la Paz”, del pilar de Paz Territorial del PDD, pero involucra también otras líneas de acción del mencionado pilar, y se estructura en tres ejes:

- i) Fortalecer las capacidades de la Gobernación, las entidades del orden departamental y los municipios para la formulación e implementación de una estrategia de Educación y Cultura para la Paz.
- ii) Fortalecer las capacidades institucionales para difundir y arraigar en la población vallecaucana la memoria histórica, la identidad cultural y la cultura como elementos de pertenencia, incorporando la Paz, la Convivencia y la Reconciliación en las diferentes manifestaciones artísticas.
- iii) Fortalecer el papel de los medios de comunicación institucionales y comunitarios en la promoción de la Paz, la Convivencia y la Reconciliación.

El tercer eje, **Fortalecimiento del papel de los medios de comunicación institucionales y comunitarios en la promoción de la paz, la convivencia y la reconciliación**, se orienta a:

- i) Promover la contribución de los medios de comunicación comunitarios, institucionales y regionales “a la participación ciudadana y, en especial, a promover los valores cívicos, el reconocimiento de las diferentes entidades étnicas y culturales, la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, la inclusión política y social, la integración nacional y, en general, el fortalecimiento de la democracia” (Acuerdo de Paz, 2016, p. 45).
- ii) Promover el pluralismo político mediante el acceso de las organizaciones y movimientos sociales, particularmente de las mujeres, jóvenes y demás sectores que históricamente no han estado equitativamente representados, a los canales y emisoras institucionales y comunitarias en los niveles regional y local (Acuerdo de Paz, 2016, pp.46-47). Las acciones específicas previstas son:
 - a) Promover la capacitación técnica de los(las) trabajadores(as) de los medios de comunicación comunitarios, mediante procesos que busquen dignificar la libre expresión y opinión.
 - b) Abrir espacios en las emisoras y canales institucionales y regionales dedicados a la divulgación del trabajo de las organizaciones y los movimientos sociales, especialmente los hechos o experiencias de paz desarrollados por las comunidades.
 - c) Contribuir a la financiación de la producción y divulgación de contenidos orientados a fomentar una cultura de paz con justicia social y reconciliación, por parte de los medios de interés público y comunitarios.
 - d) Establecer alianzas entre la Gobernación del Valle y los medios de comunicación institucionales regionales/locales y comunitarios (ej: emisoras comunitarias) para la construcción de redes de comunicación y para la implementación de la estrategia de comunicación para la Paz.

Finalmente, el contexto más específico de la estrategia de comunicación lo constituyen las iniciativas específicas contempladas por la Gobernación en el PDD, las que se mencionan más adelante, en los apartes respectivos.

Como puede inferirse, en primer lugar, la Estrategia de Comunicación para la Paz Territorial aquí formulada debe ser consistente con y contribuir al logro de los objetivos del Modelo, al logro de los objetivos más específicos del Componente de Educación y Comunicación para la Paz y, de manera muy particular, al logro de los objetivos del Eje: Fortalecimiento del papel de los medios de comunicación institucionales y comunitarios en la promoción de la paz, la convivencia y la reconciliación.

En segundo lugar, la estrategia debe tomar en cuenta el cumplimiento de las metas y programas del PDD antes mencionadas.

2. ASPECTOS CONCEPTUALES DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

El “concepto práctico” (una definición no académica) de comunicación tomado como base en esta propuesta se refiere al establecimiento de un **proceso de interlocución entre dos o más actores** (Gobernación-PNUD y targets claves), es decir que implica un **flujo de información e incidencia en doble sentido**, y no se limita a la sola emisión de información.

Mediante el proceso de comunicación se busca incidir positivamente en la percepción que el interlocutor tiene sobre la construcción de la paz en el territorio y, específicamente, sobre el pluralismo, la convivencia, la tolerancia, la reconciliación y la no estigmatización, el respeto a los valores democráticos y el respeto a quienes ejercen la oposición política.

Para ello, no sólo es necesario hacerle llegar un mensaje (una “idea fuerza”), sino también verificar que la recibió y cómo la recibió. Así mismo, recibir de vuelta su percepción sobre el tema. Esto implica un proceso que incluye la emisión del mensaje, la recepción del mismo, y la retroalimentación. Así mismo, hace necesario evaluar la calidad y la efectividad de la comunicación, a fin de hacer los ajustes para mejorarla. Ello supone entonces incorporar en la estrategia los momentos y los instrumentos necesarios para el diálogo “de doble vía” y la realización de comprobaciones sobre la calidad y la efectividad de la comunicación.

Lo anterior implica trabajar en la estrategia de manera integral y articulada tres elementos: i) la definición de las ideas-fuerza (mensajes) claves a transmitir; ii) los grupos objetivo (targets) claves; y iii) el tipo de estrategia y la definición de los medios (instrumentos) más adecuados a utilizar en cada caso.

De otro lado, la estrategia de comunicación constituye a la vez un instrumento del Gobierno Departamental (en particular, de la Secretaría de Paz Territorial y Convivencia) para la construcción de alianzas en torno a la construcción de una cultura de paz. Para ello, se hace necesario atender dos frentes de trabajo simultáneamente: el “frente externo” (instituciones y personas, actuales o potenciales aliados) y el “frente interno” (los funcionarios de la Gobernación y los tomadores de decisiones de la entidad).

Así, la comunicación implica definir y priorizar las audiencias del Gobierno Departamental y de la Secretaría (targets externos e internos) y, con base en ello, desarrollar un proceso que permita materializar los imperativos estratégicos de la comunicación para la construcción de alianzas:

- i) Generar visibilidad: hacer presencia, tener continuidad, generar plataformas programáticas de trabajo y generar participación.
- ii) Crear empatía: crear vínculos, generar afinidad poniéndose en el lugar o en la posición del otro.
- iii) Generar credibilidad: la posición del Gobierno Departamental genera confianza y es compartida por muchas personas, sus manifestaciones son coherentes con sus acciones.
- iv) Ganar autoridad: el Gobierno Departamental tiene el control sobre la agenda, tiene un rol, tiene una voz, es un referente, es influyente.

En consecuencia, la Estrategia de Comunicación se constituye en un poderoso instrumento de apoyo a todos los otros elementos de la gestión territorial de la Paz e interactúa con estos. En particular, apoya y se articula con:

- i) La formulación de las agendas locales de paz a través de los Consejos Territoriales de Paz.
- ii) El proceso de construcción de la Red de Gestores de Paz.
- iii) La promoción de nuevos liderazgos políticos, en particular de los grupos poblacionales que históricamente han sido inequitativamente representados.
- iv) Los procesos de actualización y revisión de las políticas públicas para la atención y reparación a las víctimas del conflicto.
- v) Los procesos de reconciliación y convivencia en el marco de la Justicia Restaurativa.
- vi) La promoción de las condiciones de seguridad para líderes y comunidades en los territorios mayormente afectados por el conflicto que estén en riesgo de ser controlados por nuevos actores armados ilegales.
- vii) La reincorporación de los excombatientes en el territorio.
- viii) La divulgación de Acuerdo de Paz y la educación para la paz.
- ix) Los procesos de construcción de memoria histórica, la identidad cultural y la cultura como elementos de pertenencia.
- x) La garantía de los Derechos Humanos.

Sobre la base de lo anterior se diseña la estrategia aquí propuesta, la cual se presenta en los apartes siguientes.

3. LA ESTRATEGIA DEPARTAMENTAL Y LOCAL DE COMUNICACIÓN PARA LA PAZ TERRITORIAL

Como se planteó anteriormente, el proceso de implementación del Acuerdo de Paz y de construcción de la paz territorial es un proceso de largo plazo.

En primer lugar, el Gobierno Nacional y las organizaciones que apoyan la implementación del acuerdo estiman que la implementación del Acuerdo tomará entre 10 y 15 años. En segundo lugar, la construcción de la paz en el territorio implica una gran transformación de la cultura y de los imaginarios de los distintos actores territoriales a través de la transformación de las instituciones, de la comunicación para la paz y de la gestión de dichos actores.

Por ello, la Estrategia de Comunicación está planteada como un proceso de mediano y largo plazo, que excede el tiempo restante al período del actual Gobierno Departamental y que se espera sea gestionada por el actual y por los sucesivos gobiernos que, durante ese lapso, asuman la dirección del Departamento del Valle del Cauca.

Desde el punto de vista de su implementación, se espera también que la estrategia sea asumida por la Gobernación en su conjunto, bajo el liderazgo de la Secretaría de Paz Territorial, y en estrecha colaboración con las demás dependencias involucradas en la realización de las actividades, en particular con la Oficina de Prensa.

3.1 Objetivos

Como se planteó, los objetivos de la Estrategia Departamental y Local de Comunicación para la Paz Territorial se enmarcan en el descrito Modelo de Gestión Territorial para la Paz.

Así, el **objetivo general es el fortalecimiento del papel de los medios de comunicación institucionales y comunitarios** del Departamento en la promoción de una cultura para la paz basada en el pluralismo, la convivencia, la tolerancia la reconciliación y la no estigmatización.

Los **objetivos específicos** son los siguientes:

- i) Divulgación y socialización del Acuerdo de Paz entre los diferentes actores institucionales y sociales del Departamento.
- ii) Posicionamiento del Modelo de Gestión Territorial para la Paz entre los actores institucionales y sociales del Departamento.
- iii) Promoción del pluralismo político mediante el acceso de organizaciones y movimientos sociales a los medios de comunicación institucionales y comunitarios del Departamento.

- iv) Posicionamiento del Valle del Cauca como el departamento pionero en la implementación de los acuerdos de La Habana.

3.2 Los mensajes clave y las líneas de trabajo de la Estrategia

La implementación de la Estrategia de Comunicación Departamental y Local para la paz será operada por la Gobernación del Valle en su conjunto, bajo el liderazgo de la Secretaría de Paz Territorial y Reconciliación, y en estrecha relación con la Oficina de Prensa de la Gobernación.

Se trata de desarrollar una gestión estratégica de la comunicación para la paz en el Valle del Cauca orientada no solamente a la difusión de los logros en materia de la gestión territorial para la paz, sino también, y principalmente, al posicionamiento (tanto internamente en la Gobernación como ante los actores institucionales y sociales-Comunitarios, y ante la opinión pública) de los mensajes clave o “ideas fuerza”.

La gestión estratégica de la comunicación para la paz deberá entonces contemplar tres ámbitos:

- i) El posicionamiento de los mencionados mensajes clave o “ideas fuerza”.
- ii) El análisis del entorno y de los cambios en el proceso en el campo político, económico y social, a fin de verificar la pertinencia o no a lo largo del tiempo de dichos mensajes claves, o de modificarlos.
- iii) El análisis de escenarios futuros, las probabilidades de ocurrencia, los impactos (positivos y negativos) al nivel departamental, nacional e internacional, sobre proceso de construcción de la paz, y la formulación de una estrategia comunicacional de contingencia (es decir, que se aplicará solamente si ocurren los hechos previstos) que defina la posición ante estos y los mensajes a emitir ante las instituciones, los actores sociales-comunitarios y la opinión pública.

La estrategia se estructura, al nivel general, en tres ámbitos:

- i) Los grupos objetivo (*targets*): los funcionarios de la Gobernación, los actores institucionales y sociales-comunitarios del Departamento y la opinión pública.
- ii) Las propuestas y mensajes clave, que se describen más adelante.
- iii) Los medios (instrumentos) para transmitir dichos mensajes, adecuados al tipo de grupo objetivo.

Cada uno de estos elementos se concretará, de manera más específica, en la formulación de la estrategia de comunicación interna y en la estrategia de información pública (externa selectiva y externa masiva).

Dado que el primer paso consiste en definir los mensajes clave o “ideas fuerza” que se han de posicionar internamente en la Gobernación, selectivamente ante los diversos actores institucionales y sociales-comunitarios del Departamento y, a nivel amplio, ante la opinión pública, **se propone realizar una sesión de trabajo para este efecto con la Secretaría de Paz.**

De manera preliminar, y derivados del enfoque del Modelo de Gestión Territorial para la Paz, se proponen tres alternativas para la formulación de los siguientes mensajes clave, como base para la discusión: i) Mensajes referidos a los valores y actitudes, en el marco de una nueva cultura; y ii) Mensajes referidos a los efectos esperados de la implementación del Modelo de gestión territorial para la paz; y iii) Mensajes referidos a los llamados a la acción por parte de los actores institucionales y sociales-comunitarios.

Con respecto a los mensajes referidos a los valores y actitudes en el marco de una cultura de paz, de manera preliminar se proponen los siguientes:

1. La paz no consiste solamente en la ausencia de violencia, es una condición integral para que los vallecaucanos podamos gozar de los beneficios Estado de Derecho y, además, las víctimas puedan recobrar sus derechos.}
2. Construyamos una nueva arquitectura institucional y social-comunitaria para la paz, la convivencia y la reconciliación.
3. Garanticemos los derechos de las víctimas del conflicto a la atención, la justicia, la verdad, la reparación y la no repetición.
4. Construyamos la cultura de la Justicia Restaurativa y garanticemos el acceso a la justicia y la seguridad de las poblaciones más vulnerables y de las afectadas por el conflicto.
5. Adoptemos una estrategia de desarrollo productivo sostenible de las regiones y comunidades rurales, que contribuya a la construcción de la paz.
6. Promovamos la educación y la cultura para la paz, impulsando el pluralismo, la convivencia, la tolerancia y la no estigmatización.

Con relación a los mensajes clave referidos a los efectos esperados de la implementación del Modelo de gestión territorial para la paz, se proponen de manera preliminar los siguientes:

1. En el componente de la nueva arquitectura institucional y comunitaria para la paz, la reconciliación y la convivencia: con la paz construimos un mejor país.
2. En el componente de atención y reparación a víctimas del conflicto: con la paz no habrá una víctima más.
3. En el componente de reconciliación y sistemas locales de justicia: la paz va de la mano con la justicia.
4. En el componente de territorios sostenibles y productivos para la paz: en el campo se siembra la paz.
5. En el componente de educación y comunicación para la paz: con la paz ya no habrá malas noticias.

En cuanto a los mensajes referidos a los llamados a la acción por parte de los actores institucionales y comunitarios, se proponen de manera preliminar los siguientes:

1. Concertar las agendas locales de paz, en el marco de los consejos o las mesas de Paz, Convivencia y Reconciliación.
2. Ampliar y consolidar la Red de Gestores de Paz en el Valle del Cauca.
3. Generar nuevos liderazgos en la política, abriendo espacio a las mujeres, los jóvenes, los indígenas, los afrodescendientes y los campesinos.
4. Apoyar los procesos de reincorporación comunitaria de los excombatientes y su vinculación a la política.
5. Promover y consolidar las acciones de Memoria Histórica y la incorporación de la cultura de la paz en las manifestaciones artísticas.
6. Promover y consolidar las emisoras comunitarias como medios de comunicación local.

Evidentemente, como se verá en el apartado respectivo, en el caso de la comunicación pública masiva será necesario “traducir” dichas ideas a frases o “*slogans*” en un lenguaje sencillo y claro (en una perspectiva “publicitaria”), que garantice su fácil comprensión y recordación por parte del público en general.

En función de los objetivos y de los criterios expuestos, la estrategia se estructura en las siguientes tres líneas estratégicas de trabajo:

1. Comunicación interna y externa:
 - i) Comunicación interna: Divulgación y socialización del Acuerdo de Paz y del Modelo de Gestión Territorial de la Paz al interior de la Gobernación del Valle, especialmente entre los tomadores de decisiones.
 - ii) Comunicación pública selectiva: divulgación y socialización del Acuerdo de Paz y del Modelo hacia los actores institucionales y sociales de interés para el Gobierno Departamental, como intervinientes en el proceso de gestión territorial de la Paz.
 - iii) Comunicación pública masiva: divulgación y socialización de las propuestas y mensajes clave hacia la opinión pública en general.
2. Relacionamiento con los principales medios regionales de comunicación.
3. Fortalecimiento de los medios locales de comunicación institucionales y comunitarios.

La implementación de las líneas estratégicas descritas estará acompañada de un sistema de monitoreo y evaluación de la eficacia de la Estrategia Departamental y Local de Comunicación para la Paz Territorial, cuyos resultados permitirán introducir los ajustes necesarios para optimizarla.

3.3 Comunicación interna y externa

Esta línea estratégica se estructura en tres frentes específicos, cada uno de los cuales se describe en los apartes siguientes:

- Comunicación interna en la Gobernación.
- Comunicación externa selectiva.
- Comunicación externa masiva.

3.3.1 Comunicación interna en la Gobernación

Este frente de trabajo no se limita a la divulgación de los logros, sino que busca **posicionar internamente en la Gobernación** los mensajes clave de manera que las propuestas respectivas queden incorporadas de manera transversal en todas las intervenciones realizadas por las diferentes secretarías y entidades descentralizadas del orden departamental.

La estrategia de comunicación será de “doble vía”. Mediante la comunicación interna se adelantará la divulgación y socialización del Acuerdo de Paz y del Modelo de Gestión Territorial de la Paz al interior de la Gobernación del Valle, especialmente entre los tomadores de decisiones de la entidad. A su vez, se implementarán mecanismos de retroalimentación por parte de los grupos objetivo.

Para ello, es necesario llegar de manera eficaz a tres grupos objetivo: i) Los(as) directivos(as) quienes toman decisiones de gobierno: Gobernadora, Secretarios(as), Directores o Gerentes de entidades descentralizadas del nivel departamental y otros similares; ii) Funcionarios del nivel técnico, quienes diseñan y lideran la implementación de las políticas, programa o proyectos; y iii) Funcionarios(as) en general.

Para este efecto es indispensable contar con la cooperación de la Oficina de Prensa de la Gobernación, con quien ya hay un acuerdo para que en los productos que allí se elaboran (informativo diario en la TV y la Página Web) se difundan las iniciativas y la información relativa a la gestión territorial de la paz.

Así, para cada uno de los grupos objetivo se gestionará la presentación del Acuerdo de Paz, del Modelo de Gestión Territorial para la Paz y la transmisión de los mensajes clave ya mencionados, empleando los medios más idóneos:

- i) En el caso del personal directivo y del personal técnico, será necesario emplear medios de contacto directo, tales como reuniones y talleres, contando con el apoyo de presentaciones y documentos de tipo técnico bien elaborados.
- ii) En el caso de los funcionarios en general, se emplearán las piezas comunicacionales de tipo masivo que se consideren más adecuadas: banners, carteleras, correo electrónico, infografías, videos, directivas firmadas por la Gobernadora, etc.

Las actividades propuestas para este efecto, a título de ejemplo, son las siguientes:

- i) Identificación y caracterización de los grupos objetivo.
- ii) Definición de los medios de comunicación a emplear en cada caso.
- iii) Diseño de las piezas comunicacionales apropiadas para cada caso (documentos, presentaciones, infografías, banners, videos, mensajes de correo electrónico, directivas firmadas por la Alta Dirección, etc.).
- iv) Divulgación y socialización del Acuerdo de Paz, del Modelo y de los mensajes clave.
- v) Implementación de instrumentos de retroalimentación por parte de los grupos objetivo.
- vi) Diseño e implementación del sistema de monitoreo y evaluación de la eficacia de la estrategia de comunicación interna.

Para la planificación de las actividades se propone, a título de ejemplo, diligenciar la siguiente matriz:

Cuadro 1: Programación de actividades de comunicación interna

| Actividades | Objetivo | Responsable(s) | Fecha | Indicador(es) | Medios de verificación | Recursos | Observaciones |
|---|----------|----------------|-------|---------------|------------------------|----------|---------------|
| Identificación y caracterización de grupos objetivo | | | | | | | |
| Definición de medios de comunicación | | | | | | | |
| Diseño de piezas comunicacionales | | | | | | | |
| Divulgación y socialización del Acuerdo de Paz, del Modelo y de los mensajes clave | | | | | | | |
| Implementación de mecanismos de retroalimentación por parte de los grupos objetivo. | | | | | | | |
| Diseño e implementación del sistema de monitoreo y evaluación de la eficacia de la estrategia de comunicación interna | | | | | | | |

Las acciones de comunicación específicas propuestas a título de ejemplo, son las siguientes:

- i) Implementación del proceso de comunicación interna de los mensajes clave y las propuestas de acción para la construcción de la paz en el territorio, en “efecto cascada” desde el Consejo de Gobierno hacia los niveles de dirección alta, media, técnica-profesional y asistencial. Para ello, emplear los medios más adecuados a cada uno de los grupos objetivo.
- ii) Envío de comunicación escrita personal de la Gobernadora a cada uno(a) de los(las) funcionarios(as), informando sobre el Modelo y precisando los mensajes clave.
- iii) Envío de mensaje vía correo electrónico presonalizado de la Gobernadora a cada uno(a) de los(las) funcionarios(as) informando sobre el Modelo y precisando los mensajes clave.

Para esto se propone, a título de ejemplo, diligenciar la matriz presentada a continuación, especificando para cada acción:

- i) El objetivo de la misma.
- ii) Los mensajes centrales a transmitir.
- iii) El o los grupos objetivo (*targets*).
- iv) Emisor(es): quién(s) deberá(n) realizar la transmisión.
- v) Autor(es): Quién(es) deberá(n) elaborar el(los) respectivos(as) documentos, presentaciones o piezas comunicacionales.
- vi) Medio(s) o canal(es) a emplear: vía para la transmisión del mensaje.
- vii) Fecha(s) en la(s) cual(es) se realizará la transmisión o divulgación.

Cuadro 2: Acciones de comunicación interna

| Acciones de comunicación | Objetivo | Mensajes centrales | Grupos(s) objetivo | Emisor(es) | Autor(es) | Medio(s) o canal(es) | Fecha(s) |
|---|----------|--------------------|--------------------|------------|-----------|----------------------|----------|
| Implementación del proceso de comunicación interna de los mensajes clave y las propuestas de acción para la construcción de la paz en el territorio, en “efecto cascada”. | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|
| Envío de comunicación escrita personal de la Gobernadora a cada uno(a) de los(las) funcionarios(as), | | | | | | | |
| Envío de mensaje vía correo electrónico personalizado de la Gobernadora a cada uno(a) de los(las) funcionarios(as) | | | | | | | |

3.3.2 Comunicación externa selectiva

Al igual que en el caso anterior, este frente de trabajo no se limita a la divulgación de los logros sino que busca **posicionar externamente, ante los actores institucionales y sociales-comunitarios de interés para la Gobernación**, los mensajes clave.

Desde el punto de vista de la comunicación externa selectiva, será necesario priorizar el interés de la Gobernación en los diferentes actores, de acuerdo con su interés en contribuir al proceso de gestión territorial de la paz, y a su grado capacidad de incidencia:

- Alto interés y alta capacidad de incidencia: actor clave.
- Alto interés y baja capacidad de incidencia: mantener plena comunicación y monitorear.
- Bajo interés y alta capacidad de incidencia: tratar de incrementar su interés mediante la comunicación.
- Bajo interés y baja capacidad de incidencia: mantener informado y monitorear su posición.

Dicha priorización permitirá utilizar la comunicación como un instrumento de apoyo de manera que las propuestas respectivas puedan ser adoptadas por parte de los actores en el marco de una estrategia de alianzas.

Debe anotarse que la posición de los actores puede cambiar con el tiempo, incluso como efecto de la estrategia de comunicación misma, por lo cual es necesario mantener un monitoreo continuo sobre estos.

También en este frente, la estrategia de comunicación será de “doble vía”. Mediante la comunicación externa selectiva se adelantará la divulgación y socialización del Acuerdo de Paz y del Modelo de Gestión Territorial de la Paz ante los grupos objetivo mencionados. A su vez, se implementarán mecanismos de retroalimentación por parte de dichos grupos objetivo.

Para ello, es necesario llegar de manera eficaz a varios tipos de grupo objetivo:

- i) Instituciones:
 - Instituciones públicas del nivel nacional.
 - Instituciones públicas del nivel nacional con presencia regional.
 - Instituciones públicas del nivel departamental.
 - Instituciones públicas del nivel municipal.
- ii) Organizaciones del sector privado:
 - Asociaciones y gremios de la producción.
 - Empresas y grupos económicos.
- iii) Organizaciones comunitarias poblacionales de interés:
 - Organizaciones de mujeres.
 - Organizaciones de población LGBTI.
 - Organizaciones de jóvenes.
 - Organizaciones campesinas.
 - Organizaciones de indígenas.
 - Organizaciones de afrodescendientes.
 - Organizaciones de adultos mayores.
 - Organizaciones de personas con discapacidad.
- iv) Organizaciones comunitarias sectoriales de interés:
 - Ambientalistas
 - Derechos humanos.
 - Otras.
- v) Organizaciones comunitarias territoriales de interés.
- vi) Otros.

Así, la estrategia de comunicación externa selectiva como instrumento para la construcción de alianzas, se estructura en cuatro momentos estratégicos:

- i) Generar visibilidad: hacer presencia, tener continuidad, generar plataformas y generar participación.
- ii) Crear empatía: crear vínculos, generar afinidad poniéndose en el lugar o en la posición del otro.
- iii) Generar credibilidad: la posición de la Gobernación/Secretaría de Paz genera confianza y se compartida por muchas personas, sus manifestaciones son coherentes con sus acciones.
- iv) Ganar autoridad: la Gobernación/Secretaría de Paz tiene control sobre la agenda, tiene un rol, tiene una voz, es un referente, es influyente.

Con base en lo expuesto, el diseño de la estrategia de comunicación externa selectiva como instrumento para la construcción de alianzas, cubre cuatro fases secuenciales:

- i) Fase 1: Mapeo de actores. Consiste en realizar el mapeo de actores, identificando tendencias y posiciones con respecto a la gestión territorial de la paz en el Departamento:
 - ¿Quiénes son? Fortalezas, habilidades, experiencia.
 - ¿Cuál es su posición? Oportunidades de interacción y relacionamiento transparente.
 - ¿Cuáles son sus expectativas? Nivel de compromiso e interés en participar permanentemente.
 - ¿Qué les preocupa, en relación con la gestión territorial de la paz?
- ii) Fase 2: Plan de relacionamiento, acercamiento e influencia.
- iii) Fase 3: Establecimiento de alianzas o planes de coordinación o cooperación.
- iv) Fase 4: Seguimiento de los acuerdos hechos con base en las “ideas fuerza”.

Para cada uno de los grupos objetivo se gestionará la presentación del Acuerdo de Paz, del Modelo de Gestión Territorial para la Paz y la transmisión de los mensajes clave ya mencionados, **teniendo en cuenta la pertinencia de los mensajes para cada grupo objetivo y el empleo de los medios más idóneos en cada caso:**

- i) Comunicación a través del contacto directo, tales como reuniones (desayunos de trabajo, entrevistas individuales, talleres, etc.) contando con el apoyo de presentaciones y documentos de tipo técnico bien elaborados.
- ii) Comunicación a través de ejercicios periódicos con grupos focales con formadores de opinión, tales como académicos, periodistas, líderes cívicos y gremiales.
- iii) Comunicación con el apoyo de otras piezas comunicacionales que se consideren más adecuadas: correo electrónico, infografías, videos, comunicaciones o informes remitidos por la Gobernadora o por el Secretario de Paz, etc.

Las actividades propuestas para este efecto, a título de ejemplo, son las siguientes:

- i) Identificación y caracterización de los grupos objetivo.
- ii) Diseño de la estrategia de comunicación para cada grupo objetivo.
- iii) Definición de los mensajes clave para cada grupo objetivo.
- iv) Definición de los medios de comunicación a emplear para cada grupo objetivo (contacto directo, grupos focales, otros).
- v) Diseño de las piezas comunicacionales apropiadas para cada caso (documentos, presentaciones, infografías, videos, mensajes de correo electrónico o cartas enviadas por la Gobernadora o por el Secretario de Paz, etc.).

- vi) Divulgación y socialización del Acuerdo de Paz, del Modelo y de los mensajes clave.
- vii) Implementación de instrumentos de retroalimentación por parte de los grupos objetivo.
- viii) Diseño e implementación del sistema de monitoreo y evaluación de la eficacia de la estrategia de comunicación externa selectiva.

Para la planificación de las actividades se propone, a título de ejemplo, diligenciar la siguiente matriz:

Cuadro 3: Programación de actividades de comunicación externa selectiva

| Actividades | Objetivo | Responsable(s) | Fecha | Indicador(es) | Medios de verificación | Recursos | Observaciones |
|---|----------|----------------|-------|---------------|------------------------|----------|---------------|
| Identificación y caracterización de grupos objetivo | | | | | | | |
| Diseño de la estrategia de comunicación para cada grupo objetivo | | | | | | | |
| Definición de los mensajes clave para cada grupo objetivo | | | | | | | |
| Definición de medios de comunicación para cada grupo objetivo | | | | | | | |
| Diseño de piezas comunicacionales | | | | | | | |
| Divulgación y socialización del Acuerdo de Paz, del Modelo y de los mensajes clave | | | | | | | |
| Implementación de mecanismos de retroalimentación por parte de los grupos objetivo. | | | | | | | |
| Diseño e implementación del sistema de monitoreo y evaluación de la eficacia de la estrategia de comunicación interna | | | | | | | |

Las acciones de comunicación específicas propuestas a título de ejemplo, son las siguientes:

- i) Comunicación personal a través de desayunos o almuerzos de trabajo individuales o grupales los(las) dirigentes o líderes del respectivo grupo objetivo, informando sobre el Modelo y precisando los mensajes clave.
- ii) Envío de comunicación escrita personal (cartas, mensajes de correo electrónico, mensajes de otro tipo, etc.) de la Gobernadora/Secretario de Paz a cada uno(a) de los(las) dirigentes o líderes del respectivo grupo objetivo, informando sobre el Modelo y precisando los mensajes clave.
- iii) Trabajo con grupos focales informando sobre el Modelo y precisando los mensajes clave.
- iv) Difusión, mediante la distribución de memorias USB a organizaciones sociales y a formadores de opinión, de los múltiples videos realizados por diferentes organizaciones con un enfoque de pedagogía sobre la paz.

Para esto se propone, a título de ejemplo, diligenciar la matriz presentada a continuación, especificando para cada acción:

- i) El objetivo de la misma.
- ii) Los mensajes centrales a transmitir.
- iii) El o los grupos objetivo (*targets*).
- iv) Emisor(es): quién(s) deberá(n) realizar la transmisión.
- v) Autor(es): Quién(es) deberá(n) elaborar las(s) respectivas(s) documentos, presentaciones o piezas comunicacionales.
- vi) Medio(s) o canal(es) a emplear.
- vii) Fecha(s) en la(s) cual(es) se realizará la transmisión o divulgación.

Cuadro 4: Acciones de comunicación externa selectiva

| Acciones de comunicación | Objetivo | Mensajes centrales | Grupos(s) objetivo | Emisor(es) | Autor(es) | Medio(s) o canal(es) | Fecha(s) |
|---|----------|--------------------|--------------------|------------|-----------|----------------------|----------|
| Comunicación personal a través de desayunos o almuerzos de trabajo individuales o grupales los(las) dirigentes o líderes del respectivo grupo objetivo, informando sobre el Modelo y precisando los mensajes clave. | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|
| Envío de comunicación escrita personal (cartas, mensajes de correo electrónico, mensajes de otro tipo, etc.) de la Gobernadora/Secretario de Paz a cada uno(a) de los(las) dirigentes o líderes del respectivo grupo objetivo, informando sobre el Modelo y precisando los mensajes clave. | | | | | | | |
| Trabajo con grupos focales informando sobre el Modelo y precisando los mensajes clave. | | | | | | | |
| Difusión, mediante la distribución de memorias USB a organizaciones sociales y a formadores de opinión, de los múltiples videos realizados por diferentes organizaciones con un enfoque de pedagogía sobre la paz. | | | | | | | |

3.3.3 Comunicación externa masiva

En este frente de trabajo se busca posicionar externamente, **ante la opinión pública en general**, los mensajes clave. Por ello, las acciones de comunicación no se limitan a la divulgación de los logros en materia de gestión territorial de la paz.

Mediante la comunicación externa masiva de gestionará la divulgación de los principales elementos del Acuerdo de Paz, los principales planteamientos del Modelo de Gestión Territorial para la Paz y de los mensajes clave ya mencionados, **teniendo en cuenta el empleo de los medios masivos más idóneos y pertinentes:**

- i) Radio: Emisoras comerciales, institucionales y comunitarias de cobertura regional y local.
- ii) Prensa: diarios y revistas de cobertura regional y local, boletines institucionales, otros.
- iii) Televisión: comercial e institucional, de cobertura regional.
- iv) Página Web y correo electrónico masivo.
- v) Redes sociales: Twitter, Facebook, etc.
- vi) Mensajes de texto en telefonía móvil.

Las actividades propuestas para este efecto, a título de ejemplo, son las siguientes:

- i) Diseño de la estrategia de comunicación masiva externa (puede incluir plan de medios y realización de eventos públicos tales como caminatas, torneos, concursos, etc.).
- ii) Formulación de los mensajes clave en un lenguaje sencillo y claro, comprensible y amigable para la gente, especialmente en los municipios y zonas rurales.
- iii) Definición de los medios de comunicación masivos a emplear: emisoras, diarios y revistas, televisión, página Web, correo electrónico, redes sociales, telefonía móvil, otros.
- iv) Diseño de las piezas comunicacionales apropiadas para cada caso: spots de radio y o TV, avisos de prensa, infografías, videos, mensajes de correo electrónico, mensajes por redes, mensajes de texto en telefonía móvil, programas de radio y/o TV, etc..
- v) Divulgación y socialización de los principales planteamientos del Modelo de Gestión Territorial para la Paz y de los mensajes clave.
- vi) Diseño e implementación del sistema de monitoreo y evaluación de la eficacia de la estrategia de comunicación externa masiva: encuestas o sondeos presenciales, telefónicos, por correo electrónico, otros.

Para la planificación de las actividades se propone, a título de ejemplo, diligenciar la siguiente matriz:

Cuadro 5: Programación de actividades de comunicación externa masiva

| Actividades | Objetivo | Responsable(s) | Fecha | Indicador(es) | Medios de verificación | Recursos | Observaciones |
|--|----------|----------------|-------|---------------|------------------------|----------|---------------|
| Diseño de la estrategia de comunicación masiva externa | | | | | | | |
| Definición de los mensajes clave | | | | | | | |
| Definición de medios de comunicación masivos a emplear | | | | | | | |
| Diseño de piezas comunicacionales | | | | | | | |
| Divulgación y socialización de los principales planteamientos del Modelo y de los mensajes clave | | | | | | | |
| Diseño e implementación del sistema de monitoreo y evaluación de la eficacia de la estrategia de | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|--------------------------------|--|--|--|--|--|--|--|
| comunicación externa masiva | | | | | | | |
|--------------------------------|--|--|--|--|--|--|--|

Las acciones de comunicación específicas propuestas a título de ejemplo, son las siguientes:

- i) Emisión de spots de radio.
- ii) Emisión de spots de TV.
- iii) Publicación de avisos de prensa.
- iv) Emisión de boletines de prensa.
- v) Realización de ruedas de prensa por parte de la Gobernadora/Secretario de Paz.
- vi) Publicación de notas de prensa, radio o TV.
- vii) Realización de “tours” de medios (radio, prensa, TV) por parte de la Gobernadora/Secretario de Paz. Se propone realizar por lo menos cuatro visitas mensuales a medios de comunicación regional y local, bien sea de radio, prensa o TV.
- viii) Programas de radio.
- ix) Programas de TV.
- x) Mensajes mediante correo electrónico.
- xi) Mensajes o publicaciones en páginas Web.
- xii) Mensajes o publicaciones en redes sociales.
- xiii) Mensajes de texto en telefonía móvil.

A este respecto, debe anotarse que en la actualidad se están distribuyendo entre uno y dos boletines de prensa semanalmente vía grupos de WhatsApp (12), correos electrónicos (1.200) y también enviándose a los medios de comunicación y a periodistas, así como a las organizaciones y líderes sociales (450). Los boletines también se presentan en la Página Web de la Gobernación del Valle mediante un acuerdo que se logró con la Oficina de Comunicaciones.

También se divulgan las actividades de gestión territorial de la Paz a cargo de la Secretaría de Paz en un programa semanal denominado “Hechos para la Paz” en el Canal Telepacífico. Esto permite dar cuenta de la meta respectiva establecida en el Plan de Desarrollo Departamental “El Valle está en Vos”: emitir 27 horas de contenidos para el desarrollo de una cultura de Paz y reconciliación durante el periodo de gobierno. (Subprograma 3070501: Promoción de una cultura política de paz y convivencia en el Valle del Cauca. Meta asignada a Telepacífico).

Además de lo anterior, se propone elaborar videoclips de 3 minutos de duración, que destaquen y expliquen los componentes del Modelo de gestión territorial para la paz, y que dichos videoclips sean difundidos en el programa informativo “Hechos para la Paz” y en las redes sociales. Además, que sean enviados a los medios de comunicación regional y a las organizaciones sociales y comunitarias.

Adicionalmente, se propone elaborar piezas comunicacionales educativas que ilustren de una manera ágil y amena en qué consiste el Modelo.

Para planificar las actividades de comunicación se propone, a título de ejemplo, diligenciar la matriz presentada a continuación, especificando para cada acción:

- i) El objetivo de la misma.
- ii) Los mensajes centrales a transmitir.
- iii) El o los grupos objetivo (*targets*).
- iv) Emisor(es): quién(s) deberá(n) realizar la transmisión.
- v) Autor(es): Quién(es) deberá(n) elaborar las(s) respectivas(s) documentos, presentaciones o piezas comunicacionales.
- vi) Medio(s) o canal(es) a emplear.
- vii) Fecha(s) en la(s) cual(es) se realizará la transmisión o divulgación.

Cuadro 6: Acciones de comunicación externa masiva

| Acciones de comunicación | Objetivo | Mensajes centrales | Grupos(s) objetivo | Emisor(es) | Autor(es) | Medio(s) o canal(es) | Fecha(s) |
|--|----------|--------------------|--------------------|------------|-----------|----------------------|----------|
| Emisión de spots de radio | | | | | | | |
| Emisión de spots de TV | | | | | | | |
| Publicación de avisos de prensa | | | | | | | |
| Boletines de prensa | | | | | | | |
| Ruedas de prensa | | | | | | | |
| Publicación de notas de radio, prensa o TV | | | | | | | |
| Tour de medios | | | | | | | |
| Programas de radio | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|
| Programas de TV | | | | | | | |
| Mensajes de correo electrónico | | | | | | | |
| Mensajes o publicaciones en páginas Web. | | | | | | | |
| Mensajes o publicaciones en redes sociales | | | | | | | |
| Mensajes de texto en telefonía móvil | | | | | | | |

3.4 Relacionamiento con los principales medios regionales de comunicación

Es muy importante resaltar que en esta línea estratégica se plantea trabajar fundamentalmente con los periodistas y columnistas de los medios, más que con los medios como tales de manera institucional. Ello, dada la diversidad de posiciones y de agendas corporativas de los medios tradicionales con respecto a la construcción de la paz en el Valle del Cauca.

Como anotado anteriormente, este frente de trabajo no se limita a la divulgación de los logros sino que busca **posicionar ante los periodistas interesados** los mensajes clave.

Así, el objetivo consiste en sensibilizar a los trabajadores de los medios sobre la importancia de los Acuerdos de Paz y del Modelo de Gestión Territorial de Paz. Esto abre la posibilidad de ganar importantes aliados para difundir las propuestas y acciones para la construcción de paz y la dinamización del proceso de reconciliación territorial.

Es necesario entonces realizar un mapeo de los periodistas y columnistas de los diferentes medios (prensa, radio y TV) y priorizarlos de acuerdo con su interés en contribuir al proceso de gestión territorial de la paz, y a su grado capacidad de incidencia.

Con base en lo anterior, y mediante una comunicación de “doble vía”, diseñar una estrategia de alianzas con una metodología similar a la planteada para la comunicación externa selectiva con aliados estratégicos para la Gobernación.

A continuación se gestionará la presentación del Acuerdo de Paz, del Modelo de Gestión Territorial para la Paz y la transmisión de los mensajes clave ya mencionados y **de los mensajes para cada grupo objetivo y el empleo de los medios más idóneos en cada caso.**

En consecuencia, las actividades previstas para esta línea estratégica son las siguientes:

- i) Mapeo de actores y priorización: periodistas y columnistas de interés para el proceso de gestión territorial de la paz en el Valle del Cauca.
- ii) Presentación y discusión del Acuerdo de Paz, del Modelo de Gestión Territorial para la Paz y de las propuestas para la construcción de la paz en el Valle del Cauca.

- iii) Creación de espacios para la discusión sobre el contexto, el significado del Acuerdo de Paz y el rol de los periodistas en este proceso.
- iv) Generación de acuerdos para la colaboración de los periodistas interesados, con el proceso de gestión territorial de la paz y con la implementación del Acuerdo de Paz. Lo anterior, enmarcado en la Estrategia de educación y cultura para la paz, la reconciliación y la convivencia.
- v) Seguimiento y evaluación del proceso de gestión territorial de la paz, a través de:
 - Contactos individuales.
 - Actividades grupales de información y de formación.
 - Ejercicios grupales periódicos de análisis y evaluación.

A este respecto, vale la pena anotar que se han realizado las siguientes actividades:

- i) Reunión con periodistas y columnistas de los principales medios regionales de comunicación del Valle del Cauca, para presentar el Modelo. Allí se acordó la creación de los espacios para la formación y la discusión.
- ii) Foro “Los medios y la paz”, cuyo objetivo fue hacer un análisis sobre el papel de los medios de comunicación en el proceso de paz, y en el cual participaron periodistas y comunicadores del nivel nacional y regional.

Adicionalmente, se ha previsto la realización de una actividad de formación del tipo Diplomado, a cargo de una universidad regional, dirigida a comunicadores regionales y locales, en la cual se analizará el rol de la comunicación (más allá del periodismo) en el proceso de construcción de la paz.

Cuadro 7: Programación de actividades de relacionamiento con los principales medios

| Actividades | Objetivo | Responsable(s) | Fecha | Indicador(es) | Medios de verificación | Recursos | Observaciones |
|--|----------|----------------|-------|---------------|------------------------|----------|---------------|
| Mapeo de actores y priorización: periodistas y columnistas de interés para el proceso de gestión territorial de la paz en el Valle del Cauca. | | | | | | | |
| Presentación y discusión del Acuerdo de Paz, del Modelo de Gestión Territorial para la Paz y de las propuestas para la construcción de la paz en el Valle del Cauca. | | | | | | | |
| Creación de espacios para la discusión sobre el contexto, el significado del | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|--|--|
| Acuerdo de Paz y el rol de los periodistas en este proceso. | | | | | | | |
| Generación de acuerdos para la colaboración de los periodistas interesados, con el proceso de gestión territorial de la paz y con la implementación del Acuerdo de Paz. | | | | | | | |
| Seguimiento y evaluación del proceso de gestión territorial de la paz | | | | | | | |

3.5 Fortalecimiento de los medios locales de comunicación institucionales y comunitarios.

Esta línea estratégica tiene como objetivo general promover la contribución de los medios de comunicación institucionales y comunitarios al proceso de construcción de la paz en el Departamento.

Específicamente, se espera que contribuyan a: i) Promover los valores cívicos, el reconocimiento de las diferentes entidades étnicas y culturales, la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, la inclusión política y social, la integración nacional y, en general, el fortalecimiento de la democracia (Acuerdo de Paz, 2016, p. 45); y ii) Promover el pluralismo político mediante el acceso de las organizaciones y movimientos sociales, particularmente de las mujeres, jóvenes y demás sectores que históricamente no han estado equitativamente representados (Acuerdo de Paz, 2016, pp.46-47).

Los medios institucionales se refieren a medios impresos (boletines, periódicos, revistas, etc.) y a medios radiales propios de las instituciones del nivel local, tales como Alcaldías, organizaciones de comunicación (por ejemplo, Semana Rural) u otras. Los medios comunitarios se refieren a medios impresos y radiales propios de las organizaciones comunitarias poblacionales o territoriales en el nivel local.

En esta línea estratégica de comunicación adquiere especial importancia la participación y el involucramiento de la población campesina, indígena y comunidades negras víctimas del conflicto armado en los 23 municipios priorizados: ellos, además de ser el centro de las actividades y la razón de ser de la línea estratégica, serán los protagonistas de la información. La estrategia también tendrá una directriz específica hacia las mujeres como principales afectadas por la guerra.

Así, las instituciones educativas de las zonas rurales (y las universidades, como instancias de apoyo) serán ejes fundamentales para la articulación de una educación y comunicación para la paz.

Al igual que en las líneas estratégicas anteriores, es necesario realizar un mapeo de los medios de comunicación local institucionales y comunitarios, y luego priorizarlos de acuerdo con su interés en contribuir al proceso de gestión territorial de la paz, y a su grado capacidad de incidencia.

En consecuencia, las actividades propuestas para esta línea estratégica son las siguientes:

- i) Mapeo de actores y priorización: medios locales de comunicación de interés para el proceso de gestión territorial de la paz en el Valle del Cauca.
- ii) Presentación y discusión del Acuerdo de Paz, del Modelo de Gestión Territorial para la Paz y de las propuestas para la construcción de la paz en el Valle del Cauca.
- iii) Promoción de la formación sobre la paz y capacitación técnica de los(las) trabajadores(as) de los medios, mediante procesos que busquen dignificar la libre expresión y opinión. Suministro de piezas comunicacionales diseñadas y empleadas en la comunicación externa masiva.
- iv) Generación de acuerdos y alianzas para la colaboración de los medios locales interesados, con el proceso de gestión territorial de la paz y con la implementación del Acuerdo de Paz.
- v) Establecimiento de alianzas entre la Gobernación del Valle y los medios de comunicación locales para la construcción de redes de comunicación y para la implementación de la estrategia de comunicación para la Paz.
- vi) Apertura de espacios en las emisoras y canales institucionales y regionales dedicados a la divulgación del trabajo de las organizaciones y los movimientos sociales, especialmente los hechos o experiencias de paz desarrollados por las comunidades.
- vii) Contribución a la financiación de la producción y divulgación de contenidos orientados a fomentar una cultura de paz con justicia social y reconciliación.

A este respecto, vale la pena destacar que ya se ha venido desarrollando algunas actividades, que son las siguientes:

- i) Taller con emisoras comunitarias y comerciales locales, con participación de comunicadores del nivel nacional.
- ii) Talleres con líderes comunitarios (Juntas de Acción Comunal, alcaldías, colegios, etc.) y dotación con equipos de comunicación (cabinas de sonido con micrófono, memorias USB y teléfonos celulares inteligentes).
- iii) Apoyo a comunidades del bajo San Juan (Municipio de Buenaventura) mediante la formación sobre el tema de la construcción de paz, la capacitación técnica y la dotación de equipos de comunicación (cámaras profesionales de fotografía, computadores portátiles, cabinas de sonido, teléfonos celulares y memorias USB).

Entre las actividades, a un nivel más específico, se deberá incorporar la realización de las iniciativas programadas a este respecto por la Gobernación en el PDD, que son las siguientes:

- Incrementar en un 10 % la descentralización de la producción para contenidos educativos y culturales e informativo noticioso propio para la Región Pacífica Colombiana. (Subprograma 3070301: Fortalecimiento del Sistema departamental de cultura. Meta asignada a Telepacífico).
- Realizar tres (3) diplomados para fortalecer y acompañar el proceso de gestión de realizadores de contenidos culturales en los distintos canales de comunicación audiovisual municipales. (Subprograma 3070304: Emprendimiento para la generación de ecosistemas de paz. Meta asignada a la Secretaría de Cultura).
- Incrementar en un 10 % la descentralización de la producción para contenidos educativos y culturales e informativo noticioso propio para la Región Pacífica Colombiana. (Subprograma 3070301: Fortalecimiento del Sistema departamental de cultura. Meta asignada a Telepacífico).
- Realizar tres (3) diplomados para fortalecer y acompañar el proceso de gestión de realizadores de contenidos culturales en los distintos canales de comunicación audiovisual municipales. (Subprograma 3070304: Emprendimiento para la generación de ecosistemas de paz. Meta asignada a la Secretaría de Cultura).

Cuadro 8: Programación de actividades para el fortalecimiento de los medios locales institucionales y comunitarios

| Actividades | Objetivo | Responsable(s) | Fecha | Indicador(es) | Medios de verificación | Recursos | Observaciones |
|---|----------|----------------|-------|---------------|------------------------|----------|---------------|
| Mapeo de actores y priorización: medios locales de interés para el proceso de gestión territorial de la paz en el Valle del Cauca. | | | | | | | |
| Presentación y discusión del Acuerdo de Paz, del Modelo de Gestión Territorial para la Paz y de las propuestas para la construcción de la paz en el Valle del Cauca. | | | | | | | |
| Promoción de la formación sobre la paz y capacitación técnica de los(las) trabajadores(as) de los medios, mediante procesos que busquen dignificar la libre expresión y opinión. Suministro | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|
| de piezas comunicacionales diseñadas y empleadas en la comunicación externa masiva. | | | | | | | |
| Generación de acuerdos para la colaboración de los medios locales interesados, con el proceso de gestión territorial de la paz y con la implementación del Acuerdo de Paz. | | | | | | | |
| Establecimiento de alianzas entre la Gobernación del Valle y los medios de comunicación locales para la construcción de redes de comunicación y para la implementación de la estrategia de comunicación para la Paz. | | | | | | | |
| Establecimiento de alianzas entre la Gobernación del Valle y los medios de comunicación locales para la construcción de redes de comunicación y para la implementación de la estrategia de comunicación para la Paz. | | | | | | | |
| Apertura de espacios en las emisoras y canales institucionales y regionales dedicados a la divulgación del trabajo de las organizaciones y los movimientos sociales, especialmente los hechos o experiencias de paz desarrollados por las comunidades. | | | | | | | |
| Contribución a la financiación de la producción y divulgación de contenidos orientados a fomentar una cultura de paz con justicia social y reconciliación. | | | | | | | |

4. CRONOGRAMA GENERAL DE ACTIVIDADES

Como se planteó en los apartes iniciales, la Estrategia de Comunicación aquí propuesta tiene un carácter de mediano y largo plazo, y no se limita a lo que resta del período del actual Gobierno Departamental.

Una vez definido el programa de actividades para cada una de las líneas estratégicas anteriormente descritas, en el cual se define la fecha específica de cada actividad, será necesario consolidar toda la programación en un cronograma general. Este deberá ser ajustado periódicamente, de acuerdo con la evolución de la disponibilidad de los recursos humanos, técnicos y financieros para realzar las actividades programadas en cada año.

Por consiguiente, será necesario elaborar un cronograma anual de actividades, acompañado del respectivo presupuesto para su realización, y de la asignación de los respectivos recursos humanos y técnicos necesarios.